

RETÓRICA APLICADA A LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO GRÁFICO

Operaciones para la creatividad

Roberto Gamonal Arroyo

Profesor asociado

Tecnología de la Información y Tecnología del Libro. Departamento Periodismo II. Facultad Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Avda. Complutense s/n. 28040 Madrid (España) - Email: roberto-gamonal@yahoo.es

Resumen

Los conceptos fundamentales de la Retórica para la creación del discurso se pueden trasladar al Diseño Gráfico con la finalidad de construir piezas gráficas que son consideradas, a su vez, discursos visuales. En este sentido, tanto las operaciones retóricas como las figuras derivadas de ellas tienen un papel fundamental como elementos detonantes de la creatividad.

Para evitar el uso de las figuras como un mero recurso estilístico, un error histórico cometido por la propia Retórica, éstas se convierten en la expresión figurada de un argumento en el que se modifica su *grado cero* para que resulte más llamativo e impactante a la audiencia a la que va dirigida el mensaje gráfico.

A través de unas simples operaciones de adición, supresión, sustitución y permutación se producen variaciones de los elementos gráficos

Palabras clave

Diseño Gráfico, Retórica, Creatividad, Operaciones retóricas, Figuras retóricas, Metodología, Enseñanza

Key Words

Graphic Design, Rhetoric, Creativity, Rhetorical operations, Rhetorical figures, Methodology, Teaching

Abstract

The fundamental concepts of the Rhetoric for the creation of the speech can move to the Graphic Design with the purpose of constructing graphic pieces that are considered to be, visual speeches. Both the rhetorical operations and the figures derived from them take a fundamental role as explosive elements of the creativity.

To avoid the use of the figures as a mere stylistic resource, a historical mistake committed by the own Rhetoric, these turn into the figured expression of an argument into the one that modifies his "degree zero" that it turns out to be more showy and striking to the audience which the graphic message is directed. By a few simple operations of addition, suppression, substitution and permutation produce variations of the graphic elements and of his "degree zero" of expression (concept of the Group μ) that crystallize in rhetorical figures that generate new compositions with major expressive and creative power. In this article it will see how the students of Technology of the Book of the degree of Journalism of the UCM apply these rhetorical concepts for the conceptualization, creation and design of books covers.

y de su *grado cero* de expresión (concepto del Grupo μ) que se cristalizan en figuras retóricas que generan nuevas composiciones con mayor potencia expresiva y creativa. En este artículo se verá cómo los estudiantes de la asignatura de Tecnología del Libro de la licenciatura de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid aplican estos conceptos retóricos para la conceptualización, creación y diseño de cubiertas para libros.

Introducción

Los alumnos y alumnas de la asignatura optativa de “Tecnología del Libro” en la licenciatura de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid tenían que desarrollar un proyecto editorial que consistía en:

- Creación de una marca editorial basándose en una línea temática a elegir libremente y la delimitación de un público al que se quieren dirigir.
- Concepto de un diseño que sirva como modelo para una colección de libros.
- Desarrollo de plantilla para las páginas interiores del libro.
- Desarrollo de cubierta que sirva como modelo para las portadas de la colección.

Éste era el trabajo a desarrollar a lo largo de un cuatrimestre. Pero previamente había que hacer una introducción a los fundamentos del Diseño ya que la mayoría no había desarrollado ningún proyecto de Diseño Gráfico a lo largo de la carrera universitaria. Los estudiantes comenzaban el curso con ciertas reticencias ya que arrastraban ciertos prejuicios en torno a la disciplina del Diseño.

Su principal preocupación era que no sabían dibujar y arrastraban la idea preconcebida de que el Diseño era una actividad meramente artística. Para ellos el mundo del Diseño y el del Periodismo estaban muy alejados. Sin embargo, consideraban que el uso y el manejo del software de diseño eran suficientes para desarrollar un proyecto. De nuevo otro cliché muy común.

Así que las clases introductorias a la asignatura se dedicaron a romper ciertos prejuicios en torno al Diseño y a construir puentes que unieran el oficio de diseñar con el oficio de escribir, con el que están mucho más familiarizados. Una materia curricular relacionada con el libro nos iba a permitir explorar la capacidad narrativa y discursiva del Diseño. En definitiva, su capacidad comunicativa e informativa. Y en esto, precisamente un estudiante de Periodismo, sí está preparado.

