



Claves del minimalismo en el diseño gráfico contemporáneo: concepto y rasgos visuales

Fernando Suárez-Carballo¹; Juan Ramón Martín-Sanromán²

Recibido: 14 de abril de 2019/ Aceptado: 10 de junio de 2019

Resumen. Numerosos autores se refieren al minimalismo como una de las tendencias más influyentes en la historia del diseño gráfico, un estilo que, a su vez, experimenta un importante auge en la actualidad. Sin embargo, existe cierta confusión sobre el significado concreto del término (a partir de su original vinculación con el arte y su relación con la simplicidad) y, al mismo tiempo, se observa la aparición de atributos peculiares en la obra de varios diseñadores gráficos contemporáneos. Para realizar con rigor una aproximación semántica del concepto y descifrar estas singularidades visuales, el estudio recurre a dos técnicas metodológicas (una investigación de tipo documental y un análisis exploratorio) y realiza una revisión histórica que se detiene de forma muy especial en la Bauhaus y el Estilo Internacional como los dos movimientos modernistas que influyeron de forma más decisiva en la promoción y consolidación de este estilo. El artículo concluye que existe una notable incertidumbre en el uso del término –aunque, en general, tiende a identificarse con aquellas soluciones visuales basadas en la máxima simplicidad– y revela nuevas licencias estilísticas que conducen a una suerte de Neo-minimalismo: en este nuevo paradigma, la tradicional economía de elementos se combina con ingredientes como el rechazo de la retícula, una composición más espontánea, mayor libertad en los recursos tipográficos y cromáticos y un poso vernáculo que lo aproxima a una variante del no-diseño posmoderno.

Palabras clave: Minimalismo; diseño gráfico; simplicidad; Bauhaus; Estilo Internacional.

[en] Key Features of Minimalism in the Contemporary Graphic Design: Concept and Visual Characteristics

Abstract. Many authors consider minimalism one of the most influential trends in the history of graphic design, a style that is also experiencing an important boom today. However, there is some confusion about the specific meaning of the term (from its original link with art and its relationship with simplicity) and, at the same time, the work of various contemporary graphic designers shows unusual features. In order to make a rigorous semantic approach to this concept and discover these graphic singularities, the study uses two methodological techniques (a documentary research and an exploratory analysis) and develops a historical review that specially evaluates the Bauhaus and the International Style as the two modernist movements that influenced more decisively the promotion and consolidation of this style. The article concludes that there is an important vagueness in the use of the term –although, in general, it usually identifies the visual solutions based on maximum simplicity– and reveals new style properties that lead to a kind of Neo-minimalism: in this new paradigm, the traditional economy of elements is combined with ingredients such as the rejection of the grid, a more spontaneous composition, greater freedom in typography and colour resources and a vernacular tone that identifies it as a type of postmodern non-design.

Keywords: Minimalism; graphic design; simplicity; Bauhaus; International Style.

¹ Profesor Titular de Dirección de Arte de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca.

² Profesor e investigador de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca.

Sumario. 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Contextualización y análisis. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Suárez-Carballo, F.; Martín-Sanromán, J.R. (2019). Claves del minimalismo en el diseño gráfico contemporáneo: concepto y rasgos visuales. *Revista Pensar en la Publicidad*, 13, 45-64.

1. Introducción

Una de las discusiones más habituales entre profesionales y teóricos en el campo del diseño gráfico está relacionada con dos corrientes enfrentadas que, según Poy-nor, gobiernan simultáneamente su escenario actual (la «compleja» y la «limpia»), opciones que, en definitiva, representan una «actualización del eterno binomio barroco-clásico» (en Cerezo, 1999: 71). La multiplicidad de tendencias, movimientos y perspectivas entre ambos esquemas refleja la riqueza de «un panorama considerablemente ecléctico» en el diseño gráfico (Pelta, 2006: 13) y la belleza de esta disciplina en el presente (Namdev, 2010).

La presencia simultánea de estos paradigmas «complejo» y «limpio» invita a reflexionar sobre la supremacía de uno u otro extremo. Sobre este aspecto existen notables discrepancias: mientras Cerezo (1999) no observa una hegemonía especial de ninguna corriente, Stinson apuesta por la superioridad de la versión más limpia, «un *look* casi innegociable» –por lo menos en determinados sectores– cuya estética está basada en ingredientes como el palo seco, las armonías monocromáticas o la fotografía plana, y recupera la reflexión de Armin Vit para ilustrar este reinado: «todo lo que se rebela contra la tendencia del minimalismo es la nueva tendencia» (2018, párr. 5). Sea como fuere, esta opción, abrazada por multitud de adeptos, se revela hoy en día como una de las tendencias más consolidadas.

En la misma línea, Dopico Castro argumenta que es precisamente el regreso a la simplicidad lo que define el momento actual del diseño gráfico, que, superada la primera década del siglo XX, no puede explicarse ya a partir del rebelde paradigma posmoderno: en su opinión, «si tuviésemos que definir las manifestaciones del diseño gráfico actual nos inclinaríamos por señalar una restricción formal, una claridad compositiva y una vuelta a estructuras regladas, sobre todo en contraposición al barroquismo y la deconstrucción de décadas pasadas» (2010: 148).

El estilo que se ha venido identificando como opción *limpia*, *clásica* o *simple* es identificado por un gran número de autores con el término *minimalismo*. Tolley (2016) le asigna una importancia capital como eje estilístico de varios ámbitos artísticos y culturales que, frente a movimientos más perecederos, emerge reiteradamente a lo largo de la historia como reacción al exceso visual. Son precisamente sus rasgos formales (fundamentados en la reducción) lo que permiten a este término asociarse a otros estilos o a tendencias dispares, como argumenta Kadry (2015). En efecto, la simplicidad gráfica ha presidido gran parte de la cultura visual a lo largo de los diferentes períodos históricos y se muestra también de forma rotunda en el contexto actual, en ámbitos cuya explosión es relativamente reciente (como el diseño de interacción en dispositivos móviles) y que introducen una terminología que se ha popularizado con gran rapidez, pese a que algunos de sus conceptos (interfaz o usabilidad) ya estaba presente en el diseño de soportes más tradicionales. Para justificar esta relevancia histórica, Obendorf recupera el mantra funcionalista de la Bauhaus

(«la forma sigue a la función»), el título de la obra de Jakob Nielsen («la práctica de la simplicidad») o las palabras del diseñador y programador Alan Cooper («no importa lo interesante que sea su interfaz, la síntesis será siempre mejor») y concluye: «aunque rara vez se ha hecho explícito, la idea de «menos es más» es inherente a muchos enfoques de diseño» (2004: 1).

Existen hoy en día multitud de publicaciones impresas y digitales orientadas específicamente a la recopilación de casos y el análisis de proyectos pertenecientes a este paradigma visual, un mercado que evidencia su alcance y vigencia en el diseño gráfico contemporáneo³. Las múltiples referencias consultadas difieren, sin embargo, en el término utilizado para describir estas obras, que se reparte constantemente entre los conceptos «simplicidad» y «minimalismo» sin un consenso claro sobre su significado específico (o su posible equivalencia). En el propósito de hallar la denominación más precisa, parece de gran ayuda acudir a sus orígenes o, en todo caso, al manifiesto de períodos precedentes –la Bauhaus, sin ir más lejos– que han sustentado la filosofía gráfica de esta tendencia. Y, finalmente, cabe preguntarse, frente a estas etapas históricas, sobre las peculiaridades visuales de este estilo en el diseño gráfico contemporáneo y sobre las motivaciones que lo inspiran en la actualidad, como se pregunta Namdev:

¿Son esas obras una parte inevitable del linaje del modernismo o un refrito agotado? ¿Qué función tiene este tipo de diseño en la sociedad contemporánea? ¿Es una respuesta a la sobrecarga sensorial o una evolución independiente del pensamiento más preocupado por el lenguaje que por la imagen? (2010: 7).

