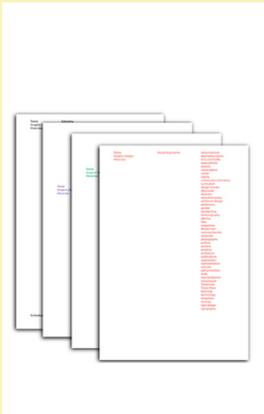


# Historias del diseño gráfico suizo



BARBIERI, Chiara *et al.*  
*Swiss Graphic Design Histories.*  
Scheidegger & Spiess, Zurich,  
2021. 688 p., ISBN: 978-3-  
85881-868-3.

En un estuche de tres volúmenes más un cuaderno adicional, las 688 páginas de *Swiss Graphic Design Histories*, presentan una nueva visión —no cronológica— de la historia del diseño gráfico en Suiza, “una redefinición completamente nueva del panorama del diseño gráfico de Suiza”, según sus editores. Este libro ha sido recientemente publicado en inglés por Scheidegger & Spiess, editorial suiza especializada en arte, diseño, fotografía y arquitectura, tanto en papel como en versión digital abierta disponible bajo licencia Creative Commons no comercial. El diseño ha corrido a cargo de Simone Farner y Naime Schalcher; las tipografías empleadas han sido Starling Book y Única 77 y diversos papeles, entre ellos: Profilbulk 1.0 de 80 y 115 g. o Daunendruck 1.5 white de 120.

Está basado en el proyecto de investigación “Diseño gráfico suizo y tipografía revisitada” que reunió durante cuatro años a doce investigadores de siete universidades suizas, junto a otros doce investigadores asociados, en torno a una cartografía historicista del diseño gráfico helvético desde 1925 hasta la escena actual.

Uno de los principios del trabajo de investigación fue centrarse en eventos, lugares y redes en vez de autores y sus obras, en análisis de casos basados en piezas de diseño en lugar de investigaciones monográficas. Así, el resultado es un compendio de numerosas reflexiones y narraciones, algunas a pequeña escala, con una nutrida colección de 263 imágenes, que al igual que la mayoría de la base documental, es material inédito. Dieciséis son los autores de este libro, que a través de unidades temáticas independientes, conectadas por un sistema de palabras clave, conforman una valoración del *statu quo* del diseño gráfico suizo. A su vez, cuestionan en cierto modo el canon que tenemos asumido de un estilo concreto, una estética que se hizo famosa ya en las décadas de los 50, 60 y 70, y que

desde entonces no ha dejado de influir a nivel internacional. La trascendencia de los diseñadores y tipógrafos suizos es patente en la historiografía occidental del diseño.

El primer volumen, “Visual Arguments” (Argumentos Visuales), está compuesto por veinticinco artículos temáticos e independientes en torno a la praxis del diseño gráfico y la tipografía, también como lenguaje publicitario, desde el principio del siglo XX hasta el XXI. La información se obtuvo de fuentes primarias (colecciones privadas y archivos de instituciones), y los argumentos, generosos con las imágenes (obra gráfica, tipográfica, fotográfica, libros, revistas, documentos oficiales o trabajos de estudiantes), son sintéticos en el desarrollo informativo y analítico. Este primer volumen estructura y desarrolla mini ensayos a partir de las imágenes, ítems que como tal nunca habían sido sujeto epistémico en la historia del diseño, y que no se limitan a la “metanarrativa” del tópico estilo suizo.

Anuncios publicitarios, trabajos de estudiantes, catálogo tipográfico, documentos legales, diagrama cronológico, ejercicios básicos, revistas de estudiantes, tablas de horarios, diseño de exposiciones, portfolios, catálogos de premios e incluso tarjetas de Navidad, son algunos de esos veinticinco temas, cuyo punto de encuentro ha sido también visibilizar aspectos de territorios no narrados, por desconocimiento, estar ocultos u olvidados, o incluso intencionadamente reprimidos.

Uno de los objetivos explicitados del libro es no estar únicamente al servicio de los investigadores e historiadores del diseño en un ámbito científico, sino conectar también con los diseñadores y profesionales de la comunicación gráfica. “Multiple Voices” (Múltiples Voces), el segundo volumen, recoge además de discursos o actas, una serie de entrevistas, seleccionadas y con extractos de la gran cantidad que se realizaron en la fase de investigación a diseñadores, colaboradores y clientes. Estas voces rompen el discurso lineal, aportan ideas y nuevas perspectivas respecto a los pioneros e iconos del diseño gráfico en Suiza. Sin interpretaciones. Tan solo contextualizando las mismas. Es de nuevo parte de una historia, parcial y personalizada, que se estructura sobre once ítems:

asociaciones, premios, carreras, clientes, colaboraciones, género, ubicación, estudio, *swiss made*, formación y tipografía. Este libro reivindica que el comprender y saber de diseño, además de la información visual y el texto histórico, requiere de los relatos verbales, conversaciones y debates de sus protagonistas.

“Tempting Terms” (Términos Tentadores) es el tercer libro y se compone de dieciséis ensayos independientes entre sí, más introducción, referidos al territorio de la profesión del diseño y su terminología respecto a una identidad nacional. Títulos como “Los primeros años del premio nacional de carteles”, “Las ventajas de trabajar en el otro lado de los Alpes”, “Debatiendo el papel del coleccionista de carteles Fred Schneckeburger en la historiografía del diseño gráfico suizo”, “Diseño gráfico en el contexto de una institución de arte contemporáneo”, “Rastreo de los intercambios entre la tipografía modernista y escritura suiza” o “Comisariar Suiza como una nación de diseño gráfico en 1925” son algunos de los recorridos que plantea.

El conjunto se complementa con un cuaderno de sesenta y siete páginas que incluye el artículo “A Never-ending Story: From the History of Swiss Graphic Design to Swiss Graphic Design Histories”, información sobre los autores con una breve anotación curricular, un índice de las palabras clave, otro de abreviaturas y acrónimos, referencias bibliográficas, agradecimientos y créditos de la obra.

*Swiss Graphic Design Histories*, además de aportar material gráfico inédito y una nueva reflexión salteada y no lineal del poliédrico pasado y presente de su diseño gráfico, abre una vía epistemológica —aplicable a otros territorios— a historiadores y docentes, así como a los propios profesionales del diseño, que sin duda ampliarán su visión respecto al canon helvético y el diseño occidental.

Boke Bazán  
Doctorando en Historia del Arte  
Universitat de València