

## O design de diálogos hermenêuticos com o design gráfico: O processo de interpretação



<https://doi.org/10.56238/interdiinnovationscrese-047>

### Luz del Carmen Vilchis Esquivel

Dra.

Programa de Pós-Graduação. Escola Nacional de Artes Visuais.

Universidade Nacional Autônoma do México (UNAM)

E-mail: [linusviel@gmail.com](mailto:linusviel@gmail.com)

### RESUMO

O designer gráfico toma decisões importantes durante o processo metodológico, com interpretações baseadas no conceito de diálogo. Os usuários ou receptores das mensagens também interpretam essas mensagens por meio de perguntas e respostas. Essas situações dialógicas são condicionadas por elementos semióticos determinados por objetos, contextos e opiniões preconcebidas, considerados pelos modelos hermenêuticos que permitem explicar disciplinas que, como o design gráfico, não podem ser estudadas por meio de métodos científicos.

Isso pode ser explicado visualizando os fragmentos do processo de comunicação visual como uma espiral em constante movimento (ideia que ultrapassa o círculo hermenêutico clássico) em uma sequência de esferas ou momentos que giram no tempo e no espaço, como na teoria das esferas de Sloterdijk, que significa um modo contemporâneo de olhar a globalização.

Da mesma forma, trata-se de uma nova forma de abordar a teoria do design gráfico do ponto de vista filosófico que conduz relações conceituais que consideram o conceito de design como uma partícula em um universo de conhecimento. Nessa linha de pesquisa, esse é o caminho para direcionar o design para o humanismo, como um compromisso inescapável com o ser humano e os horizontes futuros da cultura visual.

**Palavras-chave:** Design Gráfico, Hermenêutica, Semiótica, Metodologia, Comunicação visual.

## 1 INTRODUÇÃO

A linguagem visual, veículo do pensamento visual, é o recurso mais importante no design gráfico, sua importância é declarada nas expressões do design e na criação do conhecimento do fenômeno da visualidade, onde o diálogo é fundamental como condição de possibilidade de compreensão, pois permite abordar a essência de um fato comunicativo e a série de eventos que constituem o processo de design e os objetos projetados, tudo isso condicionado pelo contexto, pelo momento e pela interpretação como elos com o texto.

A interpretação, como qualquer ato filosófico, apresenta-se primeiramente como um problema ligado à necessidade de compreender, cujos elementos são: experiência – que implica conhecimento prévio –, *lógica* – que supõe organização do pensamento –, *pretensão de verdade* – entendida como proposições que se articulam entre si – e *método* – como modo fundamental de pensar.

Gadamer sugere três pontos inter-relacionais de relevância para a linguagem e a compreensão: primeiro, a universalidade da linguagem; Todo diálogo tem o potencial do "infinito interior",



uma capacidade de raciocinar, projetar o entendimento no outro e ler nas entrelinhas. Esse diálogo pode ser na forma de um verbete reflexivo de um diário, de uma narrativa dos participantes da pesquisa ou de um diálogo cotidiano nas ciências sociais e da saúde. [...] Em segundo lugar, Gadamer refere-se ao esquecimento essencial da linguagem; ao perder o sentido do que é dito, há potencial para que o ser real da linguagem se desdobre [...] Gadamer desenvolve a reflexividade ontológica (experiências de vida do mundo) da linguagem como meio de comunicar o significado do que os outros dizem e escrevem. Como será mostrado, essa liberdade ontológica engloba historicidade, temporalidade e autenticidade por meio da análise hermenêutica. Por fim, o que Gadamer chamou de eu-não-eu. Quando falamos, falamos com alguém e com o nosso interior. Ao nomear a palavra (em texto ou visualmente) possibilitamos o efeito unificador da linguagem e da comunicação com os outros [...] (Regan, 2012, p. 289)

