

Notas

1. Bauman Zygmunt (2003) en Comunidad. Argentina: Siglo XXI.
2. Término utilizado por Paul Virilio (1997) en La velocidad de

- liberación. Bs. As: Manantial.
3. Bauman, Zygmunt, Op. citado.

Palabras e imágenes, o bras-imágenes-palabras-imag?

Diseño perdurable

Esther Maré

No hay ninguna duda a cerca de la capacidad que tanto las palabras como las imágenes tienen para, además de ocupar el espacio compositivo de una forma bella, colmarlo de significados. Pero, ¿de qué modo las palabras y las imágenes contribuyen con esos significados? ¿Tienen el mismo valor los significados aportados por las palabras que los llegados con las imágenes? Y, en definitiva, ¿cual es el efecto de utilizar unas u otras sobre la potencial perdurabilidad de un artefacto gráfico? Diseño perdurable. ¿Palabra o imagen? ¿O ambos?

Comencemos por la definición establecida por Rom cuando afirma que: “toda imagen es un signo icónico constituido por una agrupación de signos tipo (signo verbal, signo gráfico, signo icónico) y signos plásticos (color, formas, composición, textura), y en el caso de la mayoría de los artefactos gráficos también es un mensaje bimedial, donde se asocian el mensaje lingüístico y el mensaje icónico. Barthes nos dice que en estos artefactos el texto hace de anclaje de la imagen, reduciendo la polisemia y fijando su significado. De esta forma, resulta privilegiada una de las posibles interpretaciones que cabe dar a la imagen. El texto también puede hacer las veces de enlace o destaque. En este caso acompaña las imágenes con una clara función narrativa supliendo sus limitaciones expresivas”¹.

Por lo que respecta a la palabra, creemos que su papel no se reduce apenas a la función narrativa a la que se refiere Barthes. Ni siquiera a la entidad pictórica que ganó con Moholy-Nagy, dadaístas, futuristas y cubistas. A pesar de que autores como Neurath defendieron que “los símbolos establecen conexiones así como las palabras producen divisiones”², o como Mallarmé que “nombrar un objeto significa suprimir tres cuartas partes del placer del poema”, de hecho fué este último quien demostró como nadie todo lo que puede ser expresado por medio de la palabra más allá de su propio significado semántico o incluso más allá de su propia forma. Prueba de ello es el metalenguaje utilizado por el autor en su poema *O Cygne* al hacer uso de la palabra *cygne* (cisne) en alusión al *signe* (signo); o, yendo aún más lejos, el uso que hace de las palabras en *Un tiro de dados* (Figura 1, p. 159) donde aquellas sugieren mucho más que sus propias acepciones debido a una inusitada disposición en las páginas del libro, alimentando lo que Calvino³ considera como una de las capacidades fundamentales del hombre, la de ver con los ojos cerrados imágenes visuales que surgen de los caracteres alfabéticos negros alineados sobre el fondo blanco de la

página. En este sentido, la palabra, lejos de provocar el anclaje anteriormente citado, estaría provocando lo contrario, estaría libertando las interpretaciones. Tesis defendida por Moholy Nagy em 1926 cuando afirmó que, en cuanto las técnicas lo permitieron se empezó a explorar la eficacia visual de forma, formato, color y disposición de los materiales tipográficos, “dando una nueva forma válida al contenido de la comunicación”⁴ con la palabra como comunicadora de algo más allá de sus propios significados.

Con eso no pretendemos negar la riqueza sintáctica y léxica de la palabra que le permite complementar la imagen gracias al componente explicativo y didáctico del *docere*. Pero sí pretendemos poner en entredicho la limitación que Rom observa en la palabra cuando afirma, basándose en los criterios de Adam e Bonhomme⁵, que carece de la capacidad seductora del *movere* y de agrandar el *placere*. Una cuestión ya refutada a inicios del s. XX por los trabajos de Mallarmé que, en palabras de Pignatari, “emprendió, a lo largo del eje del código verbal, la escalada sisífica rumbo a la información absoluta”⁶.