Algunos de los propósitos del presente estudio, por tanto, están orientados a revelar el significado estricto del minimalismo (si tal empresa es posible), definir sus diferencias con la simplicidad (aparentemente su alternativa más próxima), analizar el empleo del término en la actualidad y a lo largo de la historia y descifrar las claves específicas que rigen este estilo en el diseño gráfico contemporáneo.

2. Metodología

Los objetivos que persigue la investigación son dos, fundamentalmente:

- Realizar una definición del minimalismo a lo largo de la historia –con hincapié en el diseño gráfico contemporáneo– mediante las aportaciones de la literatura sobre este estilo, prestando especial atención a su vertiente gráfica y, en especial, a su relación con la simplicidad.
- Definir las claves del minimalismo en el diseño gráfico actual, subrayando sus particularidades frente a anteriores etapas.

Partiendo de los anteriores objetivos, el estudio plantea las dos siguientes hipótesis de trabajo:

³ Los libros de Obendorf (2009), Schonlau (2014), Shaoqiang (2017) o Tolley (2016); los artículos de Calvo (2017) y Stinson (2018); o algunas páginas web de notable repercusión como Mmminimal (www.mmminimal.com), Minimalissimo (www.minimalissimo.com) o Minimalism Life (www.minimalism.life) son solo una pequeña muestra de las referencias más recientes o íntimamente vinculadas a este fenómeno que permiten justificar su relevancia en la actualidad.

- En el ámbito del diseño gráfico, el término minimalismo se ha venido utilizando de forma flexible para aludir a un amplio repertorio de soluciones visuales cuyo eje principal es la apuesta por una elevada reducción plástica.
- En la actualidad conviven dos tipos de minimalismo: uno más clásico o neutral, cuyas soluciones más asépticas y racionales son herederas directas del movimiento moderno, y una nueva tendencia que introduce nuevas fórmulas más atrevidas o desenfadadas.

El diseño metodológico, inspirado en trabajos como el de González-Díez y Tabuena-Bengo (2015) o Suárez-Carballo y Martín-Sanromán (2014), está basado en la combinación de dos técnicas, principalmente:

- En primer lugar, una investigación de tipo documental orientada a la recopilación de referencias bibliográficas que tratan de rescatar los criterios fundamentales del minimalismo, una revisión teórica que, a su vez, sirve de sustento y contextualización para la selección y descripción de las piezas recogidas en la siguiente fase.
- Paralelamente, se recurre a un análisis exploratorio mediante la búsqueda de proyectos de diferentes ámbitos del diseño gráfico que cumplen con los requisitos gráficos del minimalismo, ya concretados en la anterior etapa documental. En esta fase, la selección de piezas gráficas no es representativa sino intencionada y sirve para ilustrar algunas de las opciones gráficas que definen el nuevo minimalismo (interpretando como «nuevas» o «contemporáneas» aquellas piezas producidas durante la segunda década del siglo XXI). La población del estudio, por tanto, no equivale, en ningún caso, al universo. La selección de casos del presente trabajo se basa en el análisis del portfolio digital de 130 diseñadores procedentes de 27 países diferentes, un catálogo que resulta de la progresiva consulta de múltiples blogs (*Tumblr*, especialmente), páginas especializadas (mediante lectores RSS como *Feedly*) y plataformas de *bookmarking* (como *Pinterest*). Esta selección está avalada por la calidad de las fuentes –frecuentemente publicaciones de referencia en internet, con una amplia trayectoria o importante seguimiento, y recopilaciones efectuadas por diseñadores reputados– o la popularidad de las piezas, cuyo número de comparticiones se interpreta como un criterio sólido para medir su relevancia.

3. Contextualización y análisis

3.1. Raíces históricas del minimalismo en el arte y el diseño gráfico: la Bauhaus

Meyer (2011) sitúa los orígenes del término «minimalismo» en el escenario artístico de Nueva York y Los Ángeles de finales de los sesenta, «impulsado por la insatisfacción con la subjetividad desordenada y espontánea del Expresionismo Abstracto» (Gil, 2018, párr. 14). Para Lucie-Smith, sin embargo, «el arte minimalista se puede rastrear hasta los experimentos realizados por los artistas rusos de comienzos del período revolucionario: a la obra de los constructivistas, e incluso más precisamente al suprematismo de Malevich» (1998: 170-171).

En sus comienzos, el término –atribuido al filósofo y crítico Richard Wollheim en 1965, aunque existen ciertas dudas sobre esta asignación (Obendorf, 2009)– permitía abarcar varios estilos y prácticas artísticas entonces novedosas (como el Neo-Dada, el Assemblage o arte el conceptual); sin embargo, progresivamente empieza a vincularse a aquellas tendencias que persiguen la simplicidad extrema de la forma y los recursos, el aspecto frío e industrial y un enfoque muy literal, objetivo y asemántico (Díaz Soto, 2008; Gil, 2018; Nealen, Saltsman y Boxerman, 2011).

Como observa Gompertz (2013), los artistas minimalistas intentan emancipar su obra de cualquier expresión personal, una afirmación que subraya Díaz Soto: «las propuestas minimalistas compartirían una tendencia a reducir aspectos expresivos de la subjetividad, limitando en caso oportuno la intervención del autor sobre el material» (2008: 114). Accetta y Mocarzel (2015) insisten en la mínima expresión visual de la obra, la desaparición del contenido representativo y en la ausencia de la huella del autor.

Pese a las raíces artísticas del término, en el ámbito del diseño gráfico existe un cierto consenso en atribuir el origen de este paradigma de síntesis visual al modernismo europeo (Imhoff, 2017) y, en concreto, a la Bauhaus alemana de los años veinte, cuya filosofía (prescindir del material superfluo para facilitar la atención del lector en el mensaje) surge como reacción al «exceso ornamento estilizado» del Art Nouveau (Heller y Anderson. 2016: 98). Fue en esa época cuando se populariza la expresión *Less is more*, pronunciada por el arquitecto Mies Van der Rohe –que, a su vez, recogió de un poema de Robert Browning– y convertida, desde entonces, en el eslogan por excelencia del diseño minimalista; como señala Aureli, la máxima «celebra el valor ético y estético que entraña una economía de medios autoimpuesta (y) llevaba implícita la idea de que la belleza únicamente puede surgir del rechazo de todo aquello que no sea estrictamente necesario» (2016: 7).

La escuela –uno de los más firmes pilares del movimiento modernista, probablemente el más conocido (Davis, 2012) aunque no necesariamente su origen (Sudjic, 2014)– constituye un momento clave en la reivindicación del diseño como disciplina diferenciada, con una filosofía dictada por la comunicación clara y eficaz, la transparencia, la sistematización mediante normas claramente definidas, la economía de recursos y, en definitiva, una decidida racionalidad (Imhoff, 2017). Según Joan Perucho, la herencia de la Bauhaus se plasma en la posterior definición de *lo gráfico* como «el sistema de formas que garantiza la comunicación rápida, directa y eficaz que caracteriza la civilización de la imagen» (en Calvera, 2012: 164).

Beneficiados por la proximidad de estilos como de Stijl o el ya citado constructivismo ruso (Davis, 2012), y especialmente tras la irrupción de Moholy Nagy (Gerber, 2002), los diseñadores se inclinan por la funcionalidad como máxima fundamental frente a la ornamentación⁴. Como sostiene Beltrán (1997), la Bauhaus está más relacionada con la funcionalidad (en términos de respuesta a un propósito o una necesidad) y el impulso del diseño como disciplina diferenciada que con unas preferencias estilísticas marcadas, y se erige como «la primera escuela que consideró al diseño como parte vital del proceso de producción y no solo como un «arte aplicada» o como «artes industriales» (Papanek, 2004: 48).

