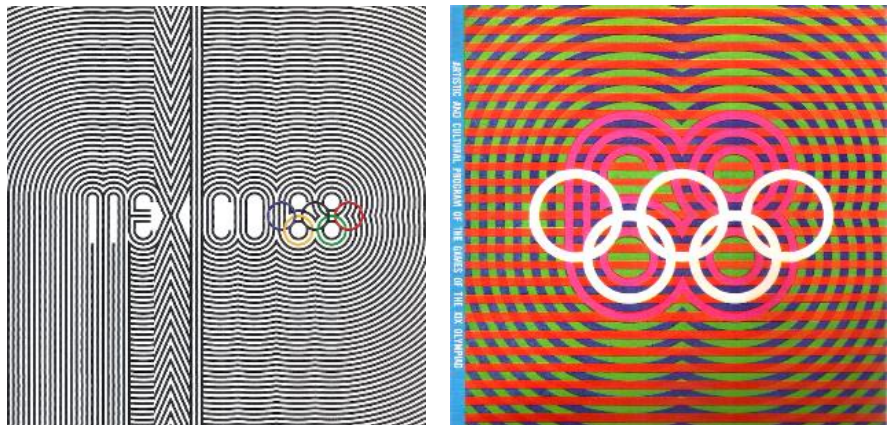


Gráfica Op Como movimiento artístico, el Op Art no tuvo un éxito rotundo; muchos críticos lo veían como un simple trabajo de ilusión óptica, con poco más interés que la novedad. Sin embargo, al público en general le gustó, algo que percibieron los diseñadores gráficos, que empezaron a usar técnicas de Op Art en sus proyectos comerciales cuando les convenía. La imaginaria Op Art empezó a aparecer por todas partes, desde publicaciones y anuncios televisivos hasta portadas de álbumes y mobiliario doméstico. El diseño textil era particularmente adecuado para los tratamientos Op Art, y la industria de la moda sacó partido de la tendencia y produjo ropas y accesorios adornados con llamativos diseños Op Art.



Lance Wyman Logotipo de las Olimpiadas México 1968

Entre los muchos proyectos de diseño gráfico realizados en los sesenta que reflejaban el estilo, hay uno que se ha convertido en un verdadero clásico. Durante muchos años, diseñadores gráficos de todo el mundo habían promovido la idea de que los sistemas de señalización y de marca comprensibles eran vitales en los grandes eventos públicos internacionales, y la década de 1960 fue el punto de inflexión en el que diseñadores gráficos y planificadores se unieron para convertir el concepto en realidad. Los XIX Juegos Olímpicos de México de 1968 proporcionaron al diseñador estadounidense Lance Wyman y el diseñador industrial británico Peter Murdoch probablemente la mejor ocasión que se había presentado nunca de crear un sistema de información completo con señales, pictogramas (que no tiene problemas de idioma) y publicidad. El resultado de dos años está considerado con razón como uno de los mejores sistemas de diseño jamás creados; pero lo más sobresaliente del todo el proyecto es el sorprendente logo, que combina elementos de la tradición azteca y mexicana con una ejecución de estilo Op Art compuesta de líneas paralelas repetidas que fluyen hacia fuera de las letras. El logo se desarrolló después en forma de tipografía de cabecera que se usó en todos los materiales, desde entradas y ropa hasta vallas publicitarias, y ayudó a situar el Op Art en la historia del diseño gráfico.



Aplicaciones marca México 68



Lance Wyman y Julia Murdoch aplicación de la marca México 68 en indumentaria.

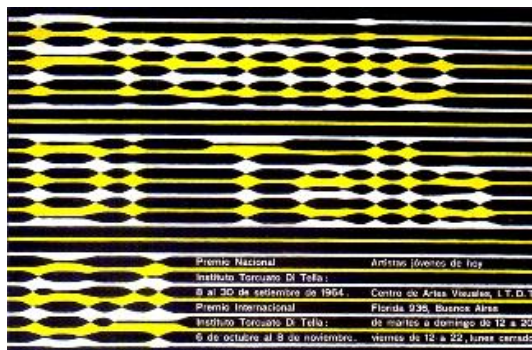
Aunque el auge del Op Art sólo duró pocos años, su atractivo como movimiento oficial ha permanecido. De hecho, la actitud manual que requería crear Op Art en los sesenta ha sido sustituida por software informático capaz de calcular las dimensiones y el espaciado exactos de cada franja o círculo. No obstante, si intentamos dibujarlo con un lápiz o una pluma veremos que no es tan fácil como creían algunos de sus críticos.



La portada de la revista británica de moda y estilo de vida *Tatler* del 17 de junio de 1964, mostraba una obra creada por la famosa artista del Op Art, **Bridget Riley**.



Cubierta de la revista *Vogue*, 15 de septiembre de 1965, que muestra la incidencia del Op Art en el campo del diseño de indumentaria.



Juan Carlos Distéfano Afiche del Premio Di Tella 1964.



Juan Carlos Distéfano publicidad de Siam de 1962.

Argentina no estuvo exenta de ejemplos en los que se evidencia la influencia del Op Art en el diseño gráfico. Tal es el caso de la publicidad desarrollada por Juan Carlos Distéfano para la empresa Siam. Posteriormente Juan Carlos Distéfano fue convocado para trabajar en el Departamento de Gráfica del Instituto Torcuato Di Tella, en el cual continuó desarrollando diseños con una fuerte impronta op.

En Mendoza se puede citar el diseño de identidad realizada por el diseñador gráfico Claudio Cichinelli para el Espacio Cultural Julio Le Parc.



Claudio Cichinelli Logotipo del Espacio Cultural Julio Le Parc. Grilla constructiva de la marca y aplicaciones – 2012.

Bibliografía

Seddon, T. (2015). El diseño gráfico del siglo XX: una retrospectiva de los estilos gráficos y los nombres clave del diseño. Barcelona: Promopress Editions.