

## Dimensiones factoriales de la experiencia estética

Gisèle Marty, Camilo J. Cela Conde, Enric Munar, Jaume Rosselló, Miquel Roca y Juan Tomás Escudero  
Universidad de Islas Baleares

El objetivo de este artículo consiste en contrastar la existencia de un factor general subyacente a la percepción estética, analizando mediante la técnica de diferencial semántico las respuestas de los participantes a estímulos de diversa condición artística en las categorías de «bello», «agradable», «interesante» y «original». Dicho análisis se realizó en cuatro tipos de láminas: artísticas figurativas, artísticas abstractas, decorativas figurativas y decorativas abstractas. Los resultados experimentales apoyan, con ciertas matizaciones, la tesis de Eysenck acerca de la existencia de un factor general en la experiencia estética. Discutimos las posibles implicaciones y planteamos futuras líneas de investigación.

*Factorial dimension of aesthetic experience.* The aim of this paper lies in investigate the existence of an underlying general factor in aesthetic perception. Subjects that took part in this research had to categorize, by means of semantic differential method, diverse artistic stimulus in the categories of «beautiful», «pleasant», «interesting» and «original». Subjects' judgements were made in response to a four types of illustrations: artistic-representational, artistic-abstract, decorative-representational and decorative-abstract. Results support, with certain shades, Eysenck's thesis about the existence of a general factor in aesthetic experience. We discuss some implications and establish possible future research.

El objetivo de este artículo consiste en justificar experimentalmente la existencia de un factor general que relaciona belleza, estética y arte analizando, mediante la técnica del diferencial semántico, las respuestas de los participantes a estímulos de diversa condición artística en las categorías de «bello», «agradable», «interesante» y «original».

Arte, belleza y estética son conceptos acerca de cuyos lazos existen discrepancias serias en la Filosofía y la Psicología del arte, desde el mismo punto de partida de la incapacidad actual para dar una definición precisa acerca de lo que son. Sus relaciones permiten, no obstante, abordar un estudio experimental como el que se ha llevado a cabo.

Los resultados experimentales apoyan con ciertas matizaciones las tesis de Eysenck acerca de la existencia de un factor general en la experiencia estética y confirman tanto el carácter complejo de ésta como sus relaciones con la belleza y la emoción hedónica.

Este trabajo se enmarca en una amplia investigación sobre Psicología del Arte cuyo propósito general es la búsqueda de medidas objetivas capaces de completar la subjetividad de los juicios semánticos. Dentro de esa línea algunos estudios empíricos previos del equipo de investigación han abordado el estudio de la presencia de esquemas en el reconocimiento de estímulos estéticos (Marty, 2002; Cela-Conde, C. J., Marty, G., Munar, E., Nadal, M. y Burges, L., 2002). En esta ocasión se analiza la posible presencia de un factor general en el juicio estético que, de confirmarse,

podría facilitar la tarea de localización mediante magnetoencefalografía de las áreas cerebrales activadas como consecuencia de la percepción de estímulos estéticos. Cómo podría facilitarse ese trabajo por medio de la identificación de un factor general en el juicio estético es algo que tiene que ver con la propia complejidad de la percepción estética. Resulta difícil diseñar experimentos basados en respuestas simples dadas por los participantes a una tarea de apreciación de las características complejas relacionadas con la estética. El primer paso, pues, consiste en aclarar qué se entiende por «estética», y de qué forma puede relacionarse con los conceptos de «belleza» y «arte».

Los conceptos de «estética», «belleza» y «arte»

La propuesta de un tipo particular de experiencia perceptiva relativa a la belleza y el propio término de «estética» para nombrarla provienen, como se sabe, de las *Meditationes Philosophicae*, de Baumgarten (1735). La influencia de las tesis de Baumgarten para las consideraciones posteriores acerca de lo que es la estética y su relación con la belleza es muy amplia: desde entonces la experiencia estética se entiende como un proceso que tiene su punto de partida en una percepción sensorial (Collinson, 1992). Pero no parece necesario insistir en que la experiencia estética va más allá de ese punto de partida perceptivo: la práctica totalidad de los autores que han intentado analizar qué es la estética se refieren de hecho a ese «más allá», ligándolo a factores como la belleza, el arte o el placer hedonista. Sin embargo, los intentos de definir de una manera más precisa qué es «lo estético» y de qué forma se relaciona con «lo bello» y lo «artístico» han tropezado con tantos obstáculos que se ha llegado a apuntar la necesidad de volver a Wittgenstein (Hanfling, 1992a). De acuerdo con Wittgenstein, ni tales definiciones son necesarias, ni su ausencia impide la utilización de los conceptos de estética y arte. El resultado de esta convicción