⁴ Rom, sin embargo, atribuye a la Escuela de Ulm la base de la doctrina funcionalista de diseño; en sus palabras, «si la Bauhaus representaba el mito de la modernidad, Ulm representa, para el imaginario del diseño, el mito de la pura funcionalidad y, a diferencia de la Bauhaus, con un compromiso muy estrecho con el mundo empresarial» (2016: 11). La escuela estuvo representada por históricos diseñadores como Otl Aicher y Dieter Rams, a quien el propio autor atribuye la máxima «menos diseño es más diseño».

Resultado de una interpretación eminentemente social del oficio y como rechazo expreso de la experimentación tipográfica de la corriente *avant garde* de principios de siglo, la Bauhaus tiende a identificarse con una estética minimalista que se plasma en el uso decidido de reglas, la apuesta por una tipografía de palo seco en caja baja o la importancia de la retícula como algunos de sus ejes estilísticos. Especialmente tras el traslado de la escuela a Dessau, se abandonan las referencias expresionistas y se apuesta por un estilo más reconocible, basado en un «reduccionismo drástico» (Beltrán, 1997: 82) plasmado en formas puras y geométricas, soluciones funcionales y modernas, diseño asimétrico, relevancia de la retícula, limitación de la decoración, uso de la fotografía (o fotomontaje) en lugar de ilustraciones realistas y un riguroso orden compositivo. A nivel tipográfico, la búsqueda de soluciones universales conduce al desprecio de las mayúsculas y la preferencia por el palo seco. Este diseño funcionalista, claro, austero y universal basado en «la forma sigue a la función» –representativo del movimiento moderno y muy especialmente de la Bauhaus, como afirma Sudjic (2014)– conduce a una «estética de máquina de forma minimalista» (McCoy, 2006: 201).

Uno de los movimientos que representa de forma más decidida la doctrina modernista heredada de la Bauhaus es el Estilo Internacional⁵, «una herramienta que mantuvo unido a todo el diseño gráfico del siglo XX» (Heller y Vienne, 2012: 153), aunque fue condenada posteriormente por ser demasiado aburrido y previsible⁶. La escuela suiza estuvo abanderada por un nutrido grupo de profesionales (Bill, Hofmann, Huber o Müller-Brockmann, entre otros) cuyo trabajo, regido por el desprecio hacia «toda la información gráfica accesorio e innecesaria y dejando solo lo esencial» (DeHarak, 1997: 35), trataba de hacer más asequible la información compleja y aumentar la legibilidad. Plásticamente, este «método reductivo» partía de varias premisas visuales: la economía formal y cromática, la estética funcional, el uso de la retícula, el rechazo a los diseños simétricos o cuestiones más concretas como el uso exclusivo del palo seco, una composición a base de columnas de texto en bandera izquierda o bandera y la sistemática ubicación de la tipografía por encima de la ilustración (Heller y Vienne, 2012; Richter, 2008).

Como defiende Dopico Castro (2010), la herencia del modernismo y, en concreto, de la Bauhaus y el Estilo Internacional se evidencia en la propia definición del diseño gráfico contemporáneo –al menos desde un amplio sector que insiste en su valor comunicativo– y en la sintaxis de multitud de obras actuales, herederas en gran parte de su filosofía gráfica. Como sostiene Tolley, «ahora parece obvio, pero el diseño es una herramienta de comunicación y no fue hasta la introducción de un estilo gráfico sintético basado en los sistemas reticulares cuando la era moderna encontró una dirección visual consistente» (2016: 8).

3.2. Minimalismo y simplicidad en el diseño gráfico: un intento de definición

Aunque su asociación parece indiscutible, simplicidad y minimalismo son dos conceptos resbaladizos que, en el contexto del diseño gráfico, frecuentemente se han

⁵ En contra de la opinión generalizada, Arrausi sostiene que «la escuela suiza no es heredera directa de la Bauhaus, sino que fue incluso al revés, sosteniendo que los esquemas didácticos los tomó la Bauhaus de la tradición suiza» (2016: 32).

⁶ En este sentido, Rom asegura que «la perspectiva crítica de los postmodernistas ayudó a corregir la tendencia introspectiva de una modernidad cerrada en sí misma y sus normas [aunque] no se ha menospreciado el valor utilitario de su discurso» (2016: 14).

empleado de forma caprichosa o, cuando menos, imprecisa. Sobre la simplicidad, autores como Knuutila insisten en desvincularla del minimalismo o la «ingenuidad» y la interpretan como «un remedio contra la interactividad más complicada y desordenada» (2018: 15).

Parece oportuno, en primer lugar, acudir a la definición de Dondis, que, como parte de su vasta relación de técnicas de comunicación visual, interpreta la simplicidad como la «técnica visual que impone el carácter directo y simple de la forma elemental, libre de complicaciones o elaboraciones secundarias» (1998: 133). En un intento por concretar esta definición a partir de sus variables más representativas, Suárez-Carballo, Galindo-Rubio y Martín-Sanromán (2018) recurren a los siguientes atributos: la economía (frente a la profusión), la coherencia (frente a la variación), la geometría (frente a la espontaneidad), la planitud (frente a la profundidad) y el equilibrio (frente a la inestabilidad). Pawson (2006) coincide en gran medida con los anteriores criterios pese a las dificultades que, a su juicio, entraña acotar el término: las composiciones iterativas o la repetición rítmica (que genera una sensación de orden), la funcionalidad, la proporción, la escala o las formas geométricas (esferas, cubos, conos y pirámides). Culleré resalta este último aspecto (la geometría) como una alternativa para escapar de la vulgaridad o la mediocridad y que «garantiza orden y equilibrio para lograr la excelencia expresiva» (2018: 94-95).

Ese carácter «elusivo» de la simplicidad al que se refiere Pawson puede estar relacionado con las especificidades de los diferentes ámbitos del diseño gráfico, cuyos variables objetivos y necesidades proporcionan algunos matices en la definición de la simplicidad. En relación con los sistemas de interacción, por ejemplo, Knuutila (2018) menciona cinco cualidades básicas: la organización y la reducción (como rasgos formales); el respeto a las costumbres de uso y el carácter evidente («tangible») del diseño (como atributos funcionales); y, finalmente, la intuición y la familiaridad (como elementos conceptuales). «Si estas cualidades están presentes, se genera confianza entre el artefacto y el usuario sobre el proceso de interacción» (Knuutila, 2018: 106).

A raíz de la popularización del paradigma modernista, el recurso a la simplicidad pasa a asociarse a la idea de *buen diseño*. Citando a Rams (uno de los más aclamados gurús de la simplicidad, cuya filosofía se vincula al trabajo desarrollado para Braun), Pawson asegura que consiste «en limitarlo a su mínima expresión» (2003: 12), omitiendo lo superfluo para resaltar lo importante. Pelta, en la misma línea, lo identifica con los ideales del movimiento moderno: la simplicidad, el servicio público y «una visión estética que valoraba por encima de todo la falta de ornamento y la simplicidad» (2006: 11). Rom añade a esta vocación de servicio su naturaleza de actividad «responsable» (2016: 11).