A compreensão é entendida como inoculação, um modo de representação cujo recurso de compreensão e expressão é a linguagem, cuja condição essencial – o diálogo – obedece a uma condição fundamental: "falar da mesma coisa através daquilo que não é semelhante..." (Alleman, 1965, p. 122)

A questão, em diálogo, busca profundamente a totalidade de um processo não arbitrário; é um incidente que Heidegger denominou um evento em que as perspectivas do conhecimento influenciam "o círculo de uma existência histórico-humana" (Heidegger, 1980, p. 45), onde o sentido autêntico é encontrado quando se pergunta sobre o extraordinário. Gadamer, em sua concepção de hermenêutica, aceita a interpretação da facticidade, entendida como compreensão orientada pela tradição e pelos recursos da linguagem.

Para que o diálogo exista, os eventos fornecem as condições de perguntas e respostas. É aí que reside o veículo da hermenêutica, onde as possibilidades discursivas – linguagem e tradição – se fazem presentes para a compreensão, "realiza-se verdadeiramente uma conversação, onde o outro sai para o encontro, [isso serve] para qualquer forma de abordagem de um texto" (Gadamer, 1995, p. 37) que, no caso da visualidade, se relaciona por meio da percepção.

As experiências visuais, que são satisfadoras de necessidades, têm intencionalidade e direção para um estado de coisas, especificam paradigmas e, portanto, seu conteúdo equivale a uma proposição completa na qual a percepção visual é uma relação entre a mente e o mundo. A experiência intencional tem um sentido consciente, ao contrário da experiência perceptiva, que se limita às condições físicas.

## 2 HERMENÊUTICA NO DESIGN GRÁFICO

No design gráfico, como experiência intencional e perceptiva, a ação hermenêutica descobre o horizonte do texto visual, dos intérpretes que participam dos processos dialógicos de comunicação e dos diferentes contextos do processo de compreensão cujo poder dialógico é gerado a partir de horizontes intersubjetivos; Gadamer considera que no diálogo há um aspecto medial que integra horizontes (o campo de visão que inclui tudo o que é visível de um ponto específico) e tradições (resultante da fusão de história e compreensão). (Muñiz, 1989, pp. 67 e 68) Isso se dá por meio de um processo que integra o estranhamento das aparências, a assunção da ignorância, o exercício da memória, o retorno a categorias como essência, verdade e ser, e a prática ética, "deslocamento,



trajetória, esforço, movimento, tudo isso pertencente a essa ideia de conversatio" (Foucault, 1994, p. 87)

O processo de design é uma conversa que envolve reciprocidade como um conhecimento compartilhado e um ditado sustentado entre emissor-designer, designer-emissor interno e emissor-designer interno, o resultado, a comunicação visual do design gráfico, deve ser baseada na intencionalidade e compreensão. "As relações entre palavras e conceitos, por um lado, conceitos e coisas, por outro, não são equivalentes. Podemos chamar a primeira relação (palavras-conceitos) de "*semântica*" e a segunda relação (conceitos-coisas) de "*representativa*" [...] ambos os casos representam uma referência intencional" (Llano, 1999, p. 125)

O diálogo no design, é o resultado do conhecimento da linguagem visual, e essa linguagem visual inclui domínio técnico, bem como regras funcionais combinadas com a consciência do que é dito. Os diferentes códigos são os recursos, e o sentido é o pano de fundo da comunicação visual refletindo intenções, sem contornar os argumentos persuasivos (García, 1995, p. 14) que o diálogo supõe, base incontornável de interpretações.