permite asumir que los planteamientos al estilo de «¿qué es la estética?» o «¿qué es el arte?» pueden ser abordados sin la obligación de dar una definición precisa de lo que entendemos por tales conceptos. A partir de ese supuesto basta con describir algunas de las características que distinguen lo estético de lo no estético y, aún más importante, las que o bien aproximarían o separarían los conceptos de «estético» y «artístico».

Esa tarea descriptiva es, no obstante, también difícil. La relación entre estética y arte se muestra en especial complicada, toda vez que para una parte importante del pensamiento filosófico si bien se trata, en teoría, de áreas distintas de investigación, en la práctica tales áreas no resultan independientes entre sí. Las obras de arte serían, de acuerdo con la interpretación más común, objetos y acontecimientos que pretenden provocar experiencias estéticas en el auditorio (Carroll, 1999, p. 159). Otra cosa es que lo consigan. Si entendemos por arte las obras que intentan provocar esa experiencia y por estética un tipo particular de percepción que está ligado a aspectos todavía no concretados, la diferencia inmediata entre «arte» y «estética» aparece nada más tomar en cuenta la certeza de que algunas obras de arte son incapaces de inducir la experiencia estética en una buena parte de los espectadores. Eso es tan notorio por lo que hace, por ejemplo, a las vanguardias que apenas merece más comentario. Por muy cerca que esté el arte de la estética, y por fuerte que sea la intención de producir impresiones de ese estilo, los rechazos a ciertas propuestas artísticas demuestran que se trata de cosas diferentes.

Queda por concretar, no obstante, en qué consiste la experiencia estética más allá de la percepción sensorial sobre la que se inicia, cosa que no es una exigencia menor. Suelen mencionarse al respecto dos elementos unidos de manera indisoluble con la experiencia estética: belleza y placer. La tradición filosófica occidental une la contemplación de la belleza con el placer en una secuencia que va desde Aristóteles, pasando por Tomás de Aquino, a Kant (Collinson, 1992) y hasta autores como Santayana (Hanfling, 1992b), Tolstoy o Collingwood (Wilkinson, 1992) entre otros.

Sin embargo, la tesis que vincularía belleza y arte tiene sus destructores. Buena parte del arte contemporáneo niega que la belleza sea una componente esencial del arte, y busca en otras emociones distintas a la del placer hedonista el fundamento de esa particular forma de expresión. Collingwood (1938) sostiene que desde el tiempo de la Grecia clásica es inexistente la conexión entre belleza y arte: la belleza sería predicable de objetos y acontecimientos no artísticos, de tal forma que bello equivale a excelente o deseable. Pero más allá de la constatación de Collingwood hay que reconocer que en nuestros tiempos hemos extremado la separación entre belleza y arte, *negando* en algunos casos la belleza como vía hacia las emociones que debe generar el arte. El movimiento artístico del feísmo, entre otros, se fundamenta en esa premisa. Pese a ello, y como sostiene Hanfling (1992b), las dificultades existentes a la hora de relacionar belleza y arte no impiden entender que visitemos los museos y leamos poesía buscando la belleza. A pesar que ese vínculo entre arte y belleza no es una condición necesaria para el arte, la conexión no deja de ser interesante.

La puerta abierta a las emociones permite incorporar una excelente vía de retorno hacia la experiencia estética como percepción sensorial, aunque también introduce algunas cuestiones de difícil respuesta. Si suponemos que un objeto X produce, al contemplarlo, placer estético, ¿es ese placer estético algo inherente al objeto o al espectador? La respuesta que da Hume es bien explícita: «Beauty is not a quality of the circle. It lies not in any part of the li-

ne...» (Hume, 1965, p. 125). La lógica del razonamiento de Hume queda clara. Pero aún cabría preguntarse si, hallándose la belleza en la mente del espectador, existen en algunos objetos ciertas condiciones que hacen que la audiencia, de forma casi unánime, los perciba como bellos.

