

El diseño en Londres 2012

Claudia Verónica García García
Diseño de la Comunicación Gráfica

LOS JUEGOS OLÍMPICOS DE LONDRES 2012, la fiesta deportiva más importante y donde todos los ojos estuvieron pendientes, fueron “bombardeados” por su publicidad gráfica, desde la identidad y aplicaciones hasta las mascotas e imagen que desearon proyectar.

El logo es la parte más importante, ya que marca la identidad de las olimpiadas y la diferencia de las demás.

Londres 2012: para comenzar a darle vida a esta actividad se contrató a Wolff Olins, una marca de consultoría londinense, especializada en el desarrollo de experiencias de marca, estrategias de negocios y sistemas de identidad visual, que lanzó su diseño desde 2007, con la intención de que el público joven se acercara y participara de esta fiesta.

El diseño de la identidad rompe con todos los esquemas anteriores: en principio, por su gama cromática: dos colores bastante fuertes y el logo de los aros olímpicos calados en blanco con lo que se crea un impacto visual difícil de olvidar. En contraste con la tipografía de los números, tenemos escrito la palabra London con la fuente London Olympics 2012, para hacerlo más legible; sin duda, este logotipo pasará al salón de la fama de la gráfica olímpica, con una tipografía que está inspirada en rocas griegas y en el graffiti. Se dice que el costo de creación del logo fue de 400 000 libras esterlinas (630 497 dólares).



Logotipo oficial de Londres 2012
<http://bit.ly/SBb4CS>

De sus significados, encontramos que una segunda lectura de este logotipo, revela la palabra ZION, que supuestamente se lee en él. Visualmente resulta confuso, tanto por su forma abstracta como por las letras pequeñas con las que cuenta; también vemos que para colocar la bandera del Reino Unido se utilizó la muy conocida técnica de *Container* o *Capsule Branding*, que si bien se ve agradable, vuelve aún más difusa la representación visual.

Los Juegos Olímpicos de este año se han caracterizado, entre otras cosas, por las increíbles sedes deportivas que se construyeron para llevar a cabo las actividades deportivas. Esto debido a que los diseños originales están estrechamente ligados a las disciplinas que ahí se llevarían a cabo: destacan los del Centro Acuático, el Velódromo y el Centro de Tiro y Arquería; sin embargo, la pieza principal del parque es el Estadio Olímpico, que ha sido criticado por su diseño simple y poca sensibilidad al resto de la identidad gráfica y plástica de Londres.

Pictogramas Olímpicos

Para los juegos olímpicos de Londres 2012 se realizaron 38 pictogramas olímpicos que acompañaron la información relativa de las diferentes destrezas físicas; cada deporte se ilustró con tino y sencillez gráfica, esto debido a los trazos simplificados que requiere la realización de un pictograma. Los pictogramas fueron una parte fundamental en el desarrollo de las actividades deportivas, ya que orientaron al público para identificar parajes y direcciones en la urbe de la ciudad de Londres, éstos fueron diseñados por la agencia *Some One* y se usaron tanto en las señales, como en los boletos y en el *merchandising*.¹

Los diseñadores, como parte de un programa completo de señalización, buscaron comunicar la información e instrucciones importantes de manera rápida y sencilla, con la finalidad de crear un sistema de diseño unificado y de fácil comprensión por las personas que hablan diferentes idiomas, así como lo suficientemente flexible como para ser usado en una amplia gama de aplicaciones.

Hubo dos versiones de pictogramas. Una de ellas remite a siluetas en la que los trazos variaron según el lugar donde fueron colocados; esta versión fue utilizada para la alta visibilidad y la necesidad de información. La otra se inspiró principalmente en los coloridos mapas del metro de Londres: dinamismo en diversos colores de fondo, así como en la decoración.

Los juegos olímpicos requirieron de una planificación y organización completa: entre lo funcional y lo deseable; de esa forma el público multilingüe podía ser informado y guiado de forma efectiva, para lo cual se consideró lo siguiente: identificación visual, control de tráfico, logística urbana y publicidad; esto implicó tomar en cuenta la amplitud de señales que se desplegó ante un gran número de personas, de ahí la importancia de los pictogramas como elemento orientador, multicultural y democratizador.