El punto de encuentro entre los dos oficios está en la Retórica. Mediante una introducción previa de las fases del discurso clásico, se les explicaba cómo los antiguos oradores creaban sus discursos y utilizaban las figuras retóricas para pasar de un len-

guaje en el sentido estricto a un lenguaje figurado con cuatro sencillas operaciones: adición, supresión, sustitución y permutación.

Con la Retórica también se introducía el componente literario y poético adecuado a

la creación de libros. Tomando como referencia los preceptos retóricos, los estudiantes tenían que trasladar su discurso realizado previamente de forma verbal a un discurso visual.

Objetivos

- Demostrar los puntos en común que tiene la Retórica con el Diseño Gráfico.
- Proporcionar una metodología flexible y comprensible para la creación de Diseño Gráfico.
- Comprobar la eficacia de los conceptos retóricos aplicados a la enseñanza del Diseño Gráfico.
- Localizar las operaciones y figuras retóricas realizadas en los diseños.
- Utilizar las operaciones y figuras retóricas para potenciar la expresividad y la creatividad de los diseños.

Metodología

De todas las tareas realizadas por los alumnos y alumnas este estudio se centra en la de diseño de cubiertas para libros. La realización de esta tarea y la recogida de datos para su posterior análisis se realizaron me-

dante observación participante. Se recopilaron un total de 20 trabajos realizados por los estudiantes y sus resultados fueron analizados mediante la técnica de análisis del discurso.

1. Fundamentación de la Retórica del Diseño Gráfico

1.1. Revisión de las teorías previas

El profesor García (2005) comenta que el objeto de la Retórica es el ser humano mismo y a ella le concierne todo lo relacionado con él, especialmente la comunicación. Basándose en Roland Barthes afirma

que el valor de la Retórica está en su “principio regulador general” y que sus conceptos generales son aplicables a todos los objetos sociales, que se materializan en “una retórica del sueño, una retórica de la moda o una retórica de la literatura o de la pintura y muy especialmente una retórica

de la imagen” (García García, 2005). Precisamente podemos empezar a hablar de una Retórica del Diseño Gráfico desde la publicación del semiólogo francés de su conocido artículo “Retórica de la imagen” en el que analizaba desde la perspectiva gráfica y visual el anuncio de Pastas Panzani. A este texto publicado en 1964 le han seguido otros como “Retórica de la imagen publicitaria” de Jacques Durand (1972) o el “Tratado del signo visual” del Grupo μ (1993). Estos tres textos fundamentan teóricamente la existencia de la Retórica en la sustancia expresiva de la imagen desde la perspectiva de la Semiótica, rompiendo así el tradicional dominio en este terreno de la palabra oral y escrita.

Desde el campo del Diseño otros autores comienzan a vislumbrar la aplicación de la Retórica a esta disciplina. Gui Bonsiepe pone en valor el enfoque retórico porque considera que “puede conducir a las comprensión profunda de los fenómenos que un diseñador gráfico afronta en su obra proyectual cotidiana” (Bonsiepe, 1999, p. 75). Françoise Enel (1977) se centra en el cartel como pieza gráfica y habla de una retórica del significante y del significado. También resalta el papel de las figuras retóricas como técnicas o estrategias que emplea el diseñador gráfico para la creación de carteles.

Actualmente se pueden distinguir dos grandes escuelas de investigación en la Retórica del Diseño:

- una norteamericana con autores como Victor Margolin y Richard Buchanan que editaron una de las obras de referencia para la creación del Discurso del Diseño: “Design Discourse. History, Theory, Criticism” con notables aportaciones teóricas de autores como Moller, el propio Buchanan, Ehses, Kinross, etc. (Margolin, 1989).
- otra mexicana, que recoge las ideas de la anterior, pero que aporta su punto de vista particular como la visión social del Diseño Gráfico por parte de Alejandro Tapia (2004), la aportación a la enseñanza de Luis Antonio Rivera (2007) y la perspectiva psicológica de Román Esqueda (2003).

