

**Análisis retrospectivo del diseño gráfico en las campañas políticas para las elecciones
presidenciales en Colombia entre 2022-2026**

Autora

Juliana Ortiz Correa

Institución Universitaria Pascual Bravo

Facultad de Producción y Diseño

Medellín

2024

**Análisis retrospectivo del diseño gráfico en las campañas políticas para las elecciones
presidenciales en Colombia entre 2022-2026**

Trabajo de grado para optar al título de
Profesional en Diseño Gráfico

Asesor Metodológico:

Francisco Fernando Gallego Escobar

Docente Ocasional

Autora

Juliana Ortiz Correa

Institución Universitaria Pascual Bravo

Facultad de Producción y Diseño

Medellín

2024

Dedicatoria

A mi querida hermana, compañera de vida incondicional. Tu presencia constante y apoyo inquebrantable han sido pilares fundamentales en mi camino. Gracias por guiarme hacia la comprensión de la política y por ayudarme a entrelazarla con mi pasión por el diseño gráfico. Tu sabiduría y amor han sido una guía constante en mi camino.

A mí misma, por alcanzar cada meta que me propongo y por atreverme a adentrarme en un mundo tan ajeno y desafiante, opuesto al ámbito creativo que habito. Con pasión y determinación, he abrazado este desafío, convirtiéndolo en una oportunidad para crecer y expandir mis horizontes. Agradezco mi propia valentía y perseverancia en este viaje de autodescubrimiento y realización profesional.

Agradecimientos

Principalmente a mi hermana, quien me inspiró a adentrarme en el fascinante mundo de la comunicación visual política, a todo el conocimiento y espacios que me llevó a habitar donde entendí las dinámicas políticas colombianas. Su influencia me enseñó la importancia de no ser apática y comprendí que lo personal es, sin duda, político.

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi familia, por su apoyo y constante acompañamiento durante todo este proceso. Su aliento y respaldo han sido fundamentales en cada paso de mi camino.

Asimismo, extendiendo mi gratitud a la Institución Universitaria Pascual Bravo por brindarme las herramientas necesarias y la invaluable oportunidad de explorar y desarrollar mi potencial creativo en el campo del diseño gráfico.

¡A todos ellos, mi más sincero reconocimiento y gratitud por contribuir de manera significativa a la culminación de este capítulo académico en mi vida!

Tabla de Contenidos

| | |
|--------------------------------------|----|
| Introducción | 1 |
| Capítulo 2 Justificación..... | 5 |
| Capítulo 3 Objetivos | 8 |
| Capítulo 4 Referentes teóricos | 9 |
| Capítulo 5 Metodología | 13 |
| Capítulo 6 Resultados | 19 |
| | 25 |
| Capítulo 6 Conclusiones: | 30 |
| Capítulo 8 Discusiones | 32 |
| Bibliografía | 35 |

Lista de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. <i>Matriz de Roland Barthes comunicación visual Gustavo Petro.</i> | 26 |
| Tabla 2. <i>Matriz de Roland Barthes comunicación visual Rodolfo Hernández.</i> | 28 |

Lista de figuras

| | |
|--------------------------------------|----|
| Figura 1. <i>Logotipo de campaña</i> | 19 |
| Figura 2. <i>Post ilustrado RRSS</i> | 20 |
| Figura 3. <i>Afiche impreso</i> | 21 |
| Figura 4. <i>Pieza digital</i> | 22 |
| Figura 5. <i>Ilustración digital</i> | 23 |
| Figura 6. <i>Logotipo de campaña</i> | 24 |
| Figura 7. <i>Post redes sociales</i> | 24 |
| Figura 8. <i>Valla publicitaria</i> | 25 |

Resumen

El presente trabajo de grado se enfoca en analizar retrospectivamente el diseño gráfico utilizado en las campañas políticas de las elecciones presidenciales en Colombia durante el período 2022-2026. Con el fin de identificar los elementos visuales y patrones recurrentes presentes en dicho diseño, determinar cómo estos elementos configuraron los mensajes electorales de los candidatos y discutir el resultado de las elecciones presidenciales en base a estos hallazgos.

El estudio examina cómo el diseño gráfico ha sido utilizado como herramienta comunicativa en la arena política, explorando su evolución y su impacto. A través del análisis de las estrategias visuales empleadas por los candidatos Rodolfo Hernández y Gustavo Petro, se busca comprender cómo estas construcciones gráficas influyeron en la imagen pública de los contendientes. Este estudio proporciona una visión retrospectiva y crítica de la relación entre diseño gráfico y política en el contexto colombiano reciente.

Introducción

En el ámbito de la comunicación política, el diseño gráfico desempeña un papel fundamental en la conformación de la identidad visual de las campañas electorales. Sin embargo, a pesar de su relevancia, existe una carencia significativa de análisis retrospectivo que examine de manera integral la evolución, estrategias y efectividad del diseño gráfico en las campañas presidenciales de Colombia entre 2022 y 2026. Este vacío en la investigación es el punto de partida del presente estudio.