Sin embargo, ¿cuál es el grado de simplicidad óptimo para garantizar este concepto de *buen diseño*? Para Calvo (2017), es posible encontrar una suerte de «simplicidad universal» que, más allá del número de elementos de una pieza, está relacionada con la «cantidad exacta» y justa en función de las necesidades del mensaje. Este argumento es compartido por Maeda, para quien la clave de la simplicidad reside en «minimizar aquello que pueda ser minimizado y ocultar todo lo que se pueda ocultar sin llegar a perder el valor interno» (2006: 9). Sin embargo, el propio Maeda se lamenta de la escasa objetividad del método reductivo en la construcción de productos eficaces, ya que, «como el *buen diseño* lo define el usuario, no existe una ley algorítmica para conseguirlo. La respuesta a la pregunta de si queremos *más o menos* no es

evidente» (en Ambrose y Harris, 2015: 66). La dificultad de definir matemáticamente la simplicidad conduce, según varios autores (De Bono, 2000; Heller y Chwast, 2018; Raposo, 2018; Tolley, 2016), a los riesgos de derivar en el *simplismo* del mensaje (falta de comprensión de un tema) o su *sobresimplificación* (la ausencia de elementos nucleares). Sobre este aspecto, concluye Raposo:

La simplicidad de la forma debe asegurar que los rasgos principales se conservan, diseñados sin complejidad y en función de los intereses de los destinatarios. Esto se consigue tratando de omitir lo superfluo, añadiendo énfasis y coherencia a lo significativo y tratando de contribuir a una mejor comprensión (2018: 175-176).

Uno de los criterios implícitos que subyace continuamente a las definiciones de simplicidad apunta a la funcionalidad, un argumento imprescindible, como se ha visto, en la filosofía de la Bauhaus, el estilo suizo o, incluso, la estética japonesa. La esencia nipona descansa en el sentido práctico de la simplicidad y lo mínimo, que evalúa en términos de limpieza, vacío o un silencio que, «usado eficazmente, asegura el significado; es una parte necesaria de la comunicación, y sabiduría» (Hara, 2009: 60). La idea de funcionalidad está vinculada a la eficacia del mensaje gráfico (Costa, 1998), un enfoque próximo al papel del diseñador como mediador que, según Pelta (2004), toma prestado del pensamiento moderno. Finalmente, Lidwell, Holden y Butler recurren al principio de «La navaja de Ockham» para afirmar que, más allá del efecto estético, los elementos innecesarios provocan un descenso en la eficacia de un diseño (2006).

Más allá de los interrogantes sobre el grado idóneo de reducción, parece existir un cierto consenso en la definición de simplicidad y sus variables más representativas. Surgen más dudas, sin embargo, sobre el término minimalismo, que resulta más escurridizo; como señala VanEeno, «los estudios de las diversas publicaciones disponibles en la historia del arte y el diseño pronto dejaron en claro que no había consenso sobre el significado del término» (2011: 9). Sin ir más lejos, Obendorf se pregunta si el citado lema minimalista *Less is more* «debe entenderse en términos de reduccionismo, esencialismo o algún significado más sutil» (2004: 1).

Frente a estos interrogantes, una gran parte de la literatura coincide en asociar los mismos atributos empleados para describir la simplicidad al concepto de minimalismo; como sostiene Pérez Rufi, «lo *minimal* se caracteriza por su orden, depuración, pureza geométrica y simplicidad formal, sus colores puros, o las superficies inmaculadas, de forma tal que implica un retorno a la austeridad y la simpleza, que se abstrae a lo mínimo posible» (2010: 81). En la misma línea, Merino (2018) cita unos principios gráficos que coinciden parcialmente –quizás de forma más abstracta– con la definición proporcionada por Pérez Rufi y los requisitos mencionados por Suárez-Carballo, Galindo-Rubio y Martín-Sanromán (2018) en torno a la simplicidad: la abstracción, la economía de lenguaje (en términos de reducción, síntesis, sencillez o concentración), el purismo estructural, el orden y la funcionalidad. Sería, por tanto, «un estilo o técnica (en música, literatura o diseño) caracterizada por una extrema economía y simplicidad» (Nealen et al., 2011: 21). Otros autores añaden el criterio de belleza para describir la evolución del término desde sus orígenes artísticos: para Díaz Soto, el minimalismo «se ha convertido en un cómodo término para designar «cualquier cosa bonita que no haga demasiado ruido» (2008: 113) y Lidwell et al. afirman que «la belleza es el resultado de la pureza y la ausencia de ornamentación» (2006: 90).

Kadry (2015) resume, en fin, las características del diseño minimalista, que no parecen diferir sustancialmente de los criterios atribuidos a la simplicidad: la reducción a los elementos fundamentales; el uso generoso uso de blancos; limitadas paletas cromáticas y tipográficas; y, en definitiva, una simplificación del contenido.

Así, de forma similar a otros conceptos en la historia del arte, el minimalismo ha pasado de emplearse para clasificar un estilo o nombrar un movimiento a formar parte del lenguaje cotidiano como un adjetivo relacionado con los rasgos de sobriedad, austeridad, monocromo e incluso pequeño (Pérez Rufi, 2010). Una postura similar defiende Shaoquiang, para quien, «más que ser un estilo propiamente dicho, el minimalismo está enraizado en la filosofía del diseño basada en la contención y que se opone a la ornamentación con meros fines decorativos» (2017: 7). En conclusión, atendiendo a las anteriores reflexiones, minimalismo y simplicidad serían dos conceptos sinónimos.

A pesar de que, como se ha visto, numerosos autores tienden a identificar ambos términos –basándose en sus rasgos comunes de sustracción (economía) como eje plástico fundamental y funcionalidad como eje conceptual–, otros cuestionan esta asimilación. Para Heller y Anderson, «la simplicidad sugiere utilidad, claridad y sofisticación; el minimalismo es similar, pero más dogmático y predecible» (2016: 98); Schonlau (2014) menciona la simplicidad como el atributo plástico fundamental del minimalismo y Heller y Chwast afirman: «la simplicidad es al minimalismo lo que la complejidad al caos: un componente, no el conjunto. Minimalismo y caos son las dos caras fanáticas de la moneda» (2018: 256). Más difusa es la diferencia propuesta por Imhoff (2017), que plantea la simplicidad como una «ausencia de complejidad» y el minimalismo como «la ausencia de cantidad».

Esta ambigüedad en el empleo del término no es exclusiva de las artes plásticas, en general, ni del diseño gráfico, en particular, y abarca campos como la arquitectura, diseño industrial, publicidad e incluso la moda, especialmente en los años ochenta. Como sostiene Díaz Soto, las manifestaciones de esta época rescataban la misma «economía y elegancia del Mínil, pero en realidad provenían de tendencias históricas muy anteriores en esas prácticas y artes, como el racionalismo y cierto organicismo en arquitectura y diseño, y cierta pintura y escultura geométricas» (2008: 113).

Otros autores refutan más claramente la teoría de la identificación terminológica; atendiendo a estas versiones, la aplicación de los principios del minimalismo arquitectónico y artístico al diseño gráfico contemporáneo es motivo de controversia. Como señala Phillips, la etiqueta «minimalista» ha sido acuñada genéricamente a aquellas obras definidas por la «ausencia de función mimética, simbólica o expresiva de las obras» (2013: 97); sin embargo, la interpretación original, según la que el trabajo mínimo no busca representar nada más allá de su presencia literal (Shaugnessy, 2000), colisiona frontalmente con el carácter referencial del diseño gráfico, cuyos ingredientes tienen siempre una función semántica. «De ahí que no deba confundirse minimalismo con simplicidad y que, por eso, muchos de los trabajos que en diseño se perciben como minimalistas no lo sean (...). Se trata, más bien, de trabajos limpios que no van más allá» (Pelta, 2004: 185).

Tampoco sobre la presencia del autor en la obra existe un acuerdo universal. Pese a que, como asegura Lucie-Smith, «los artistas minimalistas no deseaban realmente expresarse, ni expresar significado alguno, a la manera antigua» (1998: 174), Pelta considera que el propio «intento de huir del estilo que manifiestan quienes defienden

esta aproximación más neutra al diseño se convierte también en un estilo, ya que las preferencias formales siempre son subjetivas» (2004: 178).