1.2. Conceptos fundamentales

Se debe tener en cuenta que la elaboración de un diseño entraña la creación de un discurso persuasivo que se dirige a un público determinado para ejercer sobre él una influencia que le mueva a realizar una acción: comprar un producto, utilizar un servicio, modificar un hábito o una creencia o, simplemente, informarse.

Del mismo modo que comparten objetivos, la Retórica ayuda al Diseño Gráfico a estructurar la creación de un mensaje visual siguiendo unas pautas muy parecidas a las que utilizaban los oradores clásicos.

A continuación se repasarán las fases del discurso retórico clásico para ver cómo se relaciona con la forma de trabajar de un diseñador gráfico.

Inventio: en esta fase se comienza a buscar ideas y argumentos conforme al discurso que se va a realizar y al público al que nos dirigimos. Se parten de ideas comunes o tópicos que se verán transformados para resultar más eficaces y atractivos con la intención de lograr el objetivo previsto.

Los diseñadores gráficos también tienen en cuenta estos aspectos a la hora de iniciar su proceso de creación. Comienzan con la búsqueda de conceptos a transmitir que equivalen a los argumentos retóricos. Estas ideas preliminares nacen de forma textual para después transformarse en imagen. Pero esta transformación se va realizando de forma paulatina desde el boceto hasta la obtención del resultado deseado.

Dispositio: consiste en la distribución y ordenación del contenido del discurso. En esta etapa se crea la estructura. En el Diseño Gráfico el elemento ordenador de los elementos gráficos en el formato es la retícula, un sistema de guías que establece la colocación del texto y de las imágenes.

El boceto sigue evolucionando y se perfecciona la colocación de los elementos gráficos dentro de la retícula teniendo en cuenta su ordenación espacial dentro del formato.

Elocutio: en ella se trabaja la expresión formal del discurso. Los argumentos bus-

cados a través de los tópicos se transforman mediante operaciones retóricas para resultar más atractivos. Mediante el *ornatus* se buscan las figuras retóricas más apropiadas para la expresión.

El boceto se sigue perfilando para potenciar su expresividad. Los elementos gráficos son transformados para potenciar su capacidad expresiva. Y los diseñadores gráficos también emplean figuras retóricas para lograr su objetivo.

Estas tres primeras fases son eminentemente creativas y se producen de forma simultánea. La interacción de las tres fases produce la propuesta gráfica que se presentará inicialmente antes de su producción e impresión.

Memoria: en la Retórica se corresponde con la fase de memorización del discurso por parte del orador que emplea recursos mnemotécnicos para aprendérselo antes de llevarlo a cabo. En el Diseño Gráfico equivale a la preparación de la presentación de la propuesta gráfica al cliente para convencerle de que es la más adecuada a los objetivos propuestos. La presentación se completa y se continúa desarrollando en la *actio*.

También tiene una segunda parte en la que, una vez que la propuesta ha sido aprobada por el cliente, hay que preparar el diseño para su impresión. Esto se denomina “arte final” que consiste en la recopilación y preparación de los documentos informáti-

cos con las especificaciones técnicas para su correcta impresión.

Actio: es la puesta en escena y la representación del discurso ante el auditorio. El orador escenifica su actuación ante el público y el discurso se materializa. En el Diseño Gráfico se pone a prueba también las dotes oratorias del diseñador a través de su presentación ante el cliente. Y ésta suele ir acompañada de recursos visuales y/o audiovisuales que apoyan los argumentos esgrimidos por el diseñador para convencer a su cliente.

Al igual que en la memoria se da una segunda parte tras la aprobación del cliente. Si no fuera así, el proceso se debe revisar desde el principio otra vez.

La *actio* correspondería a la materialización del diseño a través de su impresión. La idea inicial ha tomado cuerpo y se convierte en un objeto tangible en forma de libro, publicación, cartel, logotipo, etc.

Una vez revisadas las fases de creación del discurso nos vamos a centrar en las operaciones y figuras retóricas que son lo que principalmente nos ocupa como detonantes de la creatividad.