Inicialmente, el trabajo se enfoca en delinear claramente el problema que motiva esta investigación. Se aborda la falta de análisis exhaustivo que examine el diseño gráfico en las campañas políticas, resaltando la necesidad de comprender cómo este elemento ha sido utilizado para configurar mensajes electorales y su impacto en el resultado de las elecciones. Adicionalmente, se explora el papel crucial del diseñador gráfico en la realización y ejecución de la propaganda política, destacando su responsabilidad en la creación de conceptos y mensajes comunicacionales dentro de cada pieza gráfica. Partiendo de esto, se desarrolla un marco conceptual y referentes teóricos necesarios para analizar las piezas gráficas, incluyendo la matriz de Barthes y otras teorías relevantes que ayudan a comprender la semiótica de la imagen política.

La metodología usada en la investigación, parte desde un enfoque analítico que se desarrolla desde la selección del material hasta la descripción de elementos como color, formas y diagramación, se aplicó dicha metodología al examinar una muestra

representativa de piezas gráficas de las campañas de Gustavo Petro, se eligieron cinco, y tres para su oponente Rodolfo Hernández, analizando cómo estos elementos contribuyeron a la construcción de la identidad visual y los mensajes electorales de cada candidato. Finalmente, en las conclusiones y discusiones se presentan los hallazgos obtenidos a partir del análisis realizado, proporcionando una visión crítica y retrospectiva del papel del diseño gráfico en las campañas políticas de Colombia entre 2022 y 2026.

Capítulo 1 El problema

En el contexto político de Colombia, el diseño gráfico ha desempeñado un papel crucial en las campañas electorales presidenciales durante el período comprendido entre 2022 y 2026. Como señala Phillip Meggs, un destacado historiador del diseño gráfico, “El diseño gráfico es una herramienta poderosa para influir en las opiniones y percepciones del público, especialmente en el ámbito político” (Meggs, 1983). Esta afirmación cobra especial relevancia en un país como Colombia, donde la competencia por la atención y el apoyo del electorado es intensa y el diseño gráfico se convierte en una herramienta estratégica para comunicar mensajes políticos y construir identidades de campaña.

Sin embargo, a pesar de su evidente relevancia, existe una carencia significativa de análisis retrospectivo que examine de manera integral la evolución, estrategias y efectividad del diseño gráfico en dichas campañas. Como lo plantea Jan White, autor de *Diseño Gráfico para la Edición*, la falta de análisis retrospectivo limita nuestra comprensión de la efectividad del diseño gráfico en contextos específicos, como el ámbito político, donde su impacto puede ser determinante para el éxito o fracaso de una campaña. (White, 2018)

Esta ausencia de estudio sistemático genera una brecha en la comprensión de cómo el diseño gráfico ha influenciado las percepciones, decisiones y resultados

electorales en el país. Como menciona David Carson, reconocido diseñador gráfico y director de arte, “El Diseño Gráfico también ha tenido una función propagandística desde sus orígenes con el diseño de carteles políticos y la difusión de la imagen de algunos regímenes políticos como el nazismo o el comunismo”. (Gamonal, R. 2004)

Para obtener una comprensión completa del impacto del diseño gráfico en las campañas políticas presidenciales colombianas durante el periodo comprendido entre 2022 y 2026, es imperativo abordar este vacío investigativo delimitando tanto en tiempo como en espacio y profundidad. Esta limitación temporal permite un enfoque específico en las dinámicas cambiantes y las estrategias gráficas utilizadas a lo largo de estos años, brindando una visión de su evolución e influencia. Del mismo modo, la delimitación espacial garantiza un análisis centrado en el contexto colombiano, teniendo en cuenta las particularidades de su sistema político, cultural y social. Además, la profundización en esta investigación se justifica por la necesidad de comprender la complejidad de las interacciones entre el diseño gráfico y las campañas políticas, lo que requiere una exploración de diversas fuentes y perspectivas.

A partir de los cuestionamientos anteriores, surge una discusión importante, que nos llevará a analizar y comprender de manera retrospectiva la comunicación visual en las campañas presidenciales de Colombia en el periodo mencionado.

Capítulo 2 Justificación

Sin temor a equívocos se puede aseverar que ninguna investigación académica debe ser motivada por el mero ego y liberalidad del investigador, todas están llamadas al deber social de aportar al crecimiento de la academia y la sociedad. Es por lo anterior que la presente investigación es relevante en los siguientes aspectos:

El aporte que hace a la comunidad de estudiantes de diseño gráfico de la Institución Universitaria Pascual Bravo, con el desarrollo de sus temáticas y conclusiones, dado que estos van a nutrirse y ampliar su espectro en un tema tan determinante como es el diseño gráfico en las campañas políticas colombianas; contribuyendo al fortalecimiento de su perfil profesional.

Por otra parte, esta investigación reviste una relevancia significativa, ya que aborda un tema escasamente explorado por los diseñadores gráficos en el país, aportando elementos sustanciales a lo existente sobre comunicación visual y diseño gráfico en las campañas políticas colombianas (Gamonal, R. 2004). Además, se contrastará con investigaciones realizadas en otros países, lo que enriquecerá el análisis al ofrecer diversos puntos de vista. Este enfoque sentará un precedente al motivar a otros estudiantes y profesionales a adentrarse en el estudio de este tema.