No es contradictorio sostener que el juicio estético —la calificación de un objeto como «bello»— es subjetivo a la vez que se afirma que la belleza descansa en ciertas condiciones universales. Lyas (1992) subraya que, más allá de las consideraciones individuales y dejando de lado los prejuicios, la inexperiencia o la ignorancia, existe un amplio consenso en la apreciación de las sinfonías de Mozart o los dramas de Shakespeare.

#### Los universales en la estética experimental

Una hipótesis similar a la anterior está presente en la práctica totalidad de los estudios de estética experimental. Algunos de ellos pretenden analizar la estructura de esa componente universal de nuestra naturaleza preguntándose, por ejemplo, si existe una preferencia por ciertas formas geométricas, con la Sección Áurea como referente ineludible. Aun cuando se trata de una cuestión que se remonta al nacimiento mismo de la estética experimental con Fechner, existen también estudios experimentales recientes en esa línea como el de Shortess, Clarke y Shannon (1997). El experimento de Shortess y colaboradores indica una regularidad en las preferencias de los sujetos por dos diferentes proporciones en los objetos rectangulares, si bien ninguna de las dos proporciones corresponde a la Sección Áurea clásica. Fechner (1997, traducción inglesa), de hecho, había ya extraído la conclusión de que el carácter universal de la preferencia por la Sección Áurea ha sido históricamente exagerado, aunque los resultados de sus experimentos le concedían a dicha sección una preferencia superior a la encontrada un siglo más tarde por Shortess et al. (1997). No se trata, sin embargo, de defender o refutar la Sección Áurea, sino de indicar que la estética experimental más reciente se sigue planteando como objeto de estudio el de la preferencia por determinadas proporciones en las figuras geométricas.

#### Los universales y la cuestión del significado

Junto a la primera cuestión de los universales perceptivos ligados a la forma, el terreno de la semántica también ha sido tradicionalmente un segundo campo de estudios en el que se han buscado leyes generales de la preferencia estética. En ocasiones uno y otro principio, el de la preferencia relativa a las formas y el que se refiere al contenido semántico, han sido propuestos como modelos alternativos: una determinada preferencia por un cierto estímulo podría explicarse o bien en función de su aspecto o bien en función de su significado (Marty, 2002). Esta contraposición entre forma y contenido resulta muy común, y es parte integral de la tradición ligada a los estudios de la Gestalt. Es evidente que forma y contenido constituyen en el mundo real un todo único y difícil de escindir, pero también lo es que esos dos aspectos pueden separarse, en el marco de un programa de investigación, en busca de un estudio pormenorizado. Siempre que se plantee la cuestión de la preferencia estética terminarán por aparecer ambos aspectos y la relación que existe entre ellos.

Una teoría madura de la Psicología del Arte que pretenda ir más allá de las intuiciones debería plantearse cuál es el trasfondo psíquico de esa doble vertiente de la preferencia, a partir de los re-

sultados que proporciona la Estética Experimental. Para ello es necesario entrar en los componentes estructurales del contenido semántico dejando atrás la información proporcionada por los participantes. En otras palabras, no se trataría tanto de entender la manera en que las personas pueden verse atraídas por un mensaje específico –el del antibelicismo del *Guernica* de Picasso, por ejemplo–, hecho que difícilmente nos añadirá algo más a la constatación de que existe una pluralidad muy alta de gustos, sino la manera como las líneas estructurales de ese contenido semántico siguen ciertas leyes de preferencia. ¿Existe una forma de expresar los mensajes a partir de leyes generales? ¿También se respetan en el caso del *Guernica*? ¿Hay una linealidad estructural en la expresión del dolor, del miedo, de la angustia? ¿Hay una linealidad estructural común en la expresión del mensaje artístico?

#### Estudios experimentales sobre el «factor general»

La comprobación experimental de una hipótesis universalista no es sencilla si se pretende que el «factor general» exprese una verdadera apreciación estética pura y no otros elementos como pueden ser la familiaridad con los estímulos mostrados o la notoriedad de los autores de las obras. Por ejemplo, un cuadro muy conocido, al estilo de la Gioconda, es más que posible que sea puntuado como muy bello en un test de juicios estéticos por los participantes, pero ese hecho puede no expresar otra cosa que el conocimiento de todos ellos de que se trata de una obra maestra de la Historia del Arte. Ésa fue en esencia, junto con algunas dudas acerca del procedimiento estadístico, la crítica de Eysenck (1940) a los experimentos de Burt (1933), quien encontró, sin tomar en cuenta la notoriedad de los estímulos utilizados, correlaciones significativas en los juicios de los sujetos. No obstante, el estudio de Eysenck (1940) con criterios más rigurosos apoyaba de manera firme la existencia de un «factor general» de apreciación estética.