De hecho, no conseguimos entender la clara división, establecida por Barthes, Adam e Bonhomme u otros, entre las capacidades de la palabra y las de la imagen. Y lo mismo nos ocurre ante afirmaciones como la de Zimmermann⁷ cuando expone que el lenguaje es una representación fonética y la imagen una representación visual. Al final *Um tiro de dados* es una representación visual a base de palabras...

Creemos que la necesidad de caracterizar unas y otras, redundó en definiciones excesivamente simples ya que, si bien somos capaces de percibir que palabras e imágenes son elementos distintos, no conseguimos reconocer una frontera precisa entre la forma de comunicar de cada uno puesto que, desde nuestro punto de vista, la palabra goza también de una función visual y la imagen de una función sonora y semántica. Es decir, observamos en ambos el *docere*, el *movere* y el *placere*.

Por lo que respecta a la imagen, entendemos que no hay un tipo de imagen, si no diversas categorías de imágenes capaces de resolver diferentes operaciones lingüísticas. Según Santaella⁸ existen tres tipos fundamentales de imágenes: las figurativas, las no-representativas o abstractas y las simbólicas. Dada la índole representativa de las primeras y la ambigüedad que caracteriza las otras, el tipo de comunicación e interpretación fomentada por cada una de ellas será diversa. Las imágenes figurativas delimitaran más los significados y por tanto las posibles interpretaciones de ellas obtenidas; mientras que las abstractas y las simbólicas ofreceran una mayor amplitud interpretativa. Si las imágenes figurativas limitan más los significados, se debe a su alusión más directa a su referente, lo que puede significar una mayor databilidad de lo que ellas comunican y, por tanto, tener

un efecto restrictivo sobre la vida del artefacto gráfico. En el sentido opuesto, las imágenes abstractas y las simbólicas, cargadas de significados más abiertos, ofrecen un mayor número de posibles interpretaciones que varían a cada nuevo encuentro del receptor con la pieza gráfica. De modo que esas interpretaciones, adecuadas al nuevo momento, se actualizan pudiendo tornar el artefacto gráfico más duradero. Nunes afirma que el impulso de abstracción “intenta eternizar este mundo, aproximándolo de las formas abstractas, a fin de encontrar un punto de reposo en la evanescencia de los fenómenos”⁹.

Santaella explica como se da este fenómeno: “Las simbólicas son imágenes que, aún siendo figurativas, representan algo de carácter abstracto y general. Desde el punto de vista del tiempo, esta tipología de imágenes se divide en dos grupos: de un lado, las figurativas, fuertemente marcadas por el tiempo; de otro, las abstractas y simbólicas, apenas levemente marcadas por el tiempo del referente, hasta el extremo de la atemporalidad /.../ No representado algo extrínseco, las imágenes abstractas no pueden funcionar como indicadores del tiempo del referente. Por eso son, en ese aspecto, imágenes atemporales, apenas habitadas de tiempo por la mediación del tiempo intersticial, perceptivo. En cambio, en el caso de las imágenes simbólicas, si bien pueden sugerir la temporalidad de sus posibles referentes, se trata de una temporalidad tan vaga y general como genérica y universalizante es la función referencial de este tipo de imágenes”¹⁰.

De lo cual inferimos que no sólo existe una comunicación diferente según el tipo de imagen utilizada, si no que hay una relación entre esta y la perdurabilidad de su efecto. Por tanto, la posible perdurabilidad del diseño gráfico no recaerá apenas en la palabra si no también en la imagen.

Resulta evidente que, por ser la imágenes, así como las palabras, apenas un elemento más entre los muchos que configuran la pieza gráfica –recordemos, los llamados signos plásticos–, aquellas no seran el único factor determinante de la perdurabilidad de un artefacto gráfico. De modo que, en aparente contradicción con lo que ya fué dicho con respecto a las imágenes figurativas, cabe la posibilidad de que otras cualidades de la pieza gráfica atenúen el efecto limitador de la perdurabilidad propio de este tipo de imagen.