Daniela Sierra

Diseño de la Comunicación Gráfica

1. Término anglosajón compuesto por la palabra *merchandise*, cuyo significado es mercancía y su terminación *-ing*, que significa acción. Es la parte de la mercadotecnia que tiene como objeto aumentar la rentabilidad en el punto de venta.



Medallas olímpicas
<http://bit.ly/PWfeS6>

Los equipos de LOCOG y Future Brand se esmeraron por crear un lenguaje visual, un estilo aplicable a todo: desde el aeropuerto hasta las diferentes sedes, sintetizado en el Parque Olímpico. Al entrar ahí se encuentra la puerta de Stratford y un faro, ambas son construcciones angulares de color magenta, diseñadas por el despacho Surface Architects.

Dentro del estadio, las butacas cumplen con este estilo, siguiendo con un meticuloso trazado que nace del mismo logotipo, se utilizó un sistema de red en salas de espera y hasta en los terrenos de juego.

Uno de los símbolos olímpicos más importantes de toda la historia de esta entrega es la antorcha olímpica; ésta fue diseñada por el estudio Barberosgerby, ganadores del “diseño del año” por el Museo de Diseño de Londres, conformado



David Beckham encendiendo la llama olímpica
<http://bit.ly/PnauFq>



Antorcha olímpica
<http://bit.ly/PnauFq>

por los diseñadores Edward Barber y Jay Osgerby, y quien creó una pieza que tiene una altura de 80 cm y un peso de 800 g; está hecha de una aleación de aluminio dorado que es perforada por 8 000 agujeros circulares, cada uno representa a uno de los 8 000 portadores de la antorcha que participaron en el relevo olímpico.

Las medallas creadas por David Watkins son la representación del mundo (su forma circular), la ciudad moderna (la reproducción del Estadio Panathinaikos para llegar a la ciudad anfitriona), y el río Támesis como símbolo de Londres. En la parte frontal, presente siempre, la misma imagen de la diosa griega de la victoria: Niké.

Las mascotas reflejan una historia inglesa muy significativa; Wenlock y Mandeville toman su nombre de dos ciudades inglesas muy relacio-

nadas con la historia olímpica: Much Wenlock, condado en el que se celebraron en el siglo XIX los "Wenlock Games", que inspiraron las olimpiadas modernas y Stoke Mandeville, hospital del condado de Buckinghamshire, que animando a sus pacientes a practicar deporte plantó la semilla de los juegos paralímpicos; éstos son los nombres de los primeros protagonistas de las Olimpiadas de Londres 2012.

Las gotas de acero gemelas tienen una historia muy particular, ya que nacieron a partir de la última viga utilizada para la construcción del Estadio Olímpico de Londres, pero ¿quién es quién en esta historia? La clave para distinguir a estas gotas de acero la encontramos en las cabezas de

Wenlock y Mandeville, coronadas con la típica señal de los taxis londinenses y grabadas con sus iniciales. Analizamos a detalle a cada una:

Wenlock es la mascota oficial de los Juegos Olímpicos: sus colores dorado, plateado y bronce son un referente de las medallas olímpicas, y en sus brazos luce cinco pulseras con los colores de los anillos de la bandera olímpica.

Mandeville es la mascota de los Juegos Paralímpicos: la forma de su cabeza recuerda las tres medias lunas de la bandera paralímpica, y sus manos en posición aerodinámica y el cronómetro en la muñeca señalan su objetivo de superación para lograr la mejor marca. De ahí la importancia de ambas mascotas. ▲



Mascotas olímpicas

<http://bit.ly/RPT5WL>

Fuentes

- <http://lacoctelerapodcast.com/2012/07/arquitectura-y-diseno-detras-de-las-olimpiadas/>
- <http://isopixel.net/archivo/2012/07/el-diseno-grafico-en-las-olimpiadas/>