

IDENTIDAD VISUAL E IMAGEN: REFLEXIONES EN TORNO A LA GRÁFICA POLÍTICO ELECTORAL DEL FRENTE PARA LA VICTORIA EN LA PROVINCIA DE RÍO NEGRO

HERRERA, Silvia Amalia

sherrera@unrn.edu.ar

Resumen

El objetivo de esta comunicación consiste en presentar las reflexiones provisorias surgidas como resultado del análisis de la gráfica de la campaña político-electoral del Frente para la Victoria en la provincia de Río Negro. En el marco del Proyecto de Investigación Trienal UNRN 2016, *“Identidad visual política en Río Negro: Trayecto y transformación de las organizaciones partidarias en democracia (1983 - 2015)”*, se está efectuando un relevamiento, clasificación y análisis de las piezas de campaña de los distintos partidos políticos desde el advenimiento de la democracia hasta el año 2015.

Tal como se sostiene en el proyecto referido, desde el año 1983 comenzaron a vislumbrarse elementos inéditos en las piezas de comunicación generadas por los distintos partidos, tanto en sus estrategias comunicacionales como en la presentación y coherencia en los criterios de sistema visual. A comienzos de los años `80, la reactivación de la industria editorial, del cine y la música comenzó a demandar diseñadores, demanda que se extendió a otros sectores y que condujo a la inclusión de diseñadores gráficos y comunicadores visuales en las campañas electorales.

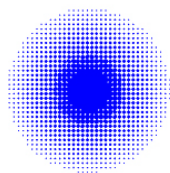
Abordar la historia reciente de la provincia de Río Negro implica analizar los procesos de configuración y reconfiguración de las identidades de los actores representantes de las propuestas de los distintos partidos políticos desde 1983 hasta la fecha. El radicalismo mantuvo el poder en la

provincia durante veintiocho años en base a una estrategia de territorialización de las campañas y a una provincialización que le permitió incluso realizar alianzas con el gobierno nacional de Néstor Kirchner, llevando así al triunfo de Miguel Saiz como gobernador en el año 2007.

En este contexto, el Frente para la Victoria fue construyendo una estrategia comunicacional basada en palabras clave como “cambio-acción” (Pérez, 2017), que implicó la recuperación de términos eje de campañas anteriores, incluso de la campaña a gobernador de Remo Costanzo en el año 1999. El hincapié realizado en la necesidad de “cambiar” por quienes “saben”, “trabajan” y “pueden” fue complementándose paulatinamente con un proceso de identificación de la figura de Miguel Ángel Pichetto con la provincia de Río Negro, destacando incluso un sentido de pertenencia a una “Argentina profunda” en la campaña de 2007, hasta llegar a su completa identificación con la provincia a través del slogan “Pichetto es Río Negro” y “Un nuevo Río Negro” en 2015.

Palabras clave

Identidad visual, Imagen singular, Estrategia comunicacional, Material visual, Gráfica político electoral



Identidad visual e imagen: Reflexiones en torno a la gráfica político electoral del Frente para la Victoria en la provincia de Río Negro

HERRERA, Silvina Amalia
sherrera@unrn.edu.ar
Universidad Nacional de Río Negro
Escuela de Arquitectura, Arte y Diseño

Línea 1. Hacer a partir de imágenes: Imágenes como fuente de nuestras prácticas (documentos, archivos, información; lectura e interpretación de imágenes).

Abordar la historia reciente de la provincia de Río Negro implica analizar los procesos de configuración y reconfiguración de las identidades de los actores representados de los distintos partidos políticos, desde 1983 hasta la fecha. El radicalismo mantuvo el poder durante veintiocho años en base a la estrategia de territorialización y provincialización de las campañas políticas. En el transcurso de los años de hegemonía radical, el Frente para la Victoria fue construyendo una estrategia comunicacional basada en palabras clave como “cambio-acción”, que implicó la recuperación de términos eje de campañas anteriores.



Campaña a gobernador de la provincia de Río Negro, 2007. Fuente: PI Trienal UNRN 2016-2019



Campaña a gobernador de la provincia de Río Negro, 2007. Fuente: PI Trienal UNRN 2016-2019

La campaña del 2007 tiene la particularidad de que, a pesar de la identificación del binomio conformado por Miguel Ángel Pichetto (FPV)-Julio Arriaga (FREPASO) con el entonces presidente Néstor Kirchner, se impuso la fórmula encabezada por el “radical kirchnerista” Miguel Saiz como gobernador. El hincapié realizado por el Frente para la Victoria en la necesidad de “cambiar”, fue complementándose con un proceso de identificación de la figura de Miguel Ángel Pichetto con la provincia de Río Negro, destacando incluso, en la campaña de 2007, un sentido de pertenencia a una “Argentina profunda” desde la que se proponía el cambio.

En la campaña del 2015, el candidato del Frente para la Victoria llegó a intentar transmitir su completa identificación con la provincia a través del slogan “Pichetto es Río Negro” y “Un nuevo Río Negro”. En ese entonces, el senador nacional sostenía como candidato a gobernador por el Frente para la Victoria que “Nuestra propuesta está totalmente identificada con el proyecto que encabeza Cristina” (11 de junio de 2015, Telam; <http://www.telam.com.ar/notas/201506/108567>), Así, tampoco en el 2015 pudo lograr la victoria en las urnas.



Campaña a gobernador de la provincia de Río Negro, 2015. Fuente: PI Trienal UNRN 2016-2019

Palabras clave: “identidad visual”, “imagen singular”, “estrategia comunicacional”, “material visual”, “gráfica político electoral”

Proyecto de Investigación Trienal UNRN 2016, “Identidad visual política en Río Negro: Trayecto y transformación de las organizaciones partidarias en democracia (1983-2015)”. Director: DCV Julio Bariani