Si, por un lado, las referencias bibliográficas revelan una postura similar sobre los rasgos y propósitos de la simplicidad, no es menos cierto que se evidencia una mayor confusión en el análisis terminológico del minimalismo y su vínculo con lo simple. ¿Son adjetivos sinónimos e intercambiables o aluden a diferentes grados de economía visual? ¿Se basan en una relación de técnica (simplicidad) y tendencia (minimalismo) o hacen referencia a estilos más flexibles y normativos, respectivamente? Quizás sea oportuno valorar, como indica VanEeno, que la diversidad de puntos de vista sobre la definición de ambos conceptos pueda interpretarse como «una virtud en lugar de un defecto, ya que permiten la desambiguación de varias perspectivas minimalistas, y por lo tanto de diferentes tipos de simplicidad» (2011: 9).

3.3. Las nuevas claves del minimalismo en el diseño gráfico contemporáneo

Más allá de las discrepancias terminológicas que derivan de la literatura citada en el anterior punto (especialmente en relación con la interpretación del concepto minimalista), el análisis exploratorio de este estudio decide apoyarse en la premisa que rige el mencionado artículo de Pérez Rufi (2010) sobre las tendencias en el diseño del cartel cinematográfico. Su postura, se entiende, esquivada la incertidumbre semántica: permite identificar el significado de ambas expresiones y proporciona una descripción exhaustiva en relación con los rasgos visuales que se quiere evaluar. Siguiendo este planteamiento, por tanto, el presente capítulo se centra en la búsqueda de soluciones gráficas que coinciden con las claves que este autor identifica con los argumentos principales del minimalismo en el diseño gráfico: sobriedad, abstracción, concisión, austeridad y, en definitiva, máxima simplicidad.

En el contexto del diseño gráfico contemporáneo, específicamente, Schonlau observa una cierta rebeldía en los diseñadores que abogan por los planteamientos gráficos basados en la síntesis frente al exceso reinante; en sus palabras, «con un panorama visual actual atestado de anuncios que van de *displays* retroiluminados a estrategias de marketing de guerrilla, el diseño minimalista puede resultar casi reaccionario» (2014: 9). En contraste con esta postura, otros autores subrayan el protagonismo de la tendencia minimalista en el contexto del diseño gráfico contemporáneo, una omnipresencia que, por abusiva, se llega incluso a menospreciar: por ejemplo, en el ámbito de la identidad visual (como muestra la Fig. 1), se asiste a un interesante fenómeno de homogeneización tipográfica —o *polinización*, según Bartomeu (2016)— basado en la simplificación mediante la apuesta por fríos y neutros tipos de palo seco (Gómez Urzaiz, 2019), uniformidad que ha provocado reacciones adversas en el público y la comunidad del diseño gráfico (Stinson, 2018).

Pelta se pregunta sobre el verdadero sentido de algunas de estas prácticas —que, en todo caso, no son exclusivas del diseño gráfico actual— y el peligro de dotar a las obras de un barniz meramente superficial, basado en un estilo propio y sin tener en cuenta el contenido o las necesidades del producto; en su opinión, el riesgo de estos diseñadores «está en que dependen tanto de la moda que la vida de su trabajo es breve» (2004: 171). Frascara, en la misma línea, advierte del serio problema que resulta de minusvalorar la capacidad comunicativa del diseño gráfico, que, «como una forma de arte, (...) es visto únicamente desde una perspectiva estética, sin una consideración

suficiente hacia la comunicación o el significado social. Seguro que la estética es importante, pero eso no significa que sea la única medida de calidad» (2006: 28). Como concluye Bil'ak al respecto, «el diseño no es decorar, ilustrar o embellecer ciertas cosas: el diseño es mejorar esas cosas y crear nuevos valores» (2005, párr. 20).

En cualquier caso, las actitudes mencionadas evidencian la amplia presencia en el escenario actual del diseño gráfico de un minimalismo más clásico como el descrito por Stinson (2018), Pelta (2004) o Dopico Castro (2010), descendiente directo de la doctrina de la Bauhaus o de los manifiestos de la escuela suiza. Aunque los ejemplos son innumerables, la Fig. 2 muestra algunos ejemplos de esta vertiente con tres trabajos concretos: la identidad visual de Comission Studio para la marca de maletas

Fig. 1. Homogeneidad tipográfica en el diseño actual de logotipos.



Fuente: Gómez Urzaiz (2019)

Fig. 2. Ejemplos de un minimalismo clásico en el diseño contemporáneo: trabajos de Comission Studio, Yuka Takahasi y Blok.



Fuente: Minimalissimo (<http://minimalissimo.com>)

Rimowa, el diseño editorial de Yuta Takahashi para Saks Books o el packaging de Blok para la línea de té Summerhill.

Simultáneamente a la perdurabilidad de este estilo, se observan rasgos subversivos en el minimalismo contemporáneo que Suárez-Carballo (2013) o Bi'lak (2005) identifican con la apuesta posmoderna por el «no-diseño»: soluciones gráficas basadas en una falsa apariencia de dejadez, caos o imperfección que, a su vez, resulta del rechazo de recursos como la retícula, garantes tradicionales del orden visual (Samarra, 2004). Este vínculo entre la sustracción visual y el diseño gráfico posmoderno⁷ ha sido ampliamente abordado en trabajos como el de Suárez-Carballo y Martín-Sanromán (2014) sobre el paradigma estético del movimiento New Ugly, concretamente: según este texto, una de las nuevas alternativas gráficas de esta corriente se basa precisamente en la reducción, pero con un peculiar giro que conduce a soluciones significativamente más débiles o perezosas y que está guiado por un hipotético afán de trasladar al receptor la idea de descuido y pobreza en la producción de la obra gráfica. Para explicar la irrupción de las nuevas estéticas posmodernas basadas en lo mínimo, estos autores contemplan tres posibles causas, fundamentalmente: el progresivo desencanto de los profesionales ante la falta de innovación y el diseño repetitivo, su preferencia por un diseño más *popular* y cercano o una actitud de rebeldía de los diseñadores ante la escasa valoración de la profesión. Las intencionadas *deficiencias* visuales resultantes, en todo caso, serían precisamente los pilares fundamentales de esta suerte de *no-diseño a-diseño* (Poynor, 2003).

Esta nueva concepción, que –siguiendo a los anteriores autores– se sitúa dentro de los límites del minimalismo posmoderno, entronca de alguna manera con la idea de diseño vernáculo, concepto que Mancilla (s.f.) asocia con «reminiscencias del arte popular, de lo manual y lo espontáneo» y Poynor identifica con aquellos trabajos gráficos «realizados por gente corriente y no por diseñadores profesionales (...) como reacción contra la superficialidad impersonal de buena parte del diseño profesional» (2003: 81).

El interés por el diseño vernáculo residía en su autenticidad, en el sentido de que es una expresión natural, sin filtros, de lo que siente la gente, de sus preocupaciones, no contaminadas por la estrategia o los imperativos del marketing ni por la pulcritud y la cautela características de la élite profesional (Poynor, 2003: 81):

La Fig. 3 trata de justificar la importante presencia de la impronta vernácula mediante algunos ejemplos representativos: el controvertido logotipo de Jürgen Malfeyt para KASK & Conservatorium School of Arts, «Untitled MFG Poster» de Sam Wood o la identidad visual del Anne Büttner para Bergen Assembly.

Junto con esta simulación de un estilo vernáculo, aficionado o popular, existen otros ingredientes en los que se fundamentan las diferencias entre el minimalismo *modernista* y esta nueva simplicidad. Autores como Rom (2016) o Heller y Chwast (2018) se refieren a este fenómeno como *esencialismo neomoderno* o Neo-modernismo, que describen plásticamente mediante la combinación de algunos elementos tradicionales (economía de elementos o geometría) y la aparición de un nuevo ornamen-

⁷ Poynor (2003) y Suárez-Carballo (2013) definen el diseño gráfico posmoderno mediante rasgos como la fragmentación, la impureza de la forma, la falta de profundidad o el eclecticismo y, en general, con la filosofía del «todo vale» y la violenta ruptura de normas.

to –menos naturalista y más abstracto– o una menor restricción en la configuración de las paletas tipográfica y cromática, e insisten en alejarlo de los principios del Estilo Internacional suizo hacia «un fundamentalismo más alegre» (Heller y Chwast, 2018: 255). Algunos de estos rasgos, más alejados de la ortodoxia minimalista, pueden apreciarse en los proyectos de Mirko Borsche en el periódico gratuito Super Paper, el cartel de Teo Schifferli para Archiv 11 o la gráfica de Bilal Sebei para ECAL (Fig. 4).