O curso dialógico no processo de design supõe, além da compreensão, uma consequente eficiência da comunicação visual. O cuidado excessivo com a forma e o esquecimento do sentido provocando a falta de diálogo e aumentando a solidão dos indivíduos, gera sujeitos que não resistem às tendências publicitárias e aceitam pseudomitos efêmeros que desvalorizam a importância da memória e do espírito crítico, predominando o esquecimento dos outros, caindo no que Baudrillard chama de "cultura anoréxica": uma cultura de nojo, de expulsão, de antropoemia, de rejeição" (Vattimo, 1989, pp. 27-28) Fenômenos como o *marketing*, o *styling*, a *embalagem* ou a *criação de uma imagem* são práticas induzidas pelas formas de produção, promoção e consumo que reduzem ou anulam a possibilidade de comunicação e as condições de diálogo, afirma Rubert de Ventós (1984) que, aludindo ao ponto de vista visionário de Tomás Maldonado, coincide com a progressiva hipertrofia da mídia devido aos dominantes técnicos, econômicos e políticos que se impõem de acordo com as necessidades de alguns sistemas produtivistas. Tomás Maldonado, declarado desde 1953:

O ato comunicativo é realizado de acordo com regras que as partes envolvidas estão familiarizadas, e assim o participante de um diálogo – intencionalmente atua simultaneamente como intérprete e depende da linguagem em duas perspectivas, o domínio sintático, e a compreensão do que ocorre através da linguagem, é aí que reside o problema hermenêutico que está imerso no jogo da linguagem. (Rubert, 1984, p. 83-90)

As materializações da linguagem visual, cuja qualidade mais importante é a comunicação, evidenciam as seguintes funções: reproduzem culturalmente ou atualizam tradições, integram socialmente os indivíduos e interpretam as necessidades sociais da comunicação visual. O que o intérprete procura é entender.



Entre as implicações mais importantes estão a distância do objeto, a influência do contexto, as suposições e a compreensão prévia a uma comunicação. Habermas afirma que a função de intérprete não pode ser desviada, pois um diálogo deliberado e o sentido de que os resultados dele só podem ser compreendidos em um processo de comunicação, que pode se transformar em uma dependência do contexto e uma interpretação não neutra. (Habermas, 1996, p. 40-42)

### 3 INTERPRETAÇÃO COMO COMPREENSÃO DA VISUALIDADE

O texto visual é uma forma de diálogo hermenêutico, e se apresenta em diferentes formas discursivas de intersubjetividade, que são sempre, na forma de desvelamento, respostas a perguntas. Essa relação hermenêutica e dialógica, com seu caráter de teoria da compreensão, permite compreender que a linguagem visual é uma mediação necessária para a abordagem da realidade, expressando sempre um excesso de sentido nos diferentes meios do design gráfico.

A hermenêutica, e portanto a interpretação, manifesta-se nas teorias e na *práxis*, como as ações de uma filosofia tolerante cujas ligações com a retórica e a persuasão pressupõem que *em toda compreensão há autocrítica, assim o paradigma hermenêutico* deslocou o modelo tradicional da teoria do conhecimento pelo modelo dialógico, apontando para duas trajetórias na comunicação visual: uma vertical que remete à identidade e à tradição e uma horizontal que envolve a mediação da intencionalidade, da mensagem e dos meios. Portanto, o projeto gráfico é interpretável, e se o processo em que está imerso fosse ignorado, a compreensão clara do conceito que ele expressa seria obstruída.

A função comunicativa do design gráfico como objeto intencional amplia sua capacidade transformadora, pertence ao campo da compreensão – tanto da *linguagem verbal quanto da visual*, vale ressaltar, pois ambas fazem parte dos códigos de design – *e se expressa na relação dialógica entre o emissor da mensagem e o receptor, o receptor e o comunicador da mensagem, o comunicador e aquele que a visualiza*, como em qualquer diálogo, sua ocorrência "é análoga a um jogo [...] conversar, dialogar, é entrar num jogo com outro [...] um diálogo genuíno não é dirigido, não é manipulado de antemão" (Muñiz, 1989, p. 72), o diálogo no design gráfico é considerado um evento sem acordo prévio.