Un ejemplo de ello es *El juego de las fábulas* (Figura 2, p. 159) (1964) de Enzo Mari. En él las imágenes son figurativas sin embargo gozan de un alto grado de simplificación que atenúa su potencial caducidad y, por consiguiente, la de la pieza gráfica. Ello, unido a las múltiples combinaciones que la historia nos ofrece, genera un contexto abierto y lúdico que hace de *El juego de las fábulas* una pieza gráfica que de hecho ya demostró haber alcanzado la perdurabilidad puesto que continúa funcionando medio siglo después de su creación con aires absolutamente contemporáneos. Al final, su primera edición data de 1965 después de lo cual fué reeditada en diversas ocasiones, siendo la más reciente la edición de noviembre de 2004.

El juego de las fábulas resuelve una historia, o cientos de ellas, de una forma que las palabras no conseguirían

resolver ya que, como afirma Calvino, las soluciones visuales “siguen siendo determinantes, y a veces, cuando menos se espera, llegan a decidir situaciones que ni las conjeturas del pensamiento ni los recursos del lenguaje lograrían resolver”¹¹.

Argumento que coincide con la tesis de Eco cuando sostiene que “es verdad que todo contenido expresado por una unidad verbal puede ser traducido por otras unidades verbales; es verdad que gran parte de los contenidos expresados por unidades no-verbales también pueden ser traducidos por unidades verbales; pero también es cierto que existen muchos contenidos expresados por complejas unidades no-verbales que no pueden ser traducidos por una o más unidades verbales a no ser por medio de vagas aproximaciones”¹². De lo que parece desprenderse la ineludible complementariedad existente entre las palabras y las imágenes, surgida de la forma en que se condicionan mutuamente hasta el punto que una parece nacer de la otra, y viceversa. Antes de expresarnos con la palabra, durante nuestra infancia, las imágenes nos parecen suficientes. Hasta que llegamos al inevitable momento de la alfabetización en que, repentinamente, los significados de nuestro mundo son educados, amarrados. El propio Calvino defiende la libertad implícita en las imágenes cuando nos cuenta su experiencia personal con los cómics y afirma que, cuando era niño, “prefería ignorar las líneas escritas y seguir con mi ocupación favorita de fantasear dentro de cada viñeta y en su sucesión /.../ La lectura de las figuras sin palabras fue sin duda para mí una escuela de fabulación, de estilización, de composición de la imagen”¹³.

Asumida esa alfabetización, sin embargo, el lenguaje verbal también será capaz de alimentar nuestra imaginación. De hecho, según Calvino, existen dos tipos de procesos imaginativos, aquel que parte de la palabra y llega a la imagen visual y aquel que parte de la imagen visual y llega a la expresión verbal. ¿Dónde está la frontera entre ambos procesos? ¿Y si no existe tal frontera? Si la palabra y la imagen tienen capacidades expresivas complementares, así como provocan procesos imaginativos complementares, tal vez debamos aceptar que existe una complementariedad indiscutible entre ambas. Una suerte de equilibrio que puede proporcionar al artefacto gráfico una riqueza comunicativa plena caso se utilice una semiótica mixta que se sirva simultáneamente del lenguaje verbal y del lenguaje visual, de modo que palabra e imagen abarquen los espacios sonoro, visual y simbólico por igual. Lo que parece verosímil del punto de vista histórico-antropológico, ya que Leyria¹⁴ defiende que aquella clara diferenciación entre palabra e imagen no es tan óbvía si se considera la indudable circularidad del proceso de creación de la escrita puesto que esta nació vinculada a la imagen. Más aún cuando nos recuerda el nuevo enfoque surgido con los estudios de Derrida, según el cual cabe considerar como escrita todo aquello que sea legible pues “en sentido amplio, escritura es todo sistema semiótico visual y espacial” y “en sentido estricto, es un sistema gráfico de notación del lenguaje”¹⁵.