En consecuencia, la realización de un análisis retrospectivo del diseño gráfico en las campañas políticas para las elecciones presidenciales en Colombia entre 2022-2026 se

justifica por la necesidad de comprender a fondo el papel y la influencia de esta disciplina en el contexto electoral del país. El diseñador gráfico tiene un rol significativo e importante dentro de la realización, producción y ejecución de la propaganda política, ya que es quien se encarga de dar los conceptos y mensajes comunicacionales dentro de la realización de cada pieza. (Ortíz Santacruz, J. E. 2020).

Este análisis retrospectivo se propone examinar de manera crítica las estrategias de diseño empleadas en las campañas presidenciales durante el período mencionado, con el objetivo de identificar patrones y tendencias relevantes. Al comprender el rol del diseño gráfico en influir en las elecciones presidenciales colombianas pasadas, se podrán extraer lecciones valiosas para mejorar las estrategias de comunicación política en el futuro.

Además, esta investigación contribuirá a llenar un vacío en los trabajos académicos y en el conocimiento empírico sobre el papel del diseño gráfico en el ámbito político colombiano. A través del análisis riguroso de casos concretos, se espera generar conocimiento nuevo y útil para profesionales del diseño, de la comunicación política, académicos y ciudadanos interesados en la dinámica visual de la política del país.

En última instancia, se busca discutir sobre el resultado de las elecciones políticas presidenciales de Colombia en los periodos mencionados a partir de los resultados de la

identificación y determinación de los elementos visuales y patrones recurrentes en el diseño gráfico de las campañas y su evolución histórica.

Capítulo 3 Objetivos

Objetivo general:

Analizar de manera retrospectiva, los elementos visuales y patrones recurrentes en el diseño gráfico de los mensajes electorales de las campañas políticas presidenciales en Colombia entre 2022 y 2026.

Objetivos específicos:

- Identificar los elementos visuales y patrones recurrentes presentes en el diseño gráfico de las campañas políticas para las elecciones presidenciales en Colombia entre 2022-2026-.
- Determinar la manera en que los elementos visuales y patrones recurrentes del diseño gráfico en la campaña presidencial 2022-2026 configuraron los mensajes electorales de los candidatos.
- Discutir sobre el resultado de las elecciones políticas presidenciales de Colombia entre 2022-2026 a partir de los resultados de la identificación y determinación de los elementos visuales y patrones recurrentes en el diseño gráfico de las campañas.

Capítulo 4 Referentes teóricos

El presente capítulo proporciona un marco teórico para comprender el análisis retrospectivo del diseño gráfico en las campañas políticas para las elecciones presidenciales en Colombia entre los años 2006 y 2023. Se exploran diversas teorías y conceptos fundamentales que ayudan a contextualizar y entender el papel del diseño gráfico en el ámbito político, así como su evolución a lo largo del tiempo.

La intersección entre comunicación política y diseño gráfico es crucial para comprender cómo las imágenes visuales influyen en la percepción y la persuasión política. En palabras de Kaid y Holtz-Bacha, "el diseño gráfico es una herramienta poderosa en la comunicación política, ya que puede transmitir mensajes complejos de manera rápida y efectiva" (Bacha, 1995.p. 72).

A su vez la teoría de la imagen política, según Maarek , destaca cómo el diseño gráfico contribuye a la construcción de la identidad política de un candidato. Autores como Blumler y Gurevitch (1995) señalan que "las imágenes visuales desempeñan un papel crucial en la formación de la identidad política, ya que moldean la percepción pública de los candidatos" (Maarek, 1195.p. 118).

Es necesario mencionar que el enfoque semiótico permite analizar los signos y símbolos utilizados en el diseño gráfico de las campañas políticas. Barthes, argumenta que "las imágenes políticas son portadoras de múltiples significados, cuyas

interpretaciones pueden variar según el contexto cultural y social" (Barthes.p. 15). En este sentido, Van Leeuwen y Jewitt sugieren que "el análisis visual permite desentrañar las estrategias retóricas y persuasivas utilizadas en el diseño gráfico político" (2001.p. 92).

En coherencia con lo anterior, la teoría de la persuasión visual de Scott, destaca la importancia de entender cómo las estrategias visuales pueden influir en las actitudes y comportamientos políticos. En su obra, Scott afirma que "el diseño gráfico político busca crear una conexión emocional con el electorado mediante el uso de colores, imágenes y tipografías" (Scott, 1194.p. 63).

La cultura visual y la memoria colectiva juegan un papel fundamental en la comprensión de cómo las imágenes políticas son percibidas y recordadas por la sociedad. En palabras de Mitchell , "las imágenes políticas pueden convertirse en símbolos culturales que evocan emociones y recuerdos compartidos por la comunidad" (Mitchell.1994.p. 28).

