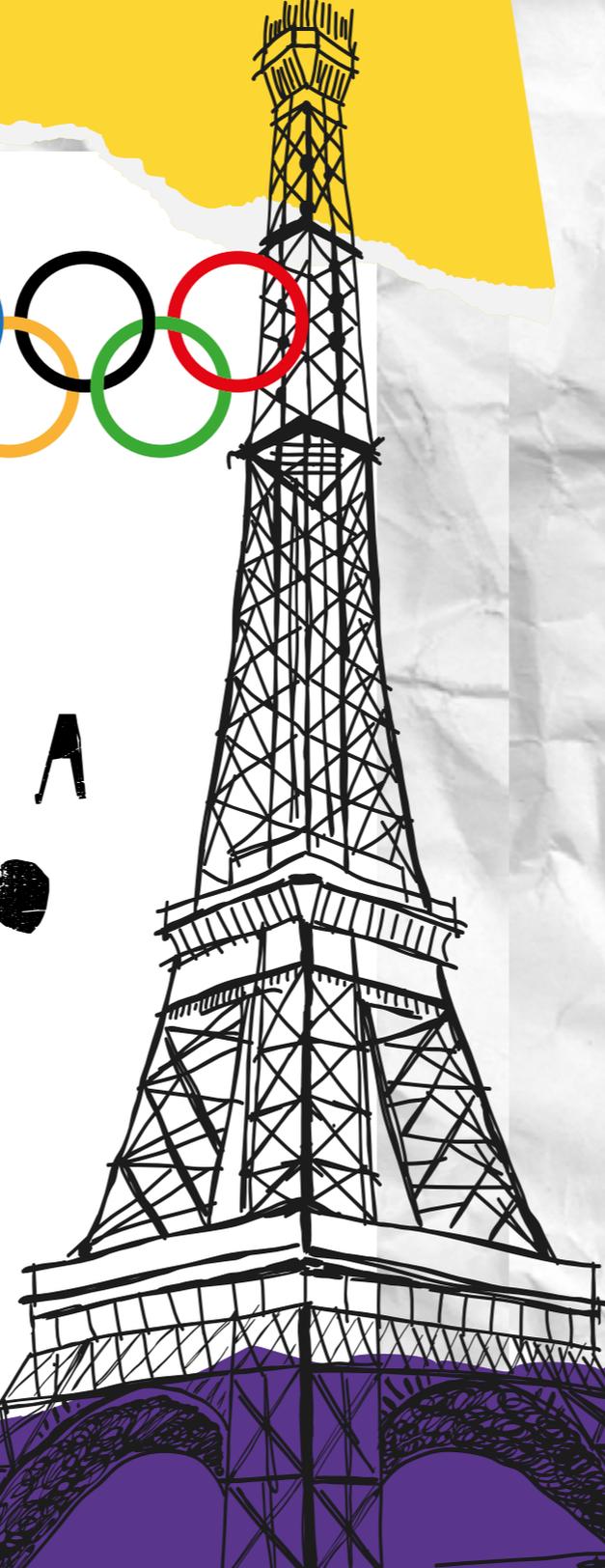


EDITORIAL:

# MARIANNE, DE SÍMBOLO A LOGOSÍMBOLO

Marianne, from symbol  
to logosymbol

Leonardo Páez Vanegas



Paris 2024, pasará a la historia por ser la primera olimpiada celebrada en medio de la normalidad pospandémica. En los juegos de Tokio 2020, primeros de la historia en posponerse hasta 2021, las competencias se dieron en medio de todas las restricciones y medidas de la pandemia, sin espectadores y con severos controles y aislamiento para los deportistas. Los XXIII juegos de París, serán equiparables a aquellos disputados en Londres en 1948, primeras justas después de la devastación de la Segunda Guerra Mundial; y estas las dos ciudades que más juegos olímpicos han albergado en la historia.

Al margen de estos datos anecdóticos sobre los juegos transcurridos con total calma en el verano de 2024, bien vale la pena darle una mirada a lo que el diseño nos dejó como parte de este inédito certamen. Un primer vistazo nos lleva al identificador principal, el logosímbolo de los juegos cuyo posicionamiento fue muy rápido gracias a la simpleza que captó la atención de muchos, por sus formas singulares y el juego visual que proponía. Según los organizadores, “el logo de París 2024 combina tres símbolos distintos: la medalla de oro, la llama y Marianne, la personificación de la República Francesa. Cada uno de estos símbolos refleja una parte de nuestra identidad y nuestros valores.”<sup>1</sup>