2. Figuras y operaciones retóricas

En la Retórica, las figuras son la expresión desviada de la norma cuyo propósito es lograr la adhesión del auditorio más allá de su efecto estilístico mediante la modificación de las unidades o estructuras lingüísticas o la modificación de su significado. Por lo tanto, se aborda desde el criterio de lo insólito y el extrañamiento. Pero su uso debe estar conforme a la argumentación, de lo contrario se convierte en un mero recurso embellecedor del discurso. A este respecto, Perelman (1989, p. 268) afirma que, como consecuencia de la tendencia de la Retórica a limitarse a los problemas de estilo y de expresión, “las figuras fueron consideradas cada vez más como simples ornatos, los cuales contribuían a crear un estilo artificial y florido”. Desde el punto de vista de los clásicos, el uso de una figura

que produce una desviación injustificada es un *vitium* (vicio).

Frente a esta visión ornamental de las figuras hay que advertir que muchas de ellas constituyen verdaderos esquemas de pensamiento y que por sí mismas pueden constituir un argumento. Destacan especialmente los tropos que son figuras que se desvían de su contenido original para albergar otro. Los tropos más destacados son la metáfora, la metonimia y la sinécdoque que se basan una transferencia de significado de una expresión a otra mediante una relación de semejanza, correspondencia y conexión, respectivamente.

Para que exista una figura retórica se debe poner en juego una estructura discernible independiente del contenido y un empleo

que se aleja de la manera normal de expresarse y que, por consiguiente, atrae la atención. Su eficacia dependerá de si el auditorio la detecta como un giro del lenguaje, pero a la vez, la considera normal y pertinente dentro del discurso y, por lo tanto, la comprende. La figura debe permitir que el receptor complete el mensaje y si no la entiende, no contribuirá a la correcta comunicación.

Existen numerosas clasificaciones de las figuras retóricas, pero aquí se tomará la que se establece en función de las operaciones que se realizan para la modificación. Estas operaciones también son pertinentes y adecuadas para aplicar en el Diseño Gráfico:

Adición (*adiectio*)

Consiste en agregar a la palabra, al sintagma, a la oración o a la línea temática elementos ajenos que proceden del exterior. La adición se puede realizar de forma simple, añadiendo elementos yuxtapuestos, o de forma repetitiva.

Supresión (*detractio*)

Se trata de eliminar, de forma parcial o completa, algún elemento formal o semántico que pertenece al discurso, quedando así fuera de él.

Sustitución (*inmutatio*)

Tiene un mecanismo doble porque primero se debe producir una supresión para posteriormente realizar una adición. La sustitución puede ser:

Parcial: cuando opera sobre una unidad menor contenida en una unidad mayor.

Completa: cuando la unidad es reemplazada con todos sus elementos.

Negativa: cuando la unidad es reemplazada por otra que constituye su negación.

Permutación (*transmutatio*)

Consiste en trastocar el orden lineal de las unidades de la cadena discursiva, sin alterar su naturaleza formal. La permutación puede ser indistinta, es decir, sin conformarse mediante un orden preestablecido, o por inversión, obedeciendo a un orden propuesto.

3. Desarrollo del diseño de cubiertas de libros

Partiendo de las premisas teóricas anteriormente explicadas los alumnos eran conscientes de que más que dibujar, lo que tenían que hacer era *escribir* con signos visuales un discurso de carácter gráfico que sintetizara el contenido de una obra literaria como es un libro. Las portadas de los

libros era el formato donde podían desarrollar con mayor libertad su creatividad.

Estaban obligados a diseñar ellos mismos la imagen de la portada. Es decir, no podían tomar una foto de banco de imágenes que fuera adecuada a la temática del libro.

Tenían que crear *ad hoc* la imagen para esa cubierta. Y podían utilizar cualquier técnica para hacerla, pero ante la falta de destreza en el dibujo, se les recomendó el uso de la técnica del collage de forma tradicional o bien digital mediante un programa informático de retoque de imagen.

En esa imagen tenían que poner en relación dos o más elementos icónicos que por separado tenían un significado distinto, pero que al ser puestos en común en la imagen de la cubierta cobraban un nuevo significado que expresara el sentido y la síntesis del libro: una idea o argumentación

gráfica resaltada mediante el uso de figuras retóricas y creada mediante las sencillas operaciones retóricas de adición, supresión, sustitución y permutación. De esta manera, se rompía el *grado cero* de los signos icónicos por separado para crear un sentido figurado acorde con el espíritu de la obra.