Meus estudos sobre os fenômenos que se apropriam do design gráfico e sobre como designers em diferentes períodos viram e representaram mensagens, levaram-me a afirmar que toda relação com o objeto projetado gráfico transmite uma comunicação intencional que não é exclusivamente perceptiva, é descritiva porque o intérprete define limites e relaciona suas características, e é explicativa porque compreende suas estruturas significativas. Assim, o design é entendido como portador de forma, de conteúdos simbólicos e de elementos de validação social.

Cada objeto projetado deve ser compreendido sob a perspectiva mais adequada: a interpretação tem a ver aqui com o sentido oculto que deve ser revelado, onde cada objeto de design gráfico representa um sentido compreensível que precisa de interpretação.



Os objetos de design gráfico, cuja intencionalidade está centrada na comunicação visual, e que são entendidos como textos visuais, integram vínculos dialógicos por apresentarem espectros semânticos que exigem ser diferenciados, ou seja, ser pensados, cuja leitura possível está sujeita às considerações de compreensão. Vale, portanto, falar, coincidindo com Mauricio Beuchot, da questão hermenêutica no design gráfico em que o objetivo principal é a validação do contexto.

O conhecimento da gramática visual consiste nos elementos, estruturas e regras subjacentes a formas culturais específicas de comunicação visual. Os elementos visuais são chamados de participantes. Cada texto visual inclui dois participantes principais: participantes desenhados (todos os seres humanos, eventos, objetos e outras formas aparecem na imagem) e participantes interativos (criadores de imagens e visualizadores de imagens). Criador de imagens é uma pessoa ou grupo que cria a imagem; e image-viewer é uma pessoa ou comunidade que usa a imagem. Cada participante, seja potencial ou real, torna-se recurso semiótico são relacionados entre si, realistas ou virtuais, e formulados sobre seu significado social. Todos os participantes estão conectados ou não para formar uma variedade de relações, estruturas e processos de interação em duas formas possíveis de estruturas de representação: narrativa e conceitual. (Moerdisuroso, 2017, p. 87)

Toda pergunta indaga uma resposta interpretativa acompanhada de argumentação interpretativa sempre em busca da compreensão, o que significa esse desenho? O que ele está tentando dizer? A quem se dirige? O que isso me diz? Ou o que me diz agora? E outras questões que têm fronteiras específicas: os limites de um projeto acabado, um projeto que não permite modificações físicas nem estruturais.

Jauss, na tentativa de analisar o horizonte como recurso hermenêutico interpretativo, remete os intérpretes para a dimensão semiótica, codificada no objeto, e para a dimensão receptora, ligada à *práxis*. (Castañares, 1994, p. 73-80) Dessa forma, no âmbito da teoria da recepção, infinitas interpretações não são possíveis, pois o horizonte faz parte do objeto. Jauss coincide com Gadamer nas formas sincrônicas e diacrônicas de fusão de horizontes, cuja experiência se reflete no comportamento comunicativo expresso em contextos específicos. Nessa perspectiva, a estrutura da compreensão da criação em design gráfico não é assimilada como mera projeção da contemporaneidade, mas se manifesta na fusão de horizontes onde o emissor externo, o designer, o emissor interno e o design, sujeitos e objetos de compreensão, co-pertencem uns aos outros.

A trama da memória é o que une e liga os fios das experiências anteriores com o que é percebido, e a universalidade semântica – entendida como a capacidade de transmitir conhecimentos sobre características, propriedades, lugares ou eventos, presente, passado ou futuro – só é possível quando o deslocamento é superado, "uma mensagem é deslocada quando não há contato direto ou imediato com as condições ou eventos a que se refere" (Conesa & Nubiola, 1999, p. 23). A relação entre intenção, representação e condições das ações faz parte desse percurso hermenêutico e, nele, a intenção deve ser autorreferencial, ou seja, não basta a intenção, ela deve representar o conteúdo, "a



autorreferencialidade de toda intenção... é aquilo que se forma na definição da intenção" (Dascal, 1999, p. 41)

O caráter social e intencional do design se revela por meio da composição de códigos da linguagem visual, materializados em um complexo que deve significar algo para quem o vê, percebe e recebe. A intencionalidade projeta-se, assim, no objeto de desenho gráfico, que integra a experiência prévia do designer, uma organização lógica e metódica do pensamento, bem como proposições visuais que se articulam entre si.