Un paso más en el estudio de la apreciación estética fue dado por Eysenck (1972) al tomar en cuenta la variable de la enseñanza artística. En ese estudio experimental, Eysenck comparó las respuestas de los participantes que disponían de enseñanza artística con la de los participantes sin ella en varias pruebas: Inteligencia Verbal (test Raven Mill Hill de vocabulario), Aptitud Perceptual (test de Penrose de percepción de pautas), Personalidad (EPI) y Sensibilidad Estética. En este último caso, Eysenck (1972) utilizó tanto el test de Maitland Graves de juicios de diseños, que obliga a elegir entre ‘buenos’ y ‘malos’ diseños en 90 parejas de dibujos realizados expresamente para el test, como los estímulos empleados anteriormente por Birkhoff (1932) y Child (1964). Los resultados obtenidos indicaron que los artistas tienen una personalidad peculiar frente a los no artistas y una superior capacidad en el test de vocabulario, pero, sorprendentemente, no en el de percepción. Por lo que hace a la sensibilidad estética, atributo más interesante para nuestros propósitos, Eysenck (1972) obtuvo resultados un tanto contradictorios. Por un lado, los resultados del test indicaban diferencias significativas entre el grupo de artistas y el de no artistas. Sin embargo, en los análisis de correlaciones no aparecían dentro de cada grupo correlaciones positivas apreciables entre los participantes que los formaban. La conclusión inevitable sacada por Eysenck fue que bajo el concepto supuestamente unívoco de *sensibilidad estética* se esconden en realidad fenómenos diversos, de tal manera que la enseñanza artística supone que la competencia de los participantes que la reciben aumente en alguno o algunos de esos diferentes aspectos de la sensibilidad.

Estudios recientes apoyan los resultados obtenidos por Eysenck. Seifert (1992) confirmó la presencia de un «conocimiento básico» del arte en participantes con poca o ninguna enseñanza formal en arte o estética. Winston y Cupchick (1992) llevaron a cabo un experimento más complejo, en el que se mostraban estímulos visuales pertenecientes al llamado *High Art* –arte con mayúsculas, propio de los maestros, como el que figura en los museos y los manuales de arte– y al *Popular Art* –paisajes o retratos sentimentales–. Se constituyeron 25 pares de cuadros, con uno de cada clase que coincidían en la naturaleza del tema representado. Los participantes se distribuían en dos grupos: con y sin enseñanza artística. Los resultados indicaban una preferencia de los participantes sin enseñanza por el arte popular y por los aspectos placenteros, mientras que los participantes entrenados mostraban una preferencia por los aspectos dinámicos y por el *High Art*. Esos resultados fueron similares a los obtenidos posteriormente por Winston (1995).

#### Variables de la percepción estética

Habida cuenta de la cantidad enorme de factores de todo tipo –sociales, históricos, culturales, pedagógicos, biológicos y de personalidad– que pueden influir en el criterio estético individual, siempre que se plantea un estudio experimental en el que se incluye la apreciación de una obra en particular parece inevitable la dispersión de los resultados. Un primer intento de dar con un sistema que pueda ir más allá de esa dispersión individual consistió en establecer una escala normativa capaz de poner algún orden. Tal como señalan Bernard y Chacuiboff (1979), la mayoría de los test de sensibilidad estética propuestos antes de 1940 tenían como objetivo la confrontación de los juicios de un individuo o un grupo de individuos con los de un grupo de expertos. Pero las dificultades para definir lo que es un experto llevaron incluso a soluciones irónicas, como la de calificar de experto a quien se ofrece de inmediato a dar su opinión cuando se le requiere para un juicio estético. El contraste entre la opinión de expertos y de no expertos no es desdeñable, debido a que suele introducir directamente el factor de la enseñanza en la apreciación estética. Pese a ello, los trabajos más interesantes son los que pretenden superar esa vertiente comparativa para entrar en los aspectos personales de la percepción de una obra, aceptando la inevitable dispersión de las preferencias y procurando entender cuál es la lógica que provoca esa diseminación, si es que existe. En definitiva, se intenta comprender por qué se prefieren unas obras a otras y si hay, como suponía Eysenck, un factor general subyacente a la experiencia estética.