Fig. 3. Ejemplos de diseño vernáculo: KASK (Jürgen Maelfeyt), Untitled MFG Poster (Sam Wood) y Bergen Assembly (Studio Büttner).



Fuentes: <https://www.schoolofartsgent.be>, <http://studiobuettner.com> y <http://www.sam-wood.com>

Fig. 4. Ingredientes más desenfadados en el nuevo minimalismo: Super Paper (Mirko Borsche), Archi 11 (Teo Schifferli) y ECAL (Bilal Sebei).



Fuentes: <https://bureauborsche.com>, <http://teoschifferli.ch> y <https://www.bilalsebei.com>

La predilección por propuestas *más alegres* o menos encorsetadas entronca con otro de los nuevos valores que sustentan el nuevo paradigma minimalista: la frecuente ausencia en estas obras de una estructura reticular, elemento imprescindible en otros momentos de la historia del diseño gráfico (como la escuela suiza) y cuya omisión parece aproximarla a la filosofía posmoderna, que huía de este recurso por considerarlo «la mera fórmula, la reducción de la complejidad, el recurso que amparaba la falta de creatividad y la escasa capacidad o las ganas de investigar» (Pelta, 2012, párr. 2). En el minimalismo contemporáneo, por tanto, la economía de elementos se apoya en una organización sensible más espontánea o aparentemente improvisada y aleatoria, fruto del rechazo a este recurso o, por lo menos, de una distribución de pesos más espontánea, asimétrica o inestable. La Fig. 5 ilustra algunos ejemplos de estos rasgos con la portada de Rodrigo Corral para Hiroaki Sato, la gráfica de la película *Call me by your name* de Emilie Vizcano y el poster de Anymade Studio para la exposición de Roman Štětina.

Fig. 5. Ausencia de retícula y espontaneidad compositiva en los trabajos para Hiroaki Sato (Rodrigo Corral), *Call me by your name* (Emilie Vizcaino) y Roman Štětina (Anymade Studio).



Fuentes: <http://www.rodrigocorral.com>, <https://domoa.tumblr.com> y <https://design.ghmp.cz>

En relación con los anteriores puntos, la mayor disparidad de criterios en la literatura se sitúa en el debate sobre la pertenencia (o no) de este nuevo sello minimalista a la doctrina posmoderna. Autores como Suárez-Carballo y Martín-Sanromán (2014) o Poynor (2003) abogan por la primera opción; este último alude al trabajo de Peter Saville como un ejemplo de las posibilidades de la sustracción en el diseño gráfico posmoderno, frente al exceso que define la obra de diseñadores como Weingart y Greiman. En contra de esta opinión, otras referencias insisten en que la reaparición del minimalismo (por lo menos, su vertiente más clásica o «las opciones más restrictivas y simplificadoras») durante los años noventa coincide precisamente «la depreciación de las condiciones posmodernas» (Dopico Castro, 2010: 150). Lo que sí parece claro es que, por lo menos en un amplio sector y más allá de su adhesión a una u otra escuela, el posmodernismo ha afectado al protagonismo del «modernismo corporativo basado en una aplicación más o menos sistemática del bagaje crítico y procesal de la Bauhaus» (Cerezo, 1999: 74) con nuevas aportaciones visuales.

Definidas sus cualidades plásticas, parece pertinente preguntarse sobre las causas que han propiciado el auge de este Neo-minimalismo. Frente a las explicaciones que apuntan a una mera cuestión estética, más superficial (Pelta, 2006), otros autores sostienen que surge como respuesta a las circunstancias contextuales: para Tolley, la simplificación es un reflejo directo de la sociedad actual, «dominada por una austeridad global y recortes en los servicios sociales» (2016: 7) y Heller y Chwast sugieren que su regreso obedece al «aumento sin precedentes de la información, tanto en soportes impresos como en internet, (que) obligó a los diseñadores a ayudar al receptor eficientemente a navegar por una página, envase o pantalla» (2018: 255). Los anteriores motivos, no obstante, no explicarían por sí mismos la relevancia del nuevo lenguaje minimalista. Para comprenderlo en su totalidad, parece imprescindible acudir a algunos de los argumentos más habitualmente empleados para estudiar la explosión del movimiento posmoderno: el desencanto de los diseñadores gráficos ante el escaso reconocimiento de su profesión; el rechazo a la previsibilidad en la profesión; o un intento de escapar a la fría superficialidad de las soluciones son algunos de los motivos más ampliamente respaldados (Cerezo, 1999; Pelta, 2004; Poynor, 2012; Suárez-Carballo y Martín Sanromán, 2015; entre otros).

4. Discusión y conclusiones

El análisis desarrollado en el anterior capítulo permite verificar las hipótesis de trabajo formuladas al comienzo de esta investigación. En primer lugar, aunque existe un cierto debate en gran parte de las fuentes mencionadas, el término minimalismo tiende a emplearse de forma laxa en el diseño gráfico para describir aquellas manifestaciones basadas principalmente en la síntesis visual o la máxima economía de elementos, atributos plásticos que heredaría del significado original (atribuido al ámbito artístico) y que, en definitiva, forman parte de la definición de simplicidad. Desde esta perspectiva, ambos términos serían sinónimos. Las principales diferencias, sin embargo, residen en el carácter arreferencial del término frente a la intencionalidad de un diseño gráfico (Montes Vozmediano y Vizcaíno Laorga, 2015) en el que «todo es simbólico y sirve a un propósito» (Pelta, 2004: 185) y, en relación con este aspecto, a la supuesta huella del autor en este ámbito frente a la emancipación del artista en este estilo. Por tanto, el significado fundacional del término minimalismo (vinculado al arte) ha evolucionado para acabar ciñéndose a su vertiente estética y a la reducción de recursos que la definen. Pese a que este conflicto terminológico es muy común en la literatura citada, la mayor parte de los autores coincide en emplear genéricamente el término «como adjetivo al que se le suponen implícitos los rasgos señalados de sobriedad y austeridad» (Pérez Rufi, 2010: 88). Aclarado este extremo, el presente estudio se une a esta consideración en el uso del concepto.

La segunda y tercera hipótesis hacen alusión a la convivencia de varios tipos de minimalismo, que en este estudio se resumen en dos alternativas: por una parte, una vertiente más clásica, cuya ascendencia apunta al modernismo y, en concreto, a la Bauhaus (especialmente en la época de Dessau) y al *swiss style* –sin olvidar a la Escuela de Ulm– como movimientos más relevantes. Especialmente en esta versión, la simplicidad no debe interpretarse como un recurso estético sino desde la perspectiva del compromiso social, el enfoque centrado en el usuario (VanEnoo, 2011) y la función comunicativa del diseño gráfico.

Por otro lado, existen suficientes indicios de un Neo-minimalismo contemporáneo –esencialismo neomoderno, nueva simplicidad o Neo-modernismo, según Rom (2016) o Heller y Chwast (2018)– cuyos rasgos frecuentemente se atribuyen a la influencia posmoderna. Esta tendencia introduce una mayor libertad en los recursos cromáticos y tipográficos, el rechazo a la retícula o la preferencia por composiciones más audaces, una mayor riqueza ornamental (abstracta, sobre todo) y una singular tendencia al *no-diseño* que redunde en soluciones gráficas de carácter torpe o *amateur*. Desde la óptica de este estudio, el trabajo de identidad de Maelfeyt para el KASK & Conservatorium School of Arts de Gante resulta especialmente significativo, por la envergadura y naturaleza de su referente, para ilustrar este aspecto.

