

Gráfica narrativa de una pasión

Diana Alvarado Casado
Diseño de la Comunicación Gráfica

En cada mundial de fútbol se crea una historia marcada por las hazañas de los jugadores, el surgimiento de nuevos “ídolos”, los mejores goles, las mejores jugadas, las situaciones más polémicas, los aficionados; pero son los balones, las playeras, las banderas, los *souvenirs*, los que alimentan los recuerdos y reviven los momentos más significativos, ya que plasman la esencia de cada historia contada en el pasto de un estadio repleto de miles de esperanzas de toda una afición. Entre todos estos elementos gráficos, existe una pieza clave presente en cada mundial y que nos permite viajar a través de la cultura mundialista: el cartel.

El cartel se convirtió en un fiel reflejo de las transformaciones sufridas no sólo en el fútbol y su evolución, sino también en las de una sociedad que ha pasado por cambios políticos, económicos y culturales. Es la narración gráfica de una pasión.

Cabe mencionar que desde Uruguay 1930 hasta Brasil 1950 el cartel y el logotipo fueron uno mismo; a partir de Suiza 1954 ambos diseños son diferentes. En Inglaterra 1966 se incluye por primera vez la imagen de la mascota del mundial, *Willie*. Para el mundial de Sudáfrica, además del cartel oficial, se realizaron 17 carteles por artistas plásticos reconocidos internacionalmente, y serán exhibidos durante la justa mundialista. ●



Uruguay 1930, Guillermo Laborde



Italia 1934



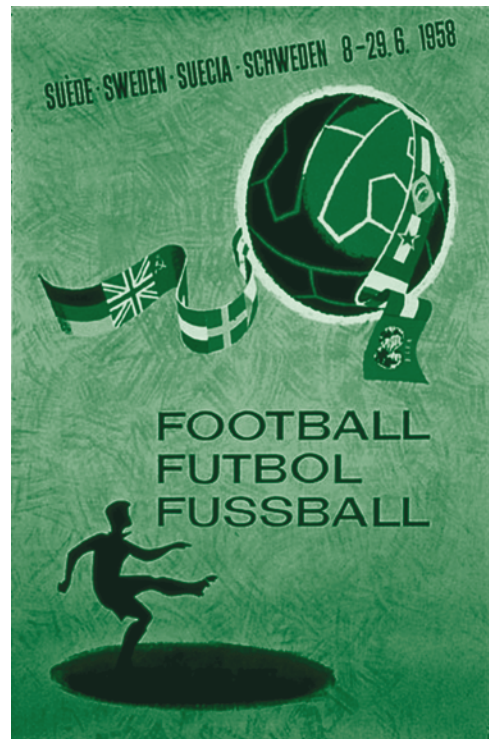
Francia 1938



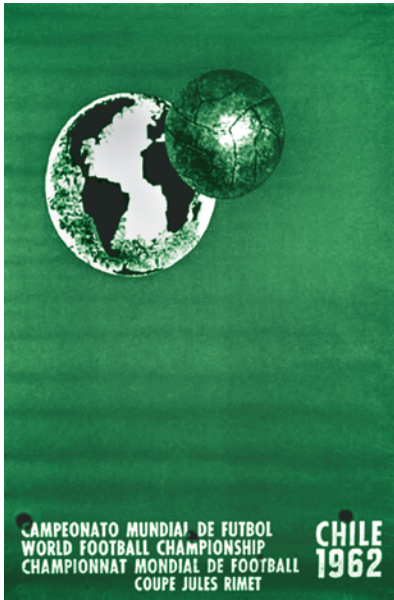
Brasil 1950



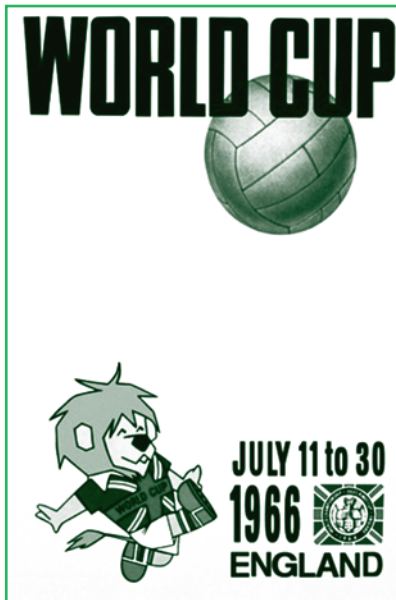
Suíça 1954



Suecia 1958



Chile 1962



Inglaterra 1966



México 1970, Eduardo Terrazas



Alemania 1974



Argentina 1978



España 1982, Joan Miró



México 1986



Italia 1990, Alberto Burri



Estados Unidos 1994



Francia 1998, Natalie Le Gall



Corea / Japón 2002, Byun Choo Suk y Hirano Soguen



Alemania 2006, Gregor C. Bach y Christoph Schneller



Sudáfrica 2010, agencia Switch