#### Objetivos e hipótesis del experimento de juicio semántico

Nuestro objetivo consistió en contrastar la tesis de un factor general de la experiencia estética a partir de una prueba de juicios semánticos en la línea de los estudios del diferencial semántico de Osgood (Osgood, Suci y Tannebaum, 1957). Al sostener que la selección de escalas debe ser relevante para los conceptos que se juzgan, Osgood et al. (1957) mencionaron el par bello-feo como un juicio adecuado cuando se trata de calificar cuadros artísticos. De hecho, esa categoría aparece en un número importante de estudios sobre la apreciación estética fundamentados en la técnica del diferencial semántico. El estudio de Hernández Belver (1989) incluye, además del par bello-feo, las categorías de interesante-no interesante y agradable-desagradable. En nuestro estudio hemos incorporado también el par original-común, utilizado por Choynowski (1967).

Se intenta así ampliar en lo posible el sentido del juicio: lo original no tiene por qué ser ni bello ni agradable, e incluso su condición de interesante puede ser dudosa. Por lo tanto, en nuestra opinión, esas cuatro categorías recogen un abanico suficientemente amplio para proponer juicios semánticos relacionados con la estética.

La hipótesis principal de la que se partió fue la de existencia, de acuerdo con Eysenck, de un «factor estético» de tipo general que se reflejaría en un peso similar de los juicios semánticos otorgados por los participantes a los diferentes estímulos, dentro de las cuatro categorías: agradable, bello, interesante, original. Con el fin de realizar un examen más pormenorizado se utilizaron cuatro tipos de estímulos –pertenecientes a las clases *Popular Art* y *High Art*, y tanto abstractos como figurativos– analizando el grado de cumplimiento o incumplimiento de la hipótesis en cada uno de ellos, esto es, un análisis intragrupo. Algunos estudios, como los de Berlyne y Boudewijns (1971) y Day (1968), han señalado la diferente apreciación que indica la escala «interesante» de la de «agradable», apuntando incluso la posibilidad de distintos mecanismos psíquicos responsables de uno y otro juicio.

#### Métodología

##### Sujetos

En este estudio participaron 100 alumnos de primer y segundo ciclo de los estudios de Psicología de la Universidad de las Islas Baleares, de los cuales 83 eran mujeres y 17 varones.

##### Material

Se utilizaron 96 láminas clasificadas en dos bloques que corresponden a las condiciones de *High Art* y *Popular Art* (Winston y Cupchick, 1992). Las láminas de *High Art* reproducían obras catalogadas de pintores reconocidos a las que se eliminó la firma. Se evitaron las obras de arte más conocidas, atendiendo a las indicaciones de Eysenck (1940) acerca de la conveniencia de eliminar factores de distorsión como puede ser la celebridad de una obra de arte. Eysenck indicó que un cuadro demasiado conocido podía ser apreciado por su notoriedad y no por su valor estético intrínseco.

La mitad de las láminas de *High Art* podemos calificarlas como figurativas y la otra mitad como abstractas, siguiendo el criterio común acerca del estilo explícito de las obras pictóricas. Las láminas del bloque *Popular Art* se obtuvieron de la Master Clips Premium Image Collection (IMSI <http://www.imsisoff.com>), la cual contiene iconos e ilustraciones utilizados para el diseño industrial. Se trata de imágenes, en su mayoría sin firma, que se usan en anuncios publicitarios, ilustraciones de libros, carteles, etc. Al igual que en el bloque de *High Art*, la mitad de láminas eran figurativas y la otra mitad abstractas. En total se dispuso, pues, de 96 láminas en blanco y negro de 14 × 10 cm., rodeadas de un marco de línea negra.

- 24 estímulos artísticos figurativos (AF).
- 24 estímulos artísticos abstractos (AA).
- 24 estímulos decorativos figurativos (DF).
- 24 estímulos decorativos abstractos (DA).

Los estímulos fueron presentados en un proyector Sony RVP 4015QM, a partir de un ordenador Pentium 133 y mediante un programa diseñado *ad hoc* con la aplicación Director Multimedia.