El trabajo de contextualización y análisis abordado en esta investigación pone asimismo de relieve la necesidad de acudir a la historia para comprender las nuevas fórmulas del diseño gráfico contemporáneo, no solamente desde una perspectiva plástica (en la que, en cualquier caso, insiste este estudio) sino también desde un punto de vista social o cultural, que resulta imprescindible para explicar la morfología de las piezas. En este sentido, la investigación ha querido centrarse de forma muy especial en la relevancia de la Bauhaus y el Estilo Internacional como paradigmas cuya filosofía sigue impregnando una parte muy importante del diseño gráfico actual.

La investigación, no obstante, plantea nuevos retos para el futuro. En primer lugar, cabe preguntarse sobre la verdadera eficacia de las fórmulas minimalistas. Aunque estudios como el de Suárez-Carballo, Galindo-Rubio y Martín-Sanromán (2018) acometen una primera aproximación en el ámbito de la identidad visual (en términos de preferencia por parte de los públicos), una interesante futura línea de investigación consistiría en abundar sobre este aspecto desde un enfoque cognitivo (la capacidad para potenciar la atención o la comprensión del mensaje) y despejar, en este sentido, incógnitas como la formulada por Stinson (2018), que afirma: «la simplicidad, aunque es una herramienta útil en muchos casos, puede ser tan inescrutable como un desorden gráfico grandilocuente».

Por otra parte, y pese a que –como se ha mencionado– se ha realizado un importante esfuerzo en el estudio exploratorio para la búsqueda de piezas pertenecientes al denominado Neo-minimalismo, los ejemplos gráficos aportados son solo una minúscula parte de las obras afines a esta tendencia. Basándose en la mencionada propuesta metodológica de Suárez-Carballo y Martín-Sanromán (2014), la selección intencionada de esta pequeña muestra en el presente trabajo obedece a un intento de representar con la máxima exactitud y claridad las propiedades visuales que se pretende analizar. Sin embargo, sería interesante, en este sentido, realizar un estudio cuantitativo para certificar debidamente la importancia de este movimiento. Asimismo, esta investigación recoge algunos rasgos arquetípicos observables con cierta nitidez en un conjunto de obras actuales, pero cabe preguntarse sobre su capacidad para convertirse en *tendencia*; en este sentido, mientras Stinson (2018) considera que, «acertadas o equivocadas, la aburrida verdad es que las tendencias visuales son inevitables», Lipovetsky y Serroy sostienen que «ya no hay una escuela dominante: es la época de la proliferación, de la desregulación, del mestizaje de estilos y gustos. El estilo de hoy ya no es tanto el de una época, que abrazaría todos los estilos, como el de los propios diseñadores» (2015: 216).

5. Referencias bibliográficas

- Acceta, A. y Mocarzel, M. (2015): «Da cultura visual à cultura material: o minimalismo como forma de expressão na sociedade de consumo». *ALCEU*, v. 16, N° 31, 131-140, <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu%2031%20pp%20131-140.pdf>. Web visitada el 5/4/2019
- Ambrose, G. y Harris: (2016): *Genios del diseño. Métodos y procesos de los diseñadores gráficos*, Barcelona, Blume.
- Arrausi, J.J. (2016): «La escuela suiza del diseño gráfico, orígenes e influencias». *Grafica: documents de disseny*, Vol. 4, N° 7, 31-41, <https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v4-n7-arrausi>. Web visitada el 2/4/2019
- Aureli: V. (2016): *Menos es suficiente*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bartomeu, E. (2016): «The life of trend visual discourses. A case study for Pollination». *Grafica: documents de disseny*, Vol. 4, N° 8, 83-96, <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.56>. Web visitada el 1/4/2019
- Beltrán, F. (1997): «La visión del Bauhaus», en Marsack, R. (ed.), *Ensayos sobre Diseño. Diseñadores influyentes de la AGI*, Buenos Aires, Infinito, 82-85.
- Bil'ak, P.: (2005): «Falta de diseño, exceso de diseño y volver a diseñar». *Typotheque*, https://www.typotheque.com/articles/falta_de_diseno_exceso_de_diseno_y_volver_a_disenar. Web visitada el 26/3/2019
- Calvera, A. (2012): «Gráfica versus plástica. La contribución de Joan Perucho a la comprensión del arte publicitario y del diseño gráfico (1960-1970)», *Pensar la publicidad*, vol. 6, n° especial, 151-167, http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEPU.2012.v6.40642. Web visitada el 1/4/2019.
- Calvo, X. (2017): «El diseño y la simplicidad de las cosas», *Valencia Plaza*, <https://valencia-plaza.com/el-diseno-y-la-simplicidad-de-las-cosas>. Web visitada el 3/4/2019.
- Cerezo, J.M. (1991): *Diseñadores en la nebulosa. El diseño gráfico en la era digital*, Madrid, Biblioteca nueva.
- Costa, J. (1998): *La esquemática. Visualizar la información*, Barcelona, Paidós Ibérica.
- Culleré, A. (2018): «The Brands and the Circle of Time», en Raposo, D. (ed.), *Communicating visually. The graphic design of the brand*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing, 89-98.
- De Bono, E. (2000): *Simplicidad. Técnicas de pensamiento para liberarse de la tiranía de la complejidad*, Barcelona, Paidós Ibérica.
- Davis, M. (2012): *Graphic Design in Context. Graphic Design Theory*, London, Thames and Hudson.
- Deharak, R. (1997): «Pensamientos sobre el modernismo». En Marsack, R. (ed.), *Ensayos sobre Diseño. Diseñadores influyentes de la AGI*, Buenos Aires, Infinito, 34-36.
- Díaz Soto, D. (2008): «Minimalismo: a vueltas con el concepto de un(as) arte(s): reflexiones en torno al ciclo «¿Los límites de la composición?»». *Bajo palabra. Revista de filosofía*, N° 3, 109-124.
- Dondis, D. A. (1998) *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual* (13ª edición), Gustavo Gili, Barcelona.
- Dopico Castro, M. (2010): «El legado moderno en la era global. Diseño gráfico y tipografía después de la posmodernidad», *I+Diseño: revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en diseño*, Vol. 2, N° 2, 148-159, <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4534214.pdf>. Web visitada el 10/4/2019.
- Dopico Castro, M. (2011): *La evolución de los caracteres de palo seco. Arqueología tipográfica*, Valencia, Campgràfic.