Inicialmente se integrará la teoría semiótica de Charles Peirce como referente teórico clave para el análisis de los signos visuales presentes en las piezas gráficas de las campañas políticas. La semiótica de Peirce ofrece un marco conceptual para comprender cómo los signos visuales operan en el proceso de comunicación política y cómo adquieren significado a través de la relación triádica entre el signo, el objeto y el

interpretante. Se aplicará la distinción *peirceana* entre signos icónicos, indexicales y simbólicos para analizar cómo se construyen y transmiten significados a través de las imágenes, los colores, los símbolos y el texto presentes en las piezas gráficas de las campañas políticas colombianas.

Por último, se incorporarán los enfoques semióticos de Roland Barthes para profundizar en el análisis de los signos visuales y su relación con el discurso político. La teoría semiótica de Barthes, centrada en el concepto de "connotación", será útil para identificar y desentrañar los significados culturales y simbólicos presentes en las imágenes y símbolos utilizados en las piezas gráficas de las campañas políticas.

Para enriquecer el análisis, se tomará como referencia investigaciones similares que han aplicado enfoques semióticos para el estudio de la propaganda gráfica en campañas políticas. Por ejemplo, la tesis "Análisis semiótico comparativo de la propaganda gráfica de la campaña presidencial: Chávez y Capriles (julio – octubre 2012)" ofrece una perspectiva relevante al examinar las estrategias semióticas utilizadas por distintos candidatos en una campaña electoral específica

Estos referentes teóricos proporcionan un marco conceptual sólido para el análisis retrospectivo del diseño gráfico en las campañas políticas para las elecciones presidenciales en Colombia entre 2006-2023. Al integrar estas perspectivas, se podrá

comprender más profundamente cómo las imágenes visuales han moldeado el panorama político y social en este periodo específico.

Capítulo 5 Metodología

La metodología empleada en este trabajo de grado busca proporcionar un enfoque riguroso y sistemático para llevar a cabo el análisis retrospectivo del diseño gráfico en las campañas políticas para las elecciones presidenciales en Colombia entre 2022-2026.

El análisis principal se centrará en el actual presidente, quien, además de ser el candidato electo y, por ende, tener una estrategia comunicacional exitosa, ofreció su material de manera accesible y sin restricciones. Posteriormente, se llevará a cabo un análisis comparativo, aunque menos detallado, del candidato opositor, Rodolfo Hernández.

Esta sección introductoria establece el marco metodológico que guiará la investigación, delineando los procedimientos y herramientas utilizadas para recopilar, analizar e interpretar los datos pertinentes.

- **Selección del material:**

La selección del material abarca una muestra representativa de tres piezas gráficas utilizadas en las campañas políticas presidenciales colombianas entre 2006-2023. Esto puede incluir afiches y volantes físicos, también anuncios en redes sociales, publicaciones digitales, carteles, vallas publicitarias, entre otros. Se asegurará una muestra que abarque diferentes candidatos, partidos políticos y momentos clave de las campañas electorales.

- **Identificación de los elementos visuales:**

En este paso, se llevará a cabo un análisis minucioso de cada pieza gráfica para identificar todos los elementos visuales presentes. Esto implica examinar imágenes, colores, formas, símbolos, tipografías y cualquier otro componente visual relevante. Se utilizarán matrices para realizar un desglose detallado de cada elemento visual presente en las piezas seleccionadas.

- **Análisis de los signos visuales:**

Se profundizará en el análisis de cada elemento visual para determinar qué significados o mensajes pueden transmitir. Se examinará qué representa la imagen de fondo, qué simboliza el color utilizado, qué mensaje transmite el texto y cómo se combinan estos elementos para comunicar un mensaje político específico, los elementos a tener en cuenta serán:

- **Significado Denotativo:** el término “denotación” es equiparable grosso modo al sentido literal de un signo, porque su conocimiento literal es casi universalmente reconocido, especialmente cuando el discurso visual está siendo empleado, la “denotación” ha sido frecuentemente confundida con la transcripción literal de la “realidad” en el lenguaje – y de este modo con un “signo natural”, uno producido sin la intervención de un código-. Hall, S. (1980).

- **Significados Connotativos:** la “connotación”, por el otro lado, es empleada simplemente para referirse a los significados asociativos, menos fijos y por ende más convencionalizados e intercambiables, que claramente varían de una instancia a otra y por lo tanto deben depender de la intervención de códigos. Hall, S. (1980).

- **Color:** cada color provoca en los grandes grupos o masas una reacción espontánea, cada uno tiene un sentido simbólico completo y concreto. Cañellas, A. M. (1979). Es por esto que se deberá entender el color, desde la psicología, para así comprender qué significados y significantes tiene cada pieza a través de los tonos utilizados.

- **Planos de fotografía:** para Goffman (1977), la fotografía constituye una herramienta de análisis de la realidad social, puesto que capta microuniversos sociales en los que entran en juego formas de interacción comunes y corrientes en la vida cotidiana.

Es necesario entonces, entender los planos, las miradas, el enfoque, la composición y demás elementos que componen la utilización de las fotografías de los candidatos políticos.