##### Procedimiento

Se confeccionaron 4 grupos de 25 participantes, de forma que se realizaban sendas presentaciones colectivas. Se presentaron los 96 estímulos al azar, separados por una pantalla de enmascaramiento proyectada durante un segundo. Cada lámina se expuso durante 15 segundos. Previamente se presentaron cuatro láminas (una de cada clase: AF, AA, DF y DA) como práctica a la tarea encomendada. A los participantes se les pedía que, para cada lámina, realizasen una tarea de juicio semántico en la que debían puntuar, en una escala de 1 a 10, las categorías mencionadas: (a) agradable, (b) bello, (c) interesante, y (d) original. Por ejemplo, en la primera categoría, la puntuación 1 correspondía a la opinión de muy poco agradable y el valor 10 a la opinión de muy agradable. Se contrabalanceó el orden de las categorías en los diferentes grupos.

#### Resultados

Con el objetivo de contrastar la hipótesis planteada, se calculó la matriz de correlaciones entre las cuatro categorías a partir de las valoraciones de los participantes. En la Tabla 1 se exponen los resultados de estas correlaciones. Se puede observar la alta conexión entre las cuatro categorías, de tal grado que incluso los valores más bajos, obtenidos a partir de los datos de originalidad, resultan igualmente significativos. No debemos olvidar que el número total de juicios era de 9.600 en cada categoría (96 láminas por 100 participantes).

Posteriormente se llevó a cabo un análisis factorial de componentes principales a partir de los datos de las cuatro categorías. Los resultados mostraron la existencia de un solo factor con valores propios superiores a 1 y que explica el 62'3% de la varianza total, porcentaje que podemos considerar como muy elevado. En la Tabla 2 se expone la contribución del factor principal a cada una de las categorías.

Con el fin de realizar un análisis más detallado y de comprobar si los resultados anteriores se debían en mayor medida a una u otra clase de las láminas se obtuvieron las matrices de correlaciones para cada una de las cuatro clases de estímulos: artísticos figurativos (AF), artísticos abstractos (AA), decorativos figurativos (DF) y decorativos abstractos (DA). En la Tabla 3 se muestran los resultados.

*Tabla 1*  
Matriz de correlaciones de las puntuaciones entre las cuatro dimensiones  
(\*\* significación al nivel .01)

	Bello	Interesante	Original
Agradable	.78**	.49**	.15**
Bello		.61**	.24**
Interesante			.54**

*Tabla 2*  
Pesos del factor principal en cada una de las categorías

Dimensiones	Pesos factoriales
Agradable	.82
Bello	.88
Interesante	.85
Original	.54

Podemos observar que las correlaciones obtenidas son similares a las anteriores. Tal vez los datos más interesantes por destacar se hallen en la moderada diferencia de la correlación entre agradable y original cuando tratamos con láminas artísticas y cuando lo hacemos con láminas decorativas. En este segundo caso, los valores de las correlaciones son más altas que en las láminas artísticas tanto en la condición figurativa como en la abstracta. El resultado parece apoyar la idea de que en el *High Art* la originalidad busca en ocasiones romper con el concepto clásico de que una obra de arte tiene que ser agradable para el espectador.

Con el mismo objetivo antes mencionado se realizaron análisis factoriales para cada tipo de estímulo. Al igual que en el conjunto de todas las láminas, en cada tipo se obtuvo un solo factor con valores propios superiores a 1. En la Tabla 4 se recogen los pesos para cada una de las categorías en cada tipo de estímulo. Las diferencias son muy pequeñas.

### Conclusiones

Tomados en conjunto, los resultados son congruentes con las tesis que, de acuerdo con las conclusiones de Eysenck, defienden la existencia de un factor general en la experiencia estética. La preferencia estética, pese a ser plural y diversa más allá de los primitivos estéticos, da lugar a juicios en las distintas categorías que se hallan altamente relacionados entre sí. Esa conclusión sugiere que, en última instancia, los distintos juicios pueden originarse en una valoración subyacente esencialmente unidimensional, al menos en gran parte. La importancia de una constatación así es relevante para el diseño futuro de trabajos experimentales de localización cerebral, al proporcionar un fundamento para la reducción de

los juicios estéticos a preguntas relativamente sencillas acerca de la belleza de los estímulos.