O ato de projetar é a superação da *práxis* criadora, pois não busca uma mera percepção diferente de um objeto projetado, é uma forma de representar a crítica e a projetividade, baseada nos recursos expressivos da linguagem visual, cuja essência está atrelada a momentos de diálogo específicos que buscam o fundamento de um processo não arbitrário.

O processo de design é, portanto, uma ocorrência sustentada por perspectivas de conhecimento intencionalmente e discursivamente integradas, direcionadas a estados específicos de conduta nos indivíduos. *Os objetos projetados são experiências visuais* que incluem *proposições completas* e indicam *paradigmas para o pensamento* e conhecimento do mundo; *implicam conhecimento e apreciação de objetos, pessoas, fatos e contextos a partir de núcleos específicos de sentido*.

O projeto gráfico obedece às condições de comunicação porque expressa uma intenção de mensagem, estabelece através de mediações da imagem formada relações intersubjetivas das quais participam emissores e receptores. Esses momentos podem ser considerados como esferas de significação que fluem em espiral e interagem nas dimensões humanas, algumas físicas e outras estritamente ontológicas, e por isso a relação interdisciplinar com a filosofia é essencial "para apontar para a confusa origem heterogênea e desesperada de ideias e obras que não são atribuídas à mera aplicação de normas nem à repetição técnica de modelos familiares de busca e achamento". (Sloterdijk, 2003, p. 37)

A linguagem visual encontra na hermenêutica fundamentos filosóficos que possibilitam a compreensão de seus vínculos, parte de uma gramática que exhibe condições sintagmáticas e paradigmáticas com as quais me refiro às suas margens de univocidade e equívoca e às possibilidades de interpretação analógica. Da mesma forma, sua diversidade midiática propicia horizontes que delimitam suas condições comunicativas expressas em contextos específicos.

Há mais de três décadas, Christian Metz (Metz, 1970, pp. 1-10) referiu-se à iconicidade da imagem como seu estatuto analógico, indicando suas semelhanças perceptuais com os objetos representados, entendendo que a imagem nunca constituiu um âmbito autônomo e autorreferencial, sem comunicação com o ambiente. Estudar design naqueles tempos significava estabelecer no sistema conceitos de imagem, único e total, que constituíam um inventário baseado em formalizações lógicas, o que é impossível porque a analogia visual não pode ser baseada em iconografia lógica, nem suas



variáveis podem ser quantitativas, pelo contrário, *aceita variantes qualitativas como os esquemas cromáticos de iconicidade que dependem de aspectos culturais e da fixação de memórias, respectivamente*, e o mais importante, não é possível falar genericamente de imagens visuais, pois podem distinguir-se diferentes materializações que supõem textos mistos: fotografia, filme ou design, entre outros.

Da mesma forma, há imagens que possuem códigos próprios e outras que se referem a composições condicionadas por uma manifestação explícita e que possuem códigos que as especificam e explicam. Assim, em algum momento, os cursos de compreensão de imagem se diversificaram: os que aludiam à questão iconográfica (Panofsky), os que apresentavam códigos sobrepostos em uma única imagem (Eco) e os que podiam ser classificados segundo estratificações socioculturais (Francastel, Roland Barthes, Pierre Bourdieu, etc).

Esses têm sido os determinantes conceituais para abordar a imagem e, certamente, em alguns casos, esses determinantes têm sido corretos no que diz respeito à sua avaliação. No entanto, atualmente, o design gráfico tem se estabelecido como um campo de conhecimento dependente dos conceitos de comunicação visual, a partir dos quais se pode argumentar a natureza intertextual do design e sua definição como texto visual, um complexo de signos cujo sentido depende de seu contexto de interpretação.