Se les puso como ejemplo, los carteles que el diseñador español Isidro Ferrer creó para la obras de teatro de la temporada 2006-2007 en el Centro Dramático Nacional. Son diseños sencillos, formas en silueta y contorno, con una paleta cromática limita-

Figura nº 1: Carteles de la temporada 2006-2007 del Centro Dramático Nacional diseñados por Isidro Ferrer



Fuente: Centro Dramático Nacional. http://cdn.mcu.es/index.php/es/Material_audiovisual/Carteles/

da, pero muy impactantes que resumen la obra teatral poniendo en juego dos elementos gráficos que unidos crean extrañamiento en el receptor.

A continuación se muestra el análisis de tres de los diseños presentados por los estudiantes.

3.1. *Cubierta para “Jack el Destripador”*

Proyecto editorial realizado por Ángel Amador y Nerea Bilbao bajo el nombre de Enigma, una editorial que apuesta por las novelas negras y de suspense en formato de bolsillo para un público joven. Libros de intriga a un precio asequible, pero con una apuesta gráfica impactante en las cubiertas como reclamo y llamada de atención al lector.

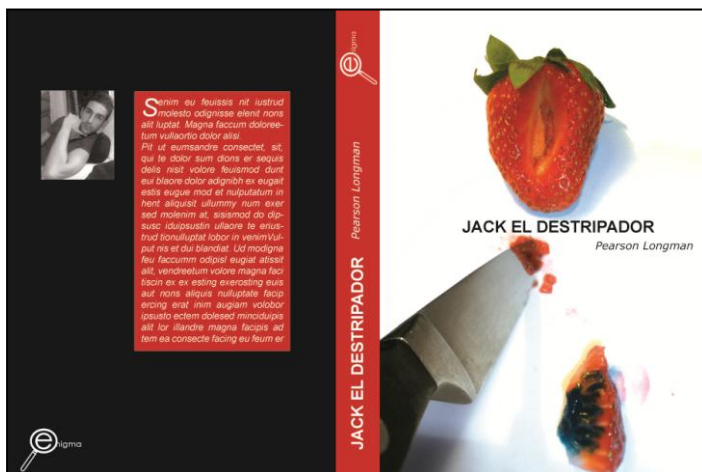
Para la realización de la portada, los alumnos crearon su propio bodegón fotográfico en dos partes: primero la fresa y después el

cuchillo. En la primera parte intervinieron sobre la fresa real cortando un trozo en el medio y posteriormente tiñéndolo de tinta negra y esparciendo el jugo de la fresa negra y esparciendo el jugo de la fresa sobre el soporte blanco como manchas de sangre. En la toma fotográfica del cuchillo eligieron un plano cenital para crear una diagonal que creara tensión visual. Todo ello se montó en Photoshop alterando la saturación de los colores para darle mayor potencia expresiva.

Desde el punto de vista conceptual y semántico, los alumnos querían representar la figura femenina mediante la fruta y reproducir literalmente la acción de destriparla. En la composición, las líneas direccionales conducen directamente la mirada del lector al título de la obra.

Para elaborar el concepto gráfico los alumnos utilizaron conscientemente las operaciones retóricas de adición (sumando las imágenes del cuchillo y la fresa y añadiendo

Figura nº 2: *Cubierta para Jack el Destripador*



Fuente: Ángel Amador y Nerea Bilbao

tinta negra al trocito extirpado) y de supresión (quitando la parte central de la fruta). La idea o argumentación gráfica está expresada principalmente mediante el uso de la metáfora en la que la fresa representa a las mujeres asesinadas por Jack el destripador.

3.2. Cubierta para Explorando la Cultura “Explorando la Cultura Clásica: Danza y Música”

Las alumnas Oñez Ayuso, Berta Calvo y María Yagüe crearon para su proyecto editorial llamado Debulé (un paso de ballet) un diseño de colección de libros en el que se relacionaba la Danza con otras artes. En este caso se apostaba, por un formato grande y de lujo, con un diseño elegante basado en la amplitud de blancos y en la elección de tipografías clásicas. Obras dirigidas a un público selecto de alto nivel cultural y económico.