- **Contexto y relación con el mensaje político:** es esencial considerar el contexto al analizar campañas políticas, esto incluye factores sociopolíticos, culturales y actuales que influyen en la percepción del público. Al entender el contexto, se entenderá el por qué de sus mensajes visuales para resonar con la audiencia específica y las técnicas de persuasión utilizadas, según esto, se deberá entender el momento histórico y las problemáticas en el momento de cada candidatura presidencial.

Se contextualizará cada pieza gráfica teniendo en cuenta el momento y el lugar de su publicación, así como el candidato o partido político que la utilizó.

- **Análisis emocional de la audiencia:**

Se realizará un análisis emocional para determinar qué emociones o ideas se pretende evocar en la audiencia mediante la pieza gráfica. Se utilizará un mapa de empatía para comprender los miedos, deseos y preocupaciones de la audiencia objetivo y cómo la pieza gráfica busca resonar con estos aspectos emocionales.

El mapa de empatía es clave para conocer a los votantes ya que permite evidenciar de forma clara que es lo que sienten, piensan, ven, escuchan y hablan respecto en este caso sobre los candidatos políticos presidenciales de Colombia, dejando expuestas sus necesidades, frustraciones, aspiraciones y demás. Salcedo Peñaloza, J. P. (2020).

- **Interpretación y conclusiones:**

A partir del análisis anterior, se interpretarán los significados y mensajes políticos que se transmiten a través de cada imagen gráfica. Se extraerán conclusiones sobre la eficacia comunicativa de cada pieza gráfica en el contexto político colombiano, así como su contribución a la construcción de identidades políticas y la persuasión electoral.

En resumen, este estudio busca examinar de manera retrospectiva la comunicación visual en las campañas presidenciales colombianas en los periodos mencionados, explorando el impacto del diseño gráfico en la percepción pública de los candidatos y su influencia en el resultado electoral. A través de un análisis detallado de la identidad visual y el material publicitario, los cuales serán estudiados sobre las siguientes matrices:

- Las matrices establecida por Roland Barthes para la recolección de información:

| Pieza | Símbolo | Mensaje Lingüístico | | | |
|-------|---------|---------------------|------------|--------|-------------|
| | | Denotativo | | | Connotativo |
| | | Mensaje | Tipografía | Tamaño | |
| | | | | | |

| Pieza | Símbolo | Mensaje icónico no identificado | | | |
|-------|---------|---------------------------------|-------|-------------|---------------------|
| | | Elementos | | Composición | |
| | | Objeto | Color | Plano | Proporción espacial |
| | | | | | |

Capítulo 6 Resultados

En este capítulo se muestra el resultado de la aplicación de la teoría de la funcionalidad del signo de Charles Peirce, y las matrices de Roland Barthes y Algirdas Greimas a las imágenes seleccionadas de la propaganda gráfica difundida en las elecciones del 2022 por los candidatos Gustavo Petro y Rodolfo Hernández.

En primera instancia se analizaron las tres imágenes de Rodolfo y luego las tres de Gustavo para luego comparar los resultados entre los pares asociados.

Identificación de las triadas de Pierce según la funcionalidad del signo:



Figura 1. *Logotipo de campaña.*

El logotipo de Petro destaca principalmente por su uso de colores, cada uno con su significado específico. Comienza con los colores de la bandera colombiana y concluye con el verde, simbolizando la naturaleza, y el morado, que representa a la mujer.

El color principal, el azul, transmite estabilidad y confianza, sugiriendo una dirección clara pero no impositiva, y más progresista.

Desde el punto de vista técnico, el logotipo está bien ejecutado. La superposición de letras comunica que cada una depende de la otra, reflejando la integralidad de todas las banderas de la campaña. Además, se enmarca en un bloque perfecto que denota solidez, esto refuerza mucho más su tipografía gruesa y pesada.



Figura 2. *Post ilustrado redes sociales.*

Esta ilustración refuerza de manera significativa el patriotismo y el amor por Colombia. El símbolo del brazo empuñado y levantado transmite fuerza y resistencia. La presencia de grabados indígenas en la manilla que sostiene la mano sugiere inclusión y reconocimiento de la lucha olvidada de los pueblos nativos.

Este recurso es altamente estratégico, ya que sin duda conecta con la pasión que cada colombiano siente por sus raíces.

En cuanto a los colores, se mantiene una paleta con predominio del azul. Técnicamente, la ilustración está muy bien ejecutada con un estilo "artesanal" que evoca lo rústico y ancestral.



Figura 3. *Afiche impreso.*

Esta pieza resume los elementos principales utilizados en toda la campaña en diversos formatos.

La fotografía de Gustavo, con su mirada dirigida diagonalmente hacia arriba, evoca el futuro y la esperanza de cambio, reforzada por su sonrisa. El uso de gafas añade autoridad a su discurso académico y técnico, el cual siempre defiende, mientras que su vestimenta formal y su cabello canoso comunican experiencia.

En cuanto a la parte técnica, la composición está jerárquicamente bien ejecutada, siendo simple pero funcional, con un acabado limpio y un mensaje claro.