Aun así, las cuestiones que se derivan del hallazgo del factor general son múltiples y diversas y constituyen todo un reto para la investigación futura. ¿Se basa esa supuesta valoración unidimensional en un proceso cognitivo más bien unitario y discreto, o es sólo un fenómeno que emerge de muchos mecanismos psíquicos articulados en el tiempo y el espacio? ¿Tienen ese presunto proceso o serie de procesos algún aspecto de carácter universal, en el sentido de que cuenten con alguna componente clave común capaz de determinar en cada individuo su particular valoración de lo que es o deja de ser bello? ¿Será posible algún día describir ese proceso o procesos (o los componentes clave) en términos más objetivos? ¿Cabe buscar su origen en algún patrón idiosincrático de actividad neural que contenga al menos alguna secuencia espaciotemporalmente identificable compartida por todas las personas? A diferencia de lo que parece ocurrir en la base neural de las facultades artísticas (Changeux, 1994; Vigouroux, 1992), ¿existen algunas asambleas neuronales cuya intervención específica sea en cierto modo crítica y universal en el marco de la actividad ampliamente distribuida que muy probablemente subyace –como en todos los procesos cognitivos superiores (Vigouroux, 1992)– al fenómeno de la experiencia estética? ¿En qué medida contribuyen la herencia y la historia de aprendizaje de cada individuo en la puesta en marcha de ese supuesto patrón funcional? ¿Pueden ser de utilidad las modernas técnicas de neuroimagen no tanto para la localización estricta de la sede cerebral de tal sesgo de actividad, sino, más bien, para la identificación de la implicación diferencial de ciertos circuitos distribuidos?

Sin duda, las posibles implicaciones no se agotan aquí, pero resulta difícilmente rebatible que, si se quiere aportar algo de luz a las cuestiones referidas, el trabajo que queda por hacer es enorme. Especialmente prometedora puede ser la investigación de esos presuntos procesos o componentes clave a partir de la utilización convergente de la magnetoencefalografía (MEG), dado que se trata de una técnica no invasiva que, a diferencia de la PET o de la fMRI, ofrece un índice directo de la actividad neural. La MEG oportunamente combinada con la MRI, puede conseguir los requisitos de resolución temporo-espacial necesarios para dar cuenta del *cómo* neural de la experiencia estética. Es cierto que, hoy por hoy, la MEG resulta eficaz sobre todo en la detección de la actividad eléctrica (origen directo del campo magnético) de las células piramidales de la corteza cerebral. Por otro lado, la organización en distintos niveles jerárquicos de nuestro Sistema Nervioso Central (SNC) conduce irremisiblemente a la deducción de que, en la experiencia estética, se deben hallar involucradas instancias subcorticales (muy particularmente aquellas correspondientes al denominado Sistema Límbico), que, de este modo, quedarían fuera del alcance del estudio magnetoencefalográfico. Sin embargo, los datos que aporta el estudio paleoantropológico del género *Homo* y sus ancestros conducen a pensar que el fenómeno de la percepción estética, al menos tal como hoy la entendemos, surge en un momento relativamente tardío de nuestra evolución filogenética. Debido a ello resulta plausible pensar que, de haber algún patrón funcional clave que dé cuenta de la apreciación estética, debe basarse de forma primordial en alguna actividad detectable en las regiones filogenéticamente más recientes de nuestro SNC, y muy particularmente a escala cortical. Sea como fuere, el proyecto futuro de la actividad de nuestro equipo pasa por el intento de contribuir a aclarar si se da algún proceso clave en todo cerebro humano que pueda constituir, a la postre, una genuina fábrica de lo bello.

Tabla 3

Matriz de correlaciones para cada tipo de láminas (\*\* significación al nivel .01)

		Bello	Interesante	Original
Artístico	Agradable	.81**	.49**	.18**
Figurativo	Bello		.58**	.26**
	Interesante			.58**
Artístico	Agradable	.69**	.49**	.19**
Abstracto	Bello		.63**	.34**
	Interesante			.49**
Decorativo	Agradable	.79**	.5 **	.28**
Figurativo	Bello		.61**	.39**
	Interesante			.59**
Decorativo	Agradable	.72**	.56**	.34**
Abstracto	Bello		.67**	.4 **
	Interesante			.51**

Tabla 4

Pesos del factor principal en cada una de las categorías

Categorías	AF	AA	DF	DA
Agradable	.82	.78	.82	.82
Bello	.88	.88	.84	.86
Interesante	.84	.85	.89	.88
Original	.59	.6	.67	.66

## Agradecimientos

Este trabajo ha sido realizado gracias a dos proyectos de I+D financiados por el Ministerio de Ciencia y Tecnología: BSO2000-1116-C04-01 y BSO2000-1116-C04-02.