En cualquier caso, lo que hemos definido hasta aquí está muy cerca de lo que define la poesía en cuanto

modo privilegiado de expresión, intersticio entre la palabra y la imagen. No parece haber dudas sobre su capacidad comunicadora y de captación de la esencia de las cosas ya que “la poesía no se limita a exprimir a través de la imagen un contenido que ya es conocido por sí en su universalidad, si no, al contrario, de acuerdo con su concepto inmediato, ella permanece sustancial, donde aún no ocurrió tal separación ni tal relación”¹⁶. Pound define la poesía como “lenguaje cargado de significado en el grado máximo posible” pues “mucho antes de la lingüística haber colocado en evidencia las principales reglas que dirigen la generación de los signos lingüísticos, la poesía traía, desde sus orígenes, a flor de piel del lenguaje, los laberínticos juegos de palabras, fragmentos de palabras, casi-palabras, flujos y reflujos de vocablos, fuerzas de atracción y repulsión del sonido, de la letra y del sentido que constituyen el campo magnético de la poesía”¹⁷.

Así pues, ¿cuál es la relación actual entre la poesía y el diseño gráfico? Santaella observa el uso recurrente del lenguaje híbrido, que utiliza la palabra y la imagen, y afirma que: “ahora, con la nueva generación de *designers* gráficos que se deleitan con la manipulación de letras, palabras, configuraciones y dibujos /.../, ese código híbrido posee todas las condiciones para tornarse dominante /.../. De lo que puede inferirse que el código hegemónico de este siglo no está ni en la imagen, ni en la palabra oral o escrita, si no en sus interfases, sobreposiciones e intercambios, o sea, en aquello que siempre fué dominio de la poesía /.../ Hoy la imagen está hasta tal punto embutida en la palabra poética que la mera mención del tema –palabra e imagen– parece llevar el pensamiento inexorablemente hacia la poesía”¹⁸.

Dado lo expuesto hasta aquí, creemos que el diseño gráfico puede alcanzar la perdurabilidad por medio de los recursos expresivos y características propios de la poesía, utilizando la palabra y la imagen, o utilizando apenas una de ellas siempre y cuando la otra esté presente de forma implícita. Es decir, utilizando lo que podríamos llamar de palabras-imágenes e imágenes-palabras, recursos verbales con connotaciones imagéticas y recursos visuales con características verbales, promoviendo lo que Baltanás denomina de *desdoblamiento polisémico* y que “permite la integración sutil de los componentes del mensaje”¹⁹.

Veamos algunos artefactos gráficos que ejemplifican esta cuestión. *Un tiro de dados* (Figura 1, p. 159) (1897) de Mallarmé y *El juego de las fábulas* (Figura 2, p. 159) (1965) de Mari pueden ser dos buenos ejemplos. El primero apenas usa la palabra, mientras que el segundo tan sólo usa la imagen... pero de una forma que los hace ser más que puras palabras y simples imágenes. En el caso de Mallarmé serían palabras-imágenes ya que incorporan sonido, ritmo, movimiento; las palabras cobran vida de tal modo que incluso llegan a escapar de la página. Y se tornan imagen. Y a cada momento incorporan nuevos significados. En el caso de Mari serían imágenes-palabras, con una disposición fija y variable al mismo tiempo, y capaces de una historia diferente a cada nueva lectura.

Ambos trabajos utilizan recursos expresivos y características propios de la poesía que colman de significados

cada pieza. Y ambos han demostrado su perdurabilidad ya que hoy continúan absolutamente vigentes.

Hemos seleccionado otros trabajos cuya principal característica es el uso de la palabra y la imagen. Nuestra intención es traer un conjunto variado de artefactos gráficos para contemplar en ellos los efectos de tal uso. Empecemos con la *Tipografía Geométrica* (Figura 3, p. 159) (1931) de autor desconocido. A primera vista un cartel relativamente datable si apenas observamos sus formas geométricas así como el uso de otras características formales tales como la faja roja superior, o la combinación de colores. Pero, más allá del cartel, lo que nos llama la atención son aquellas “figuras” geométricas que en realidad forman una familia tipográfica de carácter experimental. Ante la duda de si esta continúa siendo una propuesta contemporánea, observemos el cartel *Helvética sobre negro* (Figura 4, p. 159) (2004) de Dídac Ballester, que recibió el Premio Daniel Gil 2004 y que fue reconocido en diversas publicaciones del año 2005 como uno de los trabajos destacados del área editorial y de experimentación tipográfica.