Figura 4. *Pieza digital.*

Esta imagen está cargada de simbolismos diversos. Desde la bandera de Colombia que aparece detrás, como un respaldo para todo el pueblo, hasta el significado implícito en las manos entrelazadas y alzadas, que miran hacia el futuro. En ellas se percibe la unión y la esperanza. Además, la presencia de elementos étnicos y raíces de Francia añade otra capa de significado y patriotismo.

La inclusión de una frase esperanzadora, resaltada con una tipografía diferente, añade un toque especial. En términos técnicos, la pieza está muy bien ejecutada; contiene todos los elementos necesarios para persuadir y ser funcional.



Figura 5. *Ilustración digital.*

En esta ilustración, se destacan varios elementos significativos. En primer lugar, la frase emblemática de Francia Márquez, "Vivir sabroso", que evoca la jerga costeña y, según ella, encarna el concepto de vivir con dignidad humana.

Una vez más, se observan elementos recurrentes en la imagen, como la postura de empoderamiento de Márquez, orgullosa de su herencia étnica, evidenciada por la pulsera que lleva y los grabados en su camisa. El estilo de dibujo "sketch" refuerza lo rústico y auténtico, mientras que también alude implícitamente a su piel negra.

Además, el contexto de la imagen y la elección de estos elementos sugieren una narrativa de resistencia y reivindicación cultural por parte de Márquez y su comunidad.

Se continúa con el análisis a su opositor, Rodolfo Hernández:

La primera imagen a analizar es el logotipo que se usó durante toda la campaña electoral:



Figura 6. *Logotipo de campaña.*

Este logotipo consta de tres elementos escritos y emplea como colores principales el amarillo y el azul, sugiriendo una posible referencia a los colores de la bandera de Colombia.

En términos generales, su construcción carece de originalidad y parece no tener una consideración profunda. Desde un punto de vista técnico, se evidencia una falta de carácter y una ejecución gráfica deficiente.



Figura 7. *Post redes sociales.*

Esta pieza presenta un estilo comunicativo estratégico, presentándose como "El viejito chévere" y convirtiendo su imagen en contenido meme, distribuido en diversas plataformas.

Desde el punto de vista gráfico, se observa que el cabezote mantiene la estructura del logotipo. Es un post juvenil y en sintonía con las tendencias actuales. Aunque se aleja de los colores tradicionales de su campaña, conserva su paleta de colores característica, lo cual es normal al tratarse de una pieza para un evento especial.



Figura 8. *Valla publicitaria.*

Esta valla exhibe la imagen de campaña utilizada en todos los formatos, siendo simple y básica pero funcional en su ejecución.

La fotografía, con el candidato señalando al ciudadano, sugiere una conexión de equipo, un "tú y yo" implícito. Se destaca una sonrisa que transmite confianza, mientras que la imagen del candidato, con su edad, estilo de vestimenta, peinado y accesorios, evoca su experiencia de muchos años en el ámbito político.

Desde un punto de vista técnico, la valla carece de complejidad, pero presenta varios aspectos que requieren corrección, incluyendo jerarquía, alineación y decisiones gráficas interesantes.

Continuando con la metodología, se procede a aplicar los códigos visuales según la matriz de Roland Barthes:

Gustavo Petro:

| Pieza | Símbolo | Mensaje | Tipografía | Colores | Plano | Composición |
|---|-------------------------|----------------------------------|---|--|-----------------------------|---|
| Figura 1. Logotipo de campaña. | No aplica | PRESIDENTE PETRO | Letra gruesa sans serif y caracteres traslapados. | Se utilizan cinco colores: amarillo, azul, rojo, verde y morado. | No aplica | Está en un bloque perfecto, con las cargas visuales distribuidas correctamente . |
| Figura 2. Post ilustrado para redes sociales. | Mano alzada y empuñada. | FRANCIA VICEPRESIDENTA #Dignidad | Letra gruesa sans serif y caracteres traslapados. | Predomina el azul, el naranja y el rojo. | Primer plano de la mano. | El objeto principal es la ilustración de la mano, seguido del logotipo de la vicepresidenta y finaliza con un bloque inferior donde se encuentra la palabra Dignidad. |
| Figura 3. Afiche impreso. | No aplica. | PRESIDENTE PETRO. CAMBIO POR | San Serif, con juego de grosores. | Blanco, naranja, y | Primer plano del presidente | Se compone a partir de la fotografía, |

| | | | | | | |
|--|-------------------------|-------------------------------|--|-----------------------------|--|---|
| | | LA VIDA. | | logotipo en 5 colores. | , mirada diagonal derecha. | continuando con un bloque contundente naranja que contiene su slogan y junto el logotipo, van todos los elementos alineados al centro. La única parte que da dirección es la mirada de Petro. |
| Figura 4. Pieza digital Francia y Petro. | Mano enlazada y alzada. | SIN MIEDO GANAREMOS AL CAMBIO | Para la primera línea una brush sanserif y para las otras dos sanserif planas. | Amarillo, azul, rojo. Café. | Plano medio de ambos candidatos, con mirada diagonal derecha. | Todos los elementos alineados al centro, como pieza principal está la fotografía y el fundido de la bandera con el fondo de personas. Lo acompaña un embocado de texto corto. |
| Figura 5. Ilustración Sketch Francia. | Tribal en la manilla. | CAMBIO PARA VIVIR SABROSO. | Letras display sanserif. En mayúscula. | Negro. | Plano medio, dando protagonismo en un primer plano a la mano empuñada. | Se compone de dos lados, a la derecha la ilustración, a la izquierda el texto, alineados entre sí. |