#### 4 LINKS DIALÓGICOS NO DESIGN GRÁFICO

O design é estudado, sob a forma de texto visual, em termos da rede de significação a que pertence, mediada por condições e momentos de interpretação, ou seja, momentos *de diálogos definidos*: primeiro pela expressão da mensagem e *pelo diálogo que o designer estabelece a partir de sua própria experiência*, expectativas individuais e memória visual pessoal, em que se hierarquiza a natureza do texto principal e seus subtextos, iniciando assim a semiotização da mensagem; segundo, pelos determinantes genéricos, onde o *designer mais uma vez funde seus próprios horizontes com o horizonte dos determinantes midiáticos* que condicionam as relações sintáticas e suas possíveis dimensões retóricas na materialização do design, por fim, *os efeitos que a estrutura do texto visual, através do emissor interno da comunicação, produz sobre o preceptor*, onde elementos contextuais, como ancoragens externas e simbólicas ou a memória cultural dos indivíduos, abrem parâmetros de interpretação.

Cada um desses momentos é dialógico, pois, além de envolver o sujeito, o *sujeito realiza uma reflexão sobre o objeto*, nesse contexto hermenêutico, o caráter analógico do diálogo se expressa na retórica visual que, em sua qualidade de argumentação analógica, molda o sentido do discurso e mantém a dialogicidade, sem esquecer que todo diálogo envolve pressupostos psicológicos e éticos,



para evitar sofismas. Esse é o desafio do horizonte futuro do design e objeto de estudos que está por vir.

## 5 CONCLUSÕES

O design gráfico no México é considerado em muitos cantos da Europa e dos Estados Unidos como um fragmento ao qual sua própria identidade cultural atual, diferente da civilização pré-colombiana, que é extinta ou transformada em folclore intelectual ou comercial, é negada.

Basta dizer que o design mexicano não tem sido objeto de atenção dos pesquisadores, porque certamente há um design mexicano bastante distinguível do norte-americano ou europeu, se isso significa alguma coisa.

Em nosso país, com exceção do design do autor, que é reduzido a um horizonte mínimo, e algumas pesquisas monográficas no final do século 20, o design mexicano permaneceu ignorado, exceto por estudos publicados em que não está claro se o design é mexicano, europeu ou norte-americano feito por mexicanos, porque o trabalho de alguns designers mexicanos está sempre sob suspeita de não passar de uma reprodução, difusão ou vulgarização das tendências dominantes em outros espaços geográficos.

Se, como afirmam alguns filósofos, *apenas culturas ricas em mitos geram suas próprias formas de pensamento visual*, na destruição de mitos em que se manifesta nossa visão de mundo como consequência da conquista, reside a primeira explicação da inexistência de um projeto mexicano. Nossas esferas pública e privada são impostas e alheias, adaptadas a um mundo que não conhecemos e que nos impede de nos visualizarmos em um mundo, condenados a sobreviver no silêncio da resistência. Os novos mitos são de esferas estranhas, transplantadas, desvinculadas de nossas próprias raízes, que impedem o florescimento de um imaginário nacional.

Dessa forma, os mitos tornam-se a base para uma identidade cultural que pode ser quantitativamente compartilhada com os outros. As culturas extraem seus valores, morais e histórias modernas de mitos, e isso orienta como a cultura evolui em um período de tempo mais condensado. Quando as culturas mitificam o passado recente, o resultado é um mito na forma do clássico, mas com lições morais modernas, e cruzar as fronteiras das culturas com esses "mitos" é fácil. As culturas evoluíram emprestadas umas das outras – pode-se encontrar divindades, eventos e crenças semelhantes através de fronteiras e divisões culturais. Os mitos que ligam vagamente essas culturas ressoam através das barreiras linguísticas e de crença, criando um senso de solidariedade. (Evans, 2018, p. 38)