Empezamos con la *Tipografía Geométrica* ya que en él las nociones de tipografía e imagen se entremezclan de una forma tan contemporánea como en *Helvética sobre negro* de Ballester. En ambos casos la tipografía parece haber sido llevada hasta sus límites de modo a tornarse imagen.

Veamos ahora *La cantante calva* (Figura 5, p. 159) (1964) de Massin, desde nuestro punto de vista, uno de los trabajos más interesantes de lo ya realizado en el ámbito del diseño gráfico. La expresividad indiscutible de esta pieza editorial alcanzada por medio de las palabras, las imágenes, así como las relaciones que el receptor establece entre ambas, no permite discernir las funciones asumidas por unas y otras. Por un lado, el carácter figurativo de las imágenes no interfiere en la perdurabilidad de este trabajo, posiblemente por que aquellas fueron extraídas de su contexto y simplificadas mediante su uso monocromático y relativamente plano, de tal modo que su expresividad supera con creces la databilidad de sus vestimentas. Por otro lado, las palabras adquieren ritmo, tono, volumen, hasta alcanzar a compartir la escena con los personajes de la obra. De este modo, *La cantante calva* trae aquel equilibrio entre la palabra y la imagen al que nos referimos anteriormente, demostrando las posibilidades comunicativas sobrevenidas con el uso de los intersticios palabra/imagen.

Además de los motivos expuestos, la perdurabilidad de este trabajo se reafirma si tenemos en cuenta el uso reciente que Mirko Ilic (Figura 6, p. 159) (2001) hizo de él para la ejecución de un cartel-libro que llegó como una propuesta completamente nueva para aquellos que no conocían el trabajo de Massin.

Sin embargo, analizando las cosas desde el ángulo opuesto, cabe la posibilidad de que el carácter contemporáneo que percibimos en estos trabajos responda apenas al hecho de aceptar como actuales características propias de los experimentalismos de inicios del s.XX. Siendo así, la perdurabilidad que percibimos en determinados artefactos se debería básicamente al peso de la tradición interfiriendo en la interpretación

realizada por el receptor, educado según el *gusto* institucionalizado que define qué es actual. Acaso ello explique que interpretemos *Normandie* (Figura 7, p. 159) (2000) de Pepe Gimeno, como un artefacto potencialmente perdurable. Los objetos que en él aparecen son tan neutros, tan elementales, que aparentemente no deberan impedir la perdurabilidad de una pieza gráfica que, en nuestra opinión, trabaja la esencia del cartel por medio de un juego de aspecto casi rudimentario en el cual los objetos se convierten en letras que se convierten en palabras que se convierten en imágenes.

Veamos dos ejemplos que apenas usan la imagen. Tanto el *catálogo para la Jollería Belén Bajo* (Figura 8, p. 159) (2000) de Pep Carrió y Sónia Sánchez como el *Zine gráfico de inspiración* (Figura 9, p. 159) de Deanne Cheuk, usan la imagen prácticamente como único recurso. Pero el carácter de ambas piezas es distinto ya que en el primero existe un discurso centrado en explorar y explicar las joyas de la diseñadora, desde un punto de vista casi abstracto que nos permite interpretarlas y reinterpretarlas. Lo que nos parece motivo suficiente para que este trabajo aspire a una perdurabilidad mayor de lo que puede hacer el *Zine* de Deanne Cheuk, producido como un número especial de la revista Neomu. El *Zine gráfico de inspiración* recoge un conjunto de ilustraciones de la diseñadora sin ninguna intención narrativa. Esta falta de discurso del conjunto, o este tipo de discursos cerrados por ser apenas reflejo de una expresión personal, muy común hoy en día en publicaciones como esta con características más próximas de la expresión artística que del diseño pero sin llegar a incorporarse en el mundo del arte, podría ser el motivo por el cual consideramos este tipo de trabajos, desde el punto de vista del diseño gráfico, más propensos a la caducidad.

Sin embargo, la *Memòria del Museu de l'Empordà* (Figura 1, p. 159) (2000) de Bis, hace uso de un lenguaje poético con la palabra como único recurso. Como aquella palabra-imagen anteriormente citada que trasciende la propia palabra y enriquece la expresividad de trabajos como este.