Para la realización de la imagen de la portada pusieron en común dos elementos antagónicos que representarían la disciplina de la Música y la de la Danza. En la parte superior, el busto pertenece a una obra pictórica que retrata a Beethoven. Por el

3.3. Cubierta para “Fotoperiodismo: primeros pasos”

El proyecto editorial Erato, realizado por Esther Pareja y Arian Zargaran, se basa en la creación de una colección de libros sobre Fotografía. Como suele ser propio de esta

contrario la imagen inferior es una fotografía realizada por las alumnas en una sesión de entrenamiento.

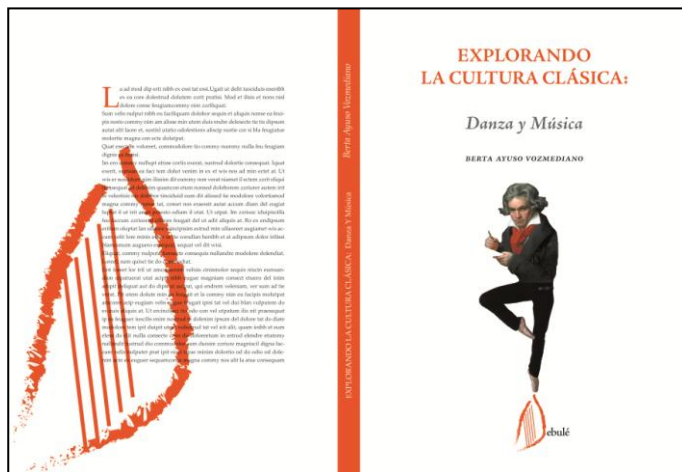
Ambas imágenes se montaron en Photoshop, creando como resultado una imagen que provoca extrañeza al estar realizada mediante dos técnicas diferentes (pintura y fotografía) y al pertenecer a figuras de sexo diferente.

La composición de la portada tiene un equilibrio delicado lleno de gracia y sutileza propiciado por la postura de ballet y atenuado por las alineaciones centrales de los textos.

El concepto gráfico toma fuerza mediante el uso de las operaciones retóricas de supresión (quitando de las imágenes la partes superior e inferior) y adición (sumando ambas para crear un nuevo cuerpo formado por partes de personas distintas). La creación de la imagen resultante responde a la figura retórica de crisis mediante la yuxtaposición de los dos elementos del torso y las piernas procedentes de diferentes imágenes dando lugar a una nueva imagen completa con un nuevo sentido.

temática son libros de gran formato para dar protagonismo a la imagen. La orientación de la colección es de marcado carácter didáctico por lo que va dirigida a un público joven que quiere aprender los secretos de la Fotografía con un toque desenfadado y divertido. Su producción está pensada

Figura nº 3: *Cubierta para Explorando la cultura clásica: Danza y Música*



Fuente: *Oñez Ayuso, Berta Calvo y María Yagüe*

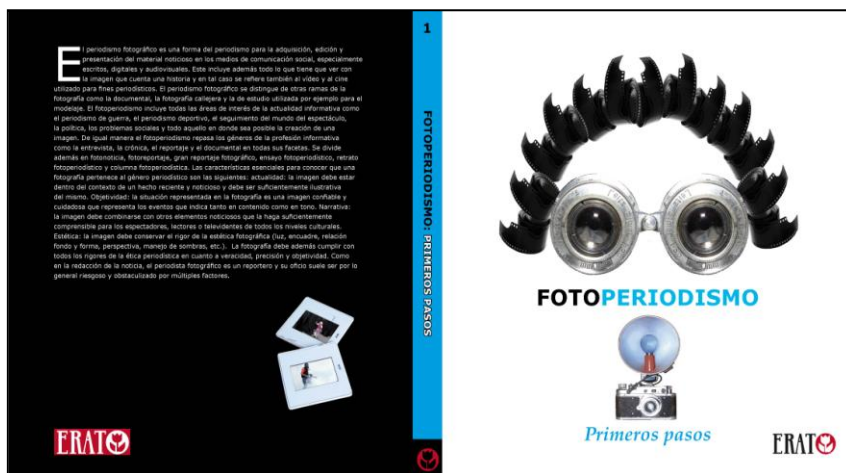
para no resultar un producto excesivamente caro.

