

## Este logo no es mío

---

Por José Antonio

Reconocidos diseñadores gráficos como Oscar Mariné, Jordi Labanda, Álvaro Sobrino, Josep M.ª Mir, reflejan su malestar con la forma en que se ha gestionado la marca de la candidatura olímpica Madrid 2020.



Llego a mi estudio, desplazo el scroll sobre la prensa digital española, miro y me pregunto: «¿Madrid 2020? ¿Un catálogo de manicura colorista? ¿O cinco chinelas decoradas en

hilara?». Y no. Son muchos flashes y, sin descanso, desde ayer, muchos acudían a las redes sociales convirtiendo en *trending topic* el logotipo de Madrid 2020.

El trabajo de un estudiante de último curso de diseño y Bellas Artes en España, Luis Peiret, de 22 años, que ganó el concurso Público organizado por la Administración de la Comunidad Autónoma de Madrid, sufrió una transformación erosionada.

El logo final aspira a ser la representación de la candidatura olímpica de Madrid 2020, presentado por el COE (Comité Olímpico Español) y la propia alcaldesa de la capital, Ana Botella (esposa del ex-presidente del Gobierno, José María Aznar).



Luis Peiret, el ganador. Tiene 22 años y es estudiante de Bellas Artes en España.

Peiret insiste en que fue llamado una segunda vez para comunicarle del *restyling* que sufriría su logo por parte de la agencia Tapsa, y que las bases del concurso incluían la posibilidad de modificación. Al nombre *twittero* también le han hecho algún guiño que otro, puesto que la interpretación del mismo estaba amparada en una «O» bien grande (#Madrid202O) ocasionando, si cabe, más confusión al tema en cuestión. En este momento la organización ya intenta solventarlo.

No solo ha habido descontento por parte de este profesional y los ciudadanos en general, sino que reconocidos diseñadores gráficos como Oscar Mariné, Jordi Labanda, Álvaro Sobrino, Josep M<sup>a</sup> Mir, Roberto Turégano y Luis Úrculo, reflejaban su malestar en relación a la forma en que se ha gestionado la elección del logo para representar la candidatura olímpica de Madrid 2020, y crear una marca que representará a la ciudad en el mundo.

Peiret insiste en que se encuentra muy agobiado porque ve *in crescendo* comentarios de todo tipo en la red, aclarando que éste no es su logo, que ha sufrido una transformación y que él prefiere el suyo. «Mi dibujo lo han rediseñado; han partido de la misma base conceptual, pero es distinto...» o, «los presuntos fallos no son culpa mía». <sup>1</sup> Él pensó que la imagen con un trazo más dinámico simbolizaba la pasión por el deporte de los madrileños y los españoles, y las que sus cinco «puertas» se mudan en los cinco aros olímpicos. El joven percibirá 6000 euros por ganar el concurso en concepto y realización, pero sólo se utilizará únicamente su idea-concepto: La Puerta de Alcalá.

El logo de la marca gráfica rediseñada lleva una tilde en la «í» de «Madrid», lo cual hace pensar si venía con la tipografía o fue agregada. La marca gráfica se sustenta en un giro estrusionado con planos de colores y transparencias repetitivas de izquierda a derecha. Casi un amanecer... Ni eso. Se lee 20020 en lugar de 2020. ¡La diseñitis también existe!

El intervencionismo de lo público para con las empresas autónomas en el ramo de las industrias culturales y creativas en España es excesivo, y así se pone de manifiesto en este tipo de atropellos gráficos a Madrid, a la cultura en general y a los profesionales gráficos dedicados en cuerpo y alma. También el oportunismo llama a la puerta a una empresa de juguetes *gays* que afirma que en los signos de Madrid 2020 hay conexión conceptual con sus juguetes para chicos «gays».



Un matancero<sup>2</sup>, un jamonero o un quesero, ha decidido más en el diseño de nuestro país que los mismos creativos. Es una lástima que las industrias creativas y culturales en España y por parte de nuestros gobernantes, estén llenas de palabras grandilocuentes huecas, vacías: globalización, innovación, TICs, talento, emprendimiento, i+d+i, exportación, tecnificación... y que a los sectores «Cultura» y «Diseño», no los consideren como «un factor de desarrollo, de intercambio internacional, de oportunidades, de identidad, en definitiva, de bienestar humano».<sup>3</sup>

Hoy más que nunca hacen falta voces acordes, aglutinadas y deslocalizadas, en red o no, que huyan de esa individualidad solitaria en gastos supérfluos que atan a los estudios de diseño y creativos, que no dan movilidad de acción en sus creaciones, estancándolos en bibliotecas propias, *hardware* propio, *software* propio, sedes propias y gastos excesivos. Todos ellos perdiendo competitividad en un mundo cada vez más ágil y deslocalizado.

Me refiero a que se precisaría de lugares físicos y no físicos (Internet), que se compartan multidisciplinariamente y colaborativamente para enriquecernos más en experiencias y exigencias para con nuestras administraciones y encargos tal y como ahora ha sucedido en este concurso Público de Madrid 2020 Ciudad Aspirante. Aspiremos por tanto a ello, lanzando una pregunta: ¿cómo incide la tolerancia en todos estos procesos?

Recomendable seguir los pasos en este decálogo de «[Los porqués de los concursos](#)» de Luciano Cassisi.

Publicado el 02/02/2012

- 
1. En las bases previas sí se indicaba la posibilidad de modificación dejándolo abierto a ello y que iba encaminado, sobretodo, a la idea conceptual, que ésta no ha sido modificada.
  2. Matancero es el encargado de matar el cerdo en Extremadura.
  3. Alejandro Rodríguez Musso.



ISSN 1851-5606  
<https://foroalfa.org/articulos/este-logo-no-es-mio>