A lo largo de la historia, la gráfica olímpica ha empleado diferentes recursos para exaltar o representar valores, que bien están asociados con el espíritu olímpico, o bien con la ciudad (y el país) que los acoge. Durante la primera mitad del siglo XX, el cartel fue la gran vitrina que promocionó los juegos, empleando como temática central toda clase de figuras heroicas evocadoras de sus orígenes grecolatinos, y que de paso exaltaban el ideal colonial y masculino europeo. Curiosamente, es en los juegos de París en 1900 cuando se puede ver por primera vez a Marianne; grabada en un sello conmemorativo y acompañada por la emblemática Torre Eiffel. Esta fue la imagen central del cartel promocional de los olímpicos que coincidieron con la exposición universal del mismo

« Curiosamente, es en los juegos de París en 1900 cuando se puede ver por primera vez a Marianne; grabada en un sello conmemorativo y acompañada por la emblemática Torre Eiffel »

<sup>1</sup> <https://www.olympics.com/es/olympic-games/paris-2024/logo-design>



año. Solo hasta los juegos de Melbourne en 1956 se empezó a adoptar un recurso cercano a una arquitectura de marca, que ha evolucionado hasta los identificadores que hoy conocemos.

Una coqueta y estilizada imagen femenina mezclada con la llama olímpica, marcó una evidente diferencia con los identificadores de Tokio, Londres y Río, mucho más volcados conceptualmente hacia las formas cinéticas evocadoras de las disciplinas deportivas. Marianne, metáfora femenina de la libertad y usualmente representada con el famoso gorro frigio (emblema que también puede verse de manera reiterada en la heráldica de muchos países), junto con el gallo, representa universalmente a Francia, su cultura y los ideales que la caracterizan. El gorro frigio, humanizado alegóricamente como un divertido personaje de corte infantil, reforzó el concepto formalizado con Marianne, aunque no logró una conexión tan fuerte como el logotipo.

Pero si Marianne rompió con algunos paradigmas de identidad gráfica olímpica, los pictogramas galos cambiaron radicalmente el concepto surgido en Tokio 64, cuando la necesidad de comunicarse visualmente con muchos atletas y espectadores internacionales obligó a buscar una solución práctica que rompiera barreras lingüísticas y culturales. Así nacieron los pictogramas olímpicos que, con el paso del tiempo, fueron adaptándose estilísticamente a cada olimpiada y en no pocas oportunidades hicieron un excelente tándem con su correspondiente identidad; como

sucedió en los inolvidables juegos de Barcelona 92, Beijing 2008 o más recientemente, Río 2016.

Si bien los pictogramas tienen antecedentes en 1912 cuando se empleaban representaciones más figurativas de las disciplinas deportivas, fue a partir de Tokio cuando se empezaron a usar con un criterio más especializado, guardando una relación formal que evidenciaba la gran influencia de conceptos de diseño creados en las escuelas europeas de la posguerra. La sistematización del lenguaje pictogramático se convirtió en el sello distintivo para las subsecuentes olimpiadas; México 68 y Munich 72 fueron dos grandes ejemplos de su consolidación. Tristemente recordadas por asuntos extradeportivos, estas dos citas olímpicas tuvieron tal vez, los dos sistemas visuales más emblemáticos de la historia del diseño. En México, el norteamericano Lance Wyman produjo un eficiente sistema de pictogramas que, al igual que su legendaria identidad gráfica, se inspiró en grafismos precolombinos; esto generó un impacto visual tan contundente que fue reeditado para el mundial de fútbol de 1970, disputado en el mismo país. Entre tanto, en los pictogramas olímpicos germánicos, brilló el célebre diseñador gráfico y tipógrafo alemán Otl Aicher, recordado por ser el fundador de la icónica Hochschule für Gestaltung (Escuela de Ulm) en 1946 junto con Max Bill. El aporte de Aicher fue determinante



« Paris 2024 trajo un sistema pictogramático totalmente disruptivo, en el que la figura humana desaparece como elemento central... »

ya que propuso representaciones anatómicas de cuerpo completo empleando ángulos de 45° y 90° como elemento constructivo, convirtiéndose en referente para los diseños venideros.

Paris 2024 trajo un sistema pictogramático totalmente disruptivo, en el que la figura humana desaparece como elemento central y los accesorios relacionados con cada práctica deportiva se representan con dibujos lineales dispuestos en composiciones simétricas, que rompen drásticamente con los patrones establecidos. No en vano, Julie Matikhine, directora de marca de los Juegos Olímpicos de París 2024, se refirió a estos como blasones, afirmando que “los pictogramas pertenecen al pasado, lanzamos el escudo como principio”.

Logotipos, pósters, pictogramas, mascotas, medallas, antorchas... los olímpicos no solo unen al mundo alrededor del deporte; también lo hacen en torno al diseño y a la forma como los diseñadores dan significado y sentido a un evento de alcance universal.