La imagen de la portada está diseñada utilizando la técnica del collage digital. Los alumnos han utilizado tan solo tres elementos (rollo de película, objetivo y cámara) para crear una composición que quiere representar un rostro humano, asignando a cada uno una función representativa totalmente distinta a la que ejercen por separado y fuera del contexto de esta portada:

cabellera ensortijada, ojos y boca, respectivamente.

Para el desarrollo del concepto gráfico han utilizado la operación retórica de adición, consiguiendo que la repetición de los elementos forme un rostro humano. Es precisamente por esto, por el uso de objetos inanimados a los que dan vida propia que han expresado su argumentación gráfica dándole mayor potencia y expresividad mediante el uso de la figura retórica de personificación o prosopopeya.

Figura nº 4: Cubierta para Fotoperiodismo: primeros pasos



Fuente: Esther Pareja y Arian Zargarán

Conclusiones

Se ha podido comprobar cómo aplicando los conceptos retóricos se pueden lograr diseños que, como los discursos retóricos, sean persuasivos y atractivos en forma de cubiertas de libros. La aplicación de la Retórica en la enseñanza del Diseño Gráfico se muestra como una metodología didáctica a tener en cuenta por su flexibilidad y facilidad de comprensión por parte de estudiantes que no están familiarizados o no tienen competencias propias de las artes plásticas.

En cierta manera, lo que se les plantea es que diseñar es como escribir, pero con signos visuales. Con estos signos pueden

realizar múltiples y sencillas variaciones gracias a las operaciones y las figuras retóricas para buscar las formas de expresión más adecuada y atractiva a su mensaje.

No es tan necesario un dominio de las destrezas propias del Diseño Gráfico como un dominio de las competencias comunicativas para construir un mensaje de carácter gráfico.

La utilización de figuras retóricas no responde a un objetivo puramente estético, sino que son pequeñas estrategias o técnicas creativas para configurar expresiones de un concepto o argumento visual de una forma más original y atrayente.

Referencias

- Barthes, R. (1986). Retórica de la imagen. En *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, 29-47. Barcelona: Paidós.
- Bonsiepe, G. (1999). *Del objeto a la interfase. Mutaciones del Diseño*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Enel, F. (1977). *El Cartel: Lenguaje, Funciones, Retórica*. Valencia: Fernando Torres Editor.
- Dondis, D.A. (1976). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Durand, J. (1972). Retórica e Imagen publicitaria. En Metz, C. et alt. *Análisis de las imágenes, 81-112*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Esqueda, R. (2003). *El juego del Diseño. Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa*. México: Editorial Designio.
- Gamonal Arroyo, R. (2009): Retórica y retícula: la dispositio en el diseño gráfico. En Fabela, J. (comp.). *Imagen y espacio. Notas sobre Diseño y Arquitectura*, 24-43. Guanajuato: Libros a cielo abierto.
- García García, F. (2005): Una aproximación a la historia de la Retórica. En *Revista Icono 14, año 3 vol. 1* nº5. Consultado 2 de junio de 2011 en <http://icono14.net/index.php/revista/historico/a-no-3-2005/no-5-retorica>
- Grupo μ (1993). *Tratado del signo visual*. Madrid: Cátedra.
- Haslam, A. (2007). *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona: Blume.
- Jakobson, R. (1981). *Ensayos de Lingüística General*. Barcelona: Seix Barral.
- Llovet, J. (1981). *Ideología y metodología del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Margolin, V. (1989) [ed]. *Design Discourse: History, Theory, Criticism*. Chicago: University Chicago Press.
- Perelman, CH. y Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación*. Madrid: Editorial Gredos.
- Rivera Díaz, L. A. (2007). *La Retórica en el Diseño Gráfico*. México: Encuadre.
- Tapia, A. (2004). *El diseño gráfico en el espacio social*. México: Editorial Designio.

Cita de este artículo

GAMONAL ARROYO, R. (2011) Retórica aplicada a la Enseñanza del Diseño Gráfico. Operaciones para la creatividad. *Revista Icono14 [en línea] 1 de Octubre de 2011, Año 9, Vol. Especial*, pp. 410-422. Recuperado (Fecha de acceso), de <http://www.icono14.net>