Concluimos, por tanto, que las palabras, así como las imágenes, pueden limitar o expandir la capacidad comunicativa de un artefacto gráfico. Pueden limitarla cuando usadas apenas como palabras e imágenes, pero pueden expandirla en caso de ser usadas como palabras-imágenes e imágenes-palabras, utilizando los recursos expresivos propios de la poesía de forma a apagar los límites entre unas y otras. De modo a, en definitiva, conseguir que el artefacto gráfico alcance la perdurabilidad ya que la poesía, como expresión anterior al lenguaje, que proviene de la sensibilidad y de la imaginación, trae una saturación de significados que amplía las posibilidades de estos adaptarse, ser interpretados y reconocidos a cada nueva época.

Notas

1. Rom, Josep (2002) *Els fonaments del disseny gràfic*. 1.ed. Barcelona: Trípodos Ed. De Blanquerna, p.150. Traducido por la autora.

2. Satué, Enric (2002) *El diseño gráfico*. 11.ed. Madrid: Alianza Edit., p.381.
3. Calvino, Italo (1998) *Seis propuestas para el próximo milenio*. 2.ed. Madrid:Ediciones Siruela, S.A, p.98.
4. Satué *apud* Moholy-Nagy, *Op. Cit.* p.157
5. Adam J e Bonhomme, M.(2000) *La argumentación publicitaria. Retórica del elogio y de la persuasión*. Madrid: Ed. Cátedra, p.244.
6. Pignatari, Décio (2004) *Contracomunicação*. 3.ed. São Paulo: Ateliê Editorial, p.59. Traducido por la autora.
7. Zimmermann (2002) *Del Diseño*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, p.29.
8. Santaella, Lúcia (2001) *Imagem. Cognição, semiótica, mídia*. 1.ed. São Paulo: Iluminuras Ltda., p.82. Traducido por la autora.
9. Nunes, Benedito (2003) *Introdução à filosofia da arte*. 2. ed. São Paulo: Editora Ática, p.60.
10. Santaella, *Op. Cit.* p.82-84.
11. Calvino, *Op. Cit.* p. 97.
12. Eco, Umberto(2003) *Tratado geral de semiótica*. 4.ed. São Paulo: Ed. Perspectiva, S.A., p.152.
13. Calvino, *Ibid.* p.100.
14. Leyria, Ana María (2003) *Discurso o imagen. Las paradojas de lo sonoro*. 1.ed. Madrid: Ed. Fundamentos, p.105-118.
15. Leyria, *Op. Cit.* p.109.
16. Abbagnano, Nicola (1992) *Dicionário de Filosofia Vorlesungen über die Ästhetik*. São Paulo: Ed. Marins Fontes ed. Clockner, III, p.239 *apud.* 4. ed.
17. Santaella, *Ibid.*, p.69.
18. Santaella, *Ibid.* p.69.
19. Baltanás, José. *Diseño e Historia. Invariantes*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2004. p.137.

Referencias

- Adam, J ; Bonhomme, M. (2000) *La argumentación publicitaria. Retórica del elogio y de la persuasión*. Madrid: Ed. Cátedra.
- Baltanás, José (2004) *Diseño e Historia. Invariantes*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- Calvino, Italo (1998) *Seis propuestas para el próximo milenio*. Madrid: Ediciones Siruela, S.A.
- Campos, A. de; Pignatari, D. ; Campos, H. de. Mallarmé. São Paulo: Ed. Perspectiva, S.A.
- Chaves, Norberto (2001) *El oficio de diseñar*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Eco, Umberto (2003) *Tratado geral de semiótica*. São Paulo: Ed. Perspectiva, S.A.
- Heller, Steven; Ilic, Mirko (2005) *Genius Moves: 100 Icons of Graphic Design*. 1.ed. Ohio: North Light Books.
- Ivam. D'après(2005) 1.ed. València: Campgràfic.
- Leyria, Ana María (2003) *Discurso o imagen. Las paradojas de lo sonoro*. Madrid: Ed. Fundamentos.
- Mari, Enzo (2004) *El juego de las fábulas*. Mantova: Edizioni Corraini.
- Nunes, Benedito (2003) *Introdução à filosofia da arte*. São Paulo: Editora Ática.
- Pignatari, Décio (2004) *Contracomunicação*. São Paulo: Ateliê Editorial.
- Rom, Josep (2002) *Els fonaments del disseny gràfic*. Barcelona: Trípodos Ed. De Blanquerna.
- Sala, Màrius (2002) *Editorial Made in Spain*. 1.ed. Barcelona: Index Book S.L.
- Santaella, Lúcia (2002) *Imagem. Cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras Ltda..