Somente um olhar observador, com critérios universais de design, como o de Ikko Tanaka, foi capaz de compreender e explicar elementos interpretativos do design gráfico mexicano: primeiro, a cor, distinguindo vermelho, verde e laranja, seguida pela forma sincrética e eclética, cuja sintaxe leva a uma comunicação despreocupada e alegre que não perde seu calor humano. Tanaka, *cedendo espaço à hermenêutica*, recomendou que as novas gerações não deixem de interpretar sua própria cultura em



um mundo que tende a ser cada vez mais o mesmo, "*sem uma cultura pessoal, afirma o designer, não há identidade pessoal*".

*A interpretação deve ajudar o designer gráfico a ver-se imerso na globalização a partir de seu contexto, e conceber o design, promovendo uma abordagem de propostas hermenêuticas analógicas cuja concepção de homem entende que há nele algo universal, comum e geral que ele compartilha com o resto dos homens e o resto das culturas, em permanente dinâmica com o que é diferencial, aquilo que cada cultura e cada indivíduo tem como seu, porque*

[...] Entre os efeitos das globalizações, destaca-se que a globalização elevou a nova norma o que é antropológicamente mais improvável: o contar incessante com os que estão longe, os que são estranhos ao próprio receptáculo [...] (Sloterdijk, 2004, p. 854)

Dessa forma, é possível expressar uma linguagem específica que emergiria por si só do diálogo profundo com as origens, a história e as complexidades de sua esfera geográfica, com a mediação da esfera material, técnica e tecnológica, e da esfera expressiva do emissor interno do design.



## REFERÊNCIAS

- Alleman, B. (1965) *Hölderlin and Heidegger*. Argentina: Fabril
- Castañares W. (1994) *From Interpretation to Reading*. Madrid: Iberoediciones
- Conesa, F. & Nubiola, J. *The Philosophy of Language*. Barcelona: Herder
- Dascal, M. (1999) *The Philosophy of Language II. Pragmatics*. Madrid: Trotta
- Evans, R. E. (2018) *The mythological perspective of modern media: Cross-cultural consciousness and modern myths*. USA: James Madison University
- Foucault, M. (1994) Madrid: Piqueta
- Gadamer, H. G. (1995) *The Hermeneutic Circle*. Madrid: Cátedra
- García Olvera, F. (1995) *Inter Alia Hermeneutics*. México: UNAM
- Habermas, J. (1996) *Moral Consciousness and Communicative Action*. Barcelona: Península
- Heidegger, M. (1980) *Introduction to Metaphysics*. Buenos Aires: Nova, Buenos Aires
- Llano, A. (1999) *The Enigma of Representations*. Madrid: Síntesis,
- Metz, Ch. (1970), Au-delà de l'analogie, l'image. *Communications*. París: École de Hautes Études en Sciences Sociales.
- Muñiz Rodríguez, V. (1989) *Introduction to the Philosophy of Language*. Barcelona: Anthropos
- Moerdisuroso, Indro. (2017). Social Semiotics and Visual Grammar: A Contemporary Approach to Visual Text Research. *International Journal of Creative and Arts Studies*. 1 (1) 80-91
- Regan, P. (2012) Hans-Georg Gadamer's philosophical hermeneutics: Concepts of reading, understanding and interpretation. *Meta: Research in Hermeneutics, Phenomenology and Practical Philosophy*, IV (2)) 286-303
- Rubert de Ventós, X. (1984) *Las metopías*. Barcelona: Montesinos
- Sloterdijk, P. (2003) *Spheres I. Bubbles. Microesferología*. Madrid: Siruela
- Sloterdijk, P. (2004) *Spheres II. Globes. Macroesferología*. Madrid: Siruela
- Vattimo, G. (1989) *Around Postmodernity*. Barcelona: Anthropos