Tabla 1. *Matriz Roland Barthes.*

Pasamos al análisis de Rodolfo Hernández:

| Pieza | Símbolo | Mensaje | Tipografía | Colores | Plano | Composición |
|-----------------------------------|------------|--|--|--------------------------|---|--|
| Figura 6. Logotipo de campaña. | No aplica. | INGENIERO RODOLFO PRESIDENTE | Sanserif, entre mayúsculas y minúsculas. | Amarillo y azul. | No aplica. | Tres líneas, balanceadas entre sí, la primera haciendo peso hacia la izquierda, la segunda peso principal en el centro y la línea inferior peso en la derecha. |
| Figura 7. Post redes sociales | No aplica. | LA GUARACHA DEL INGE | Tipografía grunge y moderna. | Morado, azul, y naranja. | Primer plano completamente de frente. | El elemento principal está en el centro, la fotografía de Rodolfo con sus gafas, en segundo nivel se encuentra el título centrado y usando la misma estructura balanceada del logo de campaña. Finalmente se da la información en la parte inferior. |
| Figura 8. Valla publicitaria. | No aplica. | Donde nadie roba, la plata alcanza. RODOLFO PRESIDENTE . #YoLeCreoAl Viejito | Sanserif, entre mayúsculas y minúsculas. | Amarillo y azul. | Plano medio, mirada al frente señalando al votante. | Se determinan tres grandes bloques, y los pesos distribuidos entre el lado derecho con la foto abarcando casi la mitad de la valla, y el lado izquierdo con el texto y el fondo plano de |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--------|
| | | | | | | color. |
|--|--|--|--|--|--|--------|

Tabla 2. *Matriz Roland Barthes.*

Es importante destacar que el material publicitario del actual presidente se encontró de manera fácil, accesible y bien organizada en su página web, dividida en tres secciones: impresos, digitales y logos. Esta estructura gráfica y comunicativa ampliamente organizada contribuyó significativamente a una difusión mucho más masiva que la de su contrincante.

Además, la imagen de la vicepresidenta Francia Márquez representó un importante respaldo para las minorías del país al presentar una figura femenina, afrodescendiente y empoderada. Este mensaje se reflejó perfectamente en sus ilustraciones y piezas gráficas, teniendo así un ecosistema gráfico completo y bien ejecutado.

Por otro lado, Rodolfo no centró sus esfuerzos en una estrategia 360 grados; en lugar de ello, se enfocó en contenido para TikTok. Aquí, tomó la delantera con sus pequeños videos divertidos y contenido meme. Como resultado, la búsqueda de material gráfico del candidato resultó complicada y el acceso era prácticamente inexistente, más allá de algunos post en Instagram y Facebook.

Capítulo 6 Conclusiones:

Se identificaron una serie de elementos visuales y patrones recurrentes en el diseño gráfico de las campañas políticas para las elecciones presidenciales en Colombia entre 2022-2026. Estos elementos incluyen colores específicos, tipografías, poses emblemáticas y estilos de diseño que fueron utilizados de manera consistente por ambos candidatos a lo largo del período electoral. Este hallazgo sugiere la presencia de tendencias comunes, pero diferentes entre opositores.

Los elementos gráficos, en la campaña de Gustavo Petro, fueron empleados estratégicamente para transmitir valores, ideologías y propuestas políticas, así como para generar una identidad visual distintiva que ayudará a diferenciar su propuesta para el país. Además, se observó que el diseño gráfico no solo complementa el discurso y las plataformas políticas del candidato, sino que también tuvo el potencial de influir en la percepción del electorado y en la construcción de una mejor imagen pública de Petro.

Durante el análisis se observó que el candidato Rodolfo Hernández descuidó significativamente su diseño gráfico y su comunicación visual. Presentó una presencia visual menos cohesionada y distintiva, con elementos gráficos dispersos y una identidad visual menos trabajada. Este descuido en el diseño gráfico y la comunicación visual pudo haber impactado negativamente en su campaña, ya que pudo afectar la capacidad del candidato para transmitir mensajes claros y persuasivos, así como para generar una conexión emocional con el electorado.

La falta de coherencia visual también puede haber debilitado la percepción de la profesionalidad y la seriedad de la campaña de Hernández, lo que podría haber influido en la confianza y la credibilidad de los votantes hacia su candidatura.

El análisis retrospectivo revela que en la actualidad, el diseño gráfico juega un papel mucho más significativo en la comunicación política que en épocas anteriores, debido a la influencia de la tecnología y las redes sociales.

Los candidatos y las campañas políticas deben reconocer la importancia de una comunicación visual efectiva y estratégica para conectarse con el electorado y competir en el ecosistema mediático actual.