## Referencias

- Baumgarten, A. (1735). *Meditationes philosophicae de nonnullis ad poema pertinentibus*, Halle.
- Berlyne, D.E. y Boudewijns, W.J. (1971). Hedonic effects of uniformity in variety. *Canadian Journal of Psychology*, 25, 195-206.
- Bernard, Y. y Chacuiboff, J. (1979). La obra de arte pictórica. En R. Francès (Ed.), *Psicología del arte y de la estética* (pp. 69-93). Madrid: De. Akal.
- Birkhoff, G.D. (1932). *Aesthetic Measure*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Burt, C. (1933). The psychology of art. En C. Burt, E. Jones y W. Moodie (Eds.), *How the mind works*. London: Allen & Unwin.
- Carroll, N. (1999). *Philosophy of Art*. London: Routledge.
- Cela-Conde, C.J., Marty, G., Munar, E., Nadal, M. y Burges, L. (2002). The «Style Scheme» grounds artistic experience. *Perceptual and Motor Skills*, 95, 91-100.
- Changeux, J.P. (1994). *Raison et plaisir*. Paris: Odile Jacob.
- Child, I.L. (1964). Observations on the meaning of some measures of aesthetic sensitivity. *Journal of Psychology*, 57, 49-64.
- Choynowski, M. (1967). Dimensions of painting. *Perceptual and Motor Skills*, 25, 128.
- Collingwood, R.G. (1938). *The Principles of Art*. Oxford: Oxford University Press.
- Collinson, D. (1992). Aesthetic Experience. En O. Hanfling (Ed.), *Philosophical Aesthetics* (pp. 111-178). Oxford: Blackwell.
- Day, H.I. (1968). Evaluations of subjective complexity, pleasingness and interestingness of a series of random polygons varying in complexity. *Perception and Psychophysics*, 2, 281-286.
- Eysenck, H.J. (1940). The 'general factor' in aesthetic judgements. *British Journal of Psychology*, 31, 94-102.
- Eysenck, H.L. (1972). Personal preferences, aesthetic sensitivity and personality in trained and untrained subjects. *Journal of Personality*, 40, 544-557.
- Fechner, T. (1997). Various attempts to establish a basic form of beauty: Experimental aesthetics, golden section and square. *Empirical Studies of Arts*, 15, 115-130.
- Hanfling, O. (1992a). The Problem of Definition. En O. Hanfling (Ed.), *Philosophical Aesthetics* (pp. 1-40). Oxford: Blackwell.
- Hanfling, O. (1992b). Aesthetic Qualities. En O. Hanfling (Ed.), *Philosophical Aesthetics* (pp. 41-73). Oxford: Blackwell.
- Hernández Belver, M.H. (1989). *Psicología del arte y criterio estético*. Salamanca: Amarú ediciones.
- Hume, D. (1965). *Of the standard of taste, and other essays. Edited, with an introduction, by John W. Lenz*. Indianapolis, IN: Bobbs-Merrill (orig. 1739).
- Lyas, C. (1992). The Evaluation of Art. En O. Hanfling (Ed.), *Philosophical Aesthetics* (pp. 349-380). Oxford: Blackwell.
- Marty, G. (2002). Formación de esquemas en el reconocimiento de estímulos estéticos. *Psicothema*, 13, 623-629.
- Osgood, C.E., Suci, G.J. y Tannebaum, P.H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press.
- Seifert, L.S. (1992). Experimental Aesthetics: Implications for Aesthetic Education of Naive Art Observers. *The Journal of Psychology*, 126, 73-78.
- Shortess, G.K., Clarke, J.C. y Shannon, K. (1997). The shape of thinkgs: But not the golden section. *Empirical Studies of Arts*, 15, 165-176.
- Vigouroux, J. (1992). *La fabrique du beau*. Paris: Odile Jacob.
- Wilkinson, R. (1992). Art, Emotion and Expression. En O. Hanfling (Ed.), *Philosophical Aesthetics* (pp. 179-238). Oxford: Blackwell.
- Winston, A.S. (1995). Simple pleasures: The psychological aesthetics of high and popular art. *Empirical Studies of the Art*, 13, 193-203.
- Winston, A.S. y Cupchik, G.C. (1992). The Evaluation of High Art and Popular Art. *Visual Arts Research*, 18, 1-14.