- Satué, Enric (2002) *El diseño gráfico*. Madrid: Alianza Edit.
- SihablamosediseñoTM (2004) *Estamos hablando de Diseño Editorial*. 1.ed. Barcelona: Index Books, S.L.
- Index Book (2005) *Select C. Graphic Design from Spain*. 1.ed. Barcelona: Index Book, S.L.

- Zimmermann, Yves (2002) *Del Diseño*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.

Esther Maré. Diseñadora Gráfica, Unicenp, Brasil. Licenciada en Diseño Industrial, Programación Visual, como primera de promoción. Unicenp, Curitiba, Brasil.

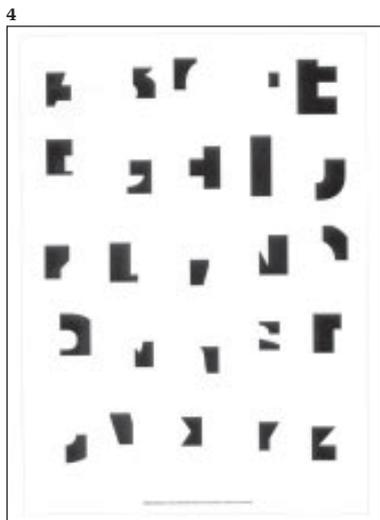
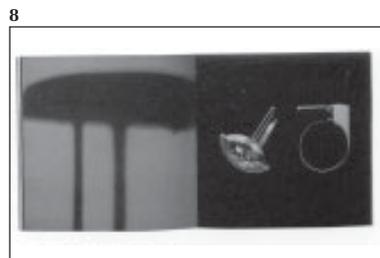
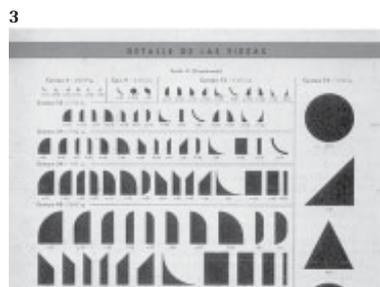
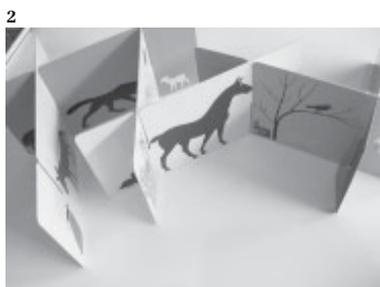


Figura 1. Un tiro de dados. Mallarmé. 1897. CAMPOS et al, 2002, s/n

Figura 2. El juego de las fábulas. Enzo Mari. 1965. Imagen de la autora

Figura 3. Tipografía geométrica, 1931. Autor desconocido si bien la publicación de donde se extrajo, IVAM, 2005, p.14, la atribuye a Joan Trochut.

Figura 4. Helvética sobre negro. Dídac Ballester. 2004. SELECT C, 2005, p.420

Figura 5. La cantante calva. Massin. 1964. HELLER, 2001.

Figura 6. Massin. Mirko Ilic. 2001. sihablamosediseño, 2004, p.151

Figura 7. Normandie. Pepe Gimeno . Proyecto Gráfico. 2000. IVAM, 2005, p.73

Figura 8. Catálogo Jolleria. Pep Carrió, Sónia Sánchez. 2000. SALA, 2002, p.045

Figura 9. Neomu, zine gráfico de inspiración. Deanne Cheuk. sihablamosediseño, 2004, p.9

Figura 10. Museu de l'Empordà. Bis. 2000. SALA, 2002, p.064