Capítulo 8 Discusiones

El análisis del diseño gráfico en las campañas políticas para las elecciones presidenciales en Colombia entre 2022-2026 nos ofrece una visión crítica sobre cómo esta herramienta visual ha moldeado la percepción pública y el desempeño electoral de los candidatos. En definitiva, el diseño gráfico en las campañas políticas es una herramienta poderosa que puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de un candidato.

El cuidadoso diseño gráfico en la campaña de Gustavo Petro no solo contribuyó a transmitir sus mensajes políticos de manera efectiva, sino que también ayudó a construir una identidad visual coherente y distintiva que fue clave en su desempeño electoral.

La elección y disposición de colores específicos tiene un impacto significativo en la percepción de un candidato. En el caso de Petro, los colores utilizados pueden haber sido seleccionados para transmitir valores como la confianza, la esperanza o la fuerza, dependiendo de la estrategia o la pieza de comunicación. De igual manera, la tipografía utilizada refleja la personalidad tanto del candidato como de la vicepresidenta y así, reforzaron su mensaje político.

Por el contrario, el opositor Rodolfo Hernández, aunque tuvo una estrategia comunicacional efectiva en algunos aspectos, la falta de atención al diseño gráfico y la coherencia visual en su campaña pudo haber restado credibilidad y cohesión a su mensaje

político, lo que podría haber afectado su capacidad para persuadir a un mayor número de votantes. Cabe mencionar también, la dificultad para el acceso de la publicidad digital del candidato, ya que Gustavo Petro logró un nivel de organización tan alto, que todos y todas tenían (y aún tienen) acceso a todas las piezas publicitarias sea impresas, gran formato o digitales, esto ayuda significativamente a la masificación del mensaje.

Estos hallazgos destacan la creciente importancia del diseño gráfico en la comunicación política contemporánea, especialmente en un entorno mediático saturado y altamente visual. Los candidatos y las campañas políticas deben reconocer la necesidad de una comunicación visual efectiva y estratégica para competir en este contexto y conectar con un electorado cada vez más exigente y diverso.

Si bien es difícil determinar con certeza en qué medida el diseño gráfico y la comunicación visual influyeron en los resultados electorales, es importante considerar que estos elementos pueden desempeñar un papel crucial en la percepción pública y el desempeño electoral de un candidato.

Es posible que Gustavo Petro, como candidato representante de una corriente política de izquierda en Colombia, haya sentido la necesidad de reforzar su estrategia de publicidad y comunicación para poder ganar las elecciones, y de lo contrario probablemente los resultados no habrían sido los mismos. La fuerza de su publicidad fue crucial para ganar visibilidad, construir una base de apoyo sólida y movilizar a los

votantes en su favor, especialmente en un contexto en el que representaba una alternativa política novedosa y rechazada por muchos colombianos.

Asimismo, queda claro que, aunque Colombia sea tradicionalmente conservador, el contexto de las elecciones del 2022 desfavorece a Hernández y la estrategia comunicacional pudo haber carecido de elementos que desataran una conexión emocional fuerte con los votantes, lo que podría haber limitado su capacidad para movilizar un apoyo mayor, y por el contrario se dedicó a un contenido polémico y poco confiable, ya que decidió estar inmerso en diversas polémicas en la plataforma de Tik Tok. Todo esto sumado al contexto político, le ayudó a su contrincante a tomar la delantera absoluta.

En última instancia, el diseño gráfico no solo se presenta como una herramienta estética, sino como un componente fundamental en la construcción de la identidad política y la persuasión electoral. Su impacto va más allá de lo superficial, influyendo de manera significativa en la percepción y la decisión del votante, lo que subraya su importancia como elemento clave en la competencia política actual en Colombia.

Bibliografía

- Arrieta-Castillo, C. (2022). La persuasión en el eslogan político.
- Cañellas, A. M. (1979). Psicología del color. *Maina*, 35-37.
- Alba González, M. (2010). La imagen como método en la construcción de significados sociales. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (69), 41-65.
- Gamonal, R. (2004). David Carson contra Aristóteles: Análisis retórico del diseño gráfico. *Razón y Palabra*, 37.
- Holtz-Bacha, C., & Kaid, L. L. (2014). Political communication across the world: Methodological issues involved in international comparisons. En *Sourcebook for Political Communication Research* (pp. 395-416). Routledge.
- Hall, S. (1980). Codificar y decodificar. *Cultura, Media y Lenguaje*, 129-139.
- Meggs, P. B. (2010). *Historia del diseño gráfico*. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=philip+meggs+historia+del+dise%C3%B1o+grafico&btnG=#d=gs_cit&t=1710378897177&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3A99b27GS4YW4J%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des
- Salcedo Peñaloza, J. P. (2020). *Adentrándonos en el consumidor - Mapa de empatía*.
- Ortíz Santacruz, J. E. (2020). Análisis de piezas gráficas para identificar el rol del diseñador gráfico y estrategias políticas utilizadas en la realización de campañas políticas (Tesis de licenciatura). Universidad del Azuay.