- Frascara, J. (2006): «Graphic Design: Fine Art or Social Science?», en Bennet, A. (ed.), *Design studies. Theory and research in graphic design. A reader*, New York, Princeton Architectural Press, 26-35.
- Gerber, A. (2002): *Graphic design. The 50 most influential graphic designers in the world*, London, A&C Black Publishers.
- Gil, J. (28 de marzo de 2018): «15 corrientes artísticas que un diseñador debe conocer», *Gràffica*, <https://graffica.info/15-corrientes-artisticas-1>. Web visitada el 3/4/2019.
- Gómez Urzaiz, B. (21 de enero de 2019): «Logo: ¿Por qué todas las marcas de moda de lujo parecen ahora iguales?», *Icon design*, https://elpais.com/elpais/2019/01/20/icon_design/1547981646_493569.html. Web visitada el 2/4/2019.
- Gompertz, W. (2013): *¿Qué estás mirando? 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*. Taurus: Madrid.
- González Díez, L. y Tabuenca Bengoa, M. (2015): «Madrid Tipográfico. Un recorrido ilustrativo por la rotulación de la Gran Vía». *Arte y ciudad. Revista de investigación*, 7, 27-46. DOI: <http://dx.doi.org/10.22530/ayc.2015.N7.323>. Web visitada el 30/3/2019.
- Hara, K. (2009): *White*, Zurich, Lars Müller Publishing.
- Heller, S. y Anderson, G. (2016): *El libro de ideas para el diseño gráfico*, Barcelona, Blume.
- Heller, S. y Chwast, S. (2018): *Graphic style. From Victorian to Hipster (4ª edición)*, New York, Abrams.
- Heller, S. y Vienne, V. (2012): *100 ideas que cambiaron el diseño gráfico*, Barcelona, Blume.
- Imhoff, S. (7 de junio 2017): «The pursuit of Minimalism», *Stefan Imhoff*, <https://www.stefanimhoff.de/minimalism>. Web visitada el 1/4/2019.
- Kadry, A. (2015): «Minimal Art as a Creative Strategy in Advertising Design», *4th International Conference of the Faculty of Applied Arts*, Helwan University, <http://www.conf.faa-design.com/pdf/20f.pdf>. Web visitada el 11/4/2019.
- Knuutila, T. (2018): «Qualities of Simplicity in designing interactive art», *Acta Universitatis Lapponiensis* 383, Rovaniemi, University of Lapland.
- Lidwell, W., Holden, J. y Butler, K. (2006): *Principios universales de diseño*, Barcelona, Blume.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2015): *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*, Barcelona, Anagrama.
- Lucie-Smith, E. (1998): *Movimientos artísticos desde 1945 (5ª edición)*, Madrid, Destino.
- Maeda, J. (2006): *Las leyes de la simplicidad*, Barcelona, Gedisa.
- Mancilla, E. (s.f.): «Estilos tipográficos en la posmodernidad». *Foroalfa*, <https://foroalfa.org/articulos/estilos-tipograficos-en-la-posmodernidad>. Web visitada el 3/15/2019.
- Mccooy, J. (2006): «Graphic design in a multicultural world», en Bennet, A. (ed.), *Design studies. Theory and research in graphic design*, New York, Princeton Architectural Press, 200-205.
- Merino, O. (4 de mayo de 2018): «Minimalismo, el arte de reducir», *Olaia Merino*, <https://olaiamerino.com/minimalismo>. Web visitada el 6/4/2019.
- Meyer, J. (2011): *Arte minimalista*, Nueva York, Phaidon.
- Montes Vozmediano, M. y Vizcaíno Laorga, R. (2015): *Diseño gráfico publicitario. Principios fundamentales para el análisis y la elaboración de mensajes visuales*, Madrid, Ommpress.
- Namdev, J. (2010): *Function, restraint, and subversion in typography*, New York, Princeton Architectural Press.
- Nealen, A.; Saltsman, A. y Boxerman, E. (2011): «Towards Minimalist Game Design», *Proceedings of the 6th International Conference on the Foundations of Digital Games*, 38-45. DOI: <https://doi.org/10.1145/2159365.2159371>. Web visitada el 30/3/2019.

- Obendorf, H. (2004): *Minimalism in human-computer interaction: development of a focused perspective on usability processes and design products*, <https://pdfs.semanticscholar.org/fc38/69e2f0105117d965f53fa852a6eb8ae325ad.pdf>. Web visitada el 24/3/2019.
- (2009): *Minimalism. Designing Simplicity*, Londres, Springer.
- Papanek, V. (2014): *Diseñar para el mundo real. Economía humana y cambio social*, Barcelona, Pol-len edicions.
- Pawson, J. (2006): *Minimum*, Nueva York, Phaidon.
- Pelta, R. (2004): *Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico*, Barcelona, Paidós Ibérica.
- (2006): «Expresar el espíritu de «nuestro tiempo». Del «diseño moderno al diseño actual», en Eguizábal, R. (ed.), *Diseño y comunicación visual*, Segovia, Cuadernos de Publifilia, 11-20.
- Pelta, R. (2012): «La retícula tipográfica. De artículo de fe a instrumento eficaz», en *Monográfica*, 04, <http://www.monografica.org/04/Art%C3%ADculo/7529>. Web visitada el 28/3/2019.
- Pérez Rufi, J.P. (2010): «El cartel de cine hoy», *Pensar la Publicidad*, vol. IV, nº 2, 71-88, <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU1010220071A/15029>. Web visitada el 12/3/2019.
- Phillips, S. (2013): *...ismos para entender el arte moderno*, Madrid, Turner.
- Poynor, R. (2003): *No más normas. Diseño gráfico posmoderno*, Barcelona, Gustavo Gili.
- (2012): «The Good, the Bad, and the Ugly», *Print*, <https://www.printmag.com/article/the-good-the-bad-and-the-ugly>. Web visitada el 14/4/2019.
- Raposo, D. (2018): «Compliment to the Simplicity of the Form», en Raposo, D. (ed.), *Communicating visually. The graphic design of the brand*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing, 178-188.
- Richter, B. (2008): «De pronto, esa variedad», en Bella, F. (ed.), *Rompiendo las reglas. Tipografía suiza de los turbulentos años ochenta*, Valencia, Campgràfic.
- Rom, J. (2015): *Las claves del diseño gráfico. Lenguaje, metodología y proceso en el diseño de la comunicación visual*, Barcelona, Documentos de estudio.
- Rom, J. (2016): «El reto de la responsabilidad del diseño», *Grafica: documents de disseny*, 4 (7), 9-18, https://ddd.uab.cat/pub/grafica/grafica_a2016v4n7/grafica_a2016v4n7p9.pdf. Web visitada el 3/4/2019.
- Samara, T. (2004): *Diseñar con y sin retícula*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Schonlau, J. (2012): *Mnm. Diseño gráfico minimalista*, Barcelona, Maomao Publications.
- Shaoqiang, W. (2017): *Simplicity, the charm of minimalism*, Barcelona, Promopress.
- Shaughnessy, A. (2000): «Reduction», *Eye magazine*, <http://www.eyemagazine.com/feature/article/reduction>. Web visitada el 2/4/2019.
- Stinson, L. (2018): «Is millennial minimalism on its way out? The next big design trend is the opposite of whatever's happening now», *Aiga Eye on Design*, <https://eyeondesign.aiga.org/the-next-big-design-trend-the-opposite-of-whatevers-happening-right-now>. Web visitada el 5/3/2019.
- Suárez-Carballo, F. (2013): «Valores modernos y valores posmodernos en la expresión publicitaria contemporánea», en Catalá, M. y Díaz, O. (coords.), *Publicidad 360º*, 317-329, Zaragoza, Universidad San Jorge.
- Suárez-Carballo, F., Galindo-Rubio, F. y Martín-Sanromán, J. R. (2018): «La simplicidad en el diseño de marcas gráficas: análisis de la preferencia», *Arte, Individuo y Sociedad*, 30(2), 275-293, <http://doi.org/10.5209/ARIS.56791>. Web visitada el 22/3/2019.

- Suárez-Carballo, F. y Martín-Sanromán, J.R. (2014): «Profusión y economía en el diseño gráfico contemporáneo: los carteles del movimiento New Ugly», *Arte y Ciudad*, 6, 155-176, <http://dx.doi.org/10.22530/ayc.2015.N6.245>. Web visitada el 12/2/2019.
- Sudjic, D. (2014): *B de Bauhaus: un diccionario del mundo moderno*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Tolley, S. (2016): *MIN. The new simplicity in graphic design*, London, Thames & Hudson.
- Vaneeno, C. (2011): «Minimalism in Art and Design: Concept, influences, implications and perspectives», *Journal of Fine and Studio*, Vol. 2 (1), 7-12, <https://academicjournals.org/journal/JFSA/article-full-text-pdf/3A668BC6040>. Web visitada el 22/3/2019.