

Taller de Diseño en Comunicación Visual 5D
tallerdcv5d@gmail.com

Docentes

Julio César Naranja (Titular), Iván Velázquez (Adjunto), María Gabriela López (Jefe de Trabajos Prácticos), Danisa Di Tommaso y Emmanuel Tarelli (Auxiliares docentes)

INCAA: LA REVALORIZACIÓN DEL CINE ARGENTINO

Nicolás Iasenza | nicolasiasenza.dcv@gmail.com

El funcionamiento del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales ha demostrado ser esencial para la consolidación de la identidad cultural argentina. A través del fomento y la regulación de la industria cinematográfica, el Estado encontró un canal para crear nuevos sentidos de pertenencia y reforzar la idea de una identidad nacional que no pierda de foco la creciente diversidad de perspectivas.

El INCAA es una agencia gubernamental autárquica argentina que hasta diciembre de 2023 funcionó como órgano público dependiente del Ministerio de Cultura de la Nación. Desde 1968 su propósito principal es impulsar la producción, distribución y exhibición de películas nacionales y extranjeras en Argentina, así como preservar el patrimonio audiovisual del país. También organiza festivales y eventos, y ofrece apoyo técnico y financiero a productos audiovisuales, lo que la convierte en una de las instituciones culturales más importantes del país. Tras reformas realizadas a fines de 2023, pasó a funcionar como órgano público del Ministerio de Capital Humano y redujo considerablemente sus intervenciones en la regulación de la industria y preservación del patrimonio cinematográfico nacional.

Para el desarrollo de este proyecto se tomó por objeto de estudio no solo al instituto sino también a los Espacios INCAA —una red de espacios virtuales y físicos distribuidos por todo el país cuyo fin es difundir producciones nacionales—, a los ciclos temáticos que organiza —proyecciones de películas seleccionadas en base a un tema, género, estilo o enfoque, generalmente realizados en los Espacios INCAA—, y a los programas de apoyo a la producción cinematográfica que ofrece.

En base a un profundo análisis de la historia y los objetivos del instituto y tras haber hecho un relevamiento de sus comunicaciones, se elaboró la hipótesis de que el INCAA no logra revalidar su carácter nacional desde su identidad de marca ni dejar en claro cuál es su modo de organización, qué programas ofrece y cuáles son sus áreas de intervención, presentan la información de forma desorganizada y con difícil accesibilidad para los usuarios.

Con el fin de comprobar esto e iniciar una redefinición de las estrategias de comunicación del instituto, se desarrolló un diagnóstico de sus problemas comunicacionales sobre tres ejes: el de la identidad, el de la información y el del entorno. Entonces se evidenció por un lado una falta de criterios de comunicación unificados, y por el otro, que en su nivel discursivo prevalecía un enfoque tradicionalista que resultaba incongruente con sus principios y no era atractivo para nuevos productores o consumidores, ya que no reflejaba la diversidad de puntos de vista y enfoques experimentales admitidos por las artes audiovisuales.

Para definir objetivos específicos se partió un desglose de la hipótesis. Se buscaría que el INCAA refleje argentinidad desde su identidad visual y comunicaciones gráficas, alineándose con sus principios y con los intereses del público objetivo. Se plantearía reorganizar la información en las plataformas virtuales para que los usuarios la encuentren fácilmente y sea comprensible y útil. Se redefinirían también las líneas de acción y áreas de intervención de cada programa. Además, se procuraría que los Espacios INCAA se perciban como parte del Instituto, comunicando eficazmente su importancia. Finalmente, se buscaría demostrar un cambio de enfoque en lo discursivo, reivindicando la diversidad de perspectivas que caracteriza a la industria cinematográfica nacional.

Es así como se estableció la estrategia que guiaría el resto del trabajo: Revalidar y visibilizar el carácter nacional del INCAA y reinsertarlo como una de las productoras cinematográficas más grandes a nivel latinoamericano.

Es ante esto que se decide comenzar a idear un plan estratégico de intervención que ordenara los pasos a seguir:

En el eje de identidad el proceso giraría en torno a un rebranding integral conceptualizado sobre las bases de tres ideas clave: la argentinidad, la industria cinematográfica y la diversidad de miradas en el cine. El proceso abarcaría tanto el diseño del signo marcario institucional como un sistema de signos complementarios para los espacios u organismos relacionados. De igual manera se pensaría un sistema de recursos visuales complementario que incluiría la definición de paletas cromáticas y tipográficas y aplicaciones sobre piezas institucionales [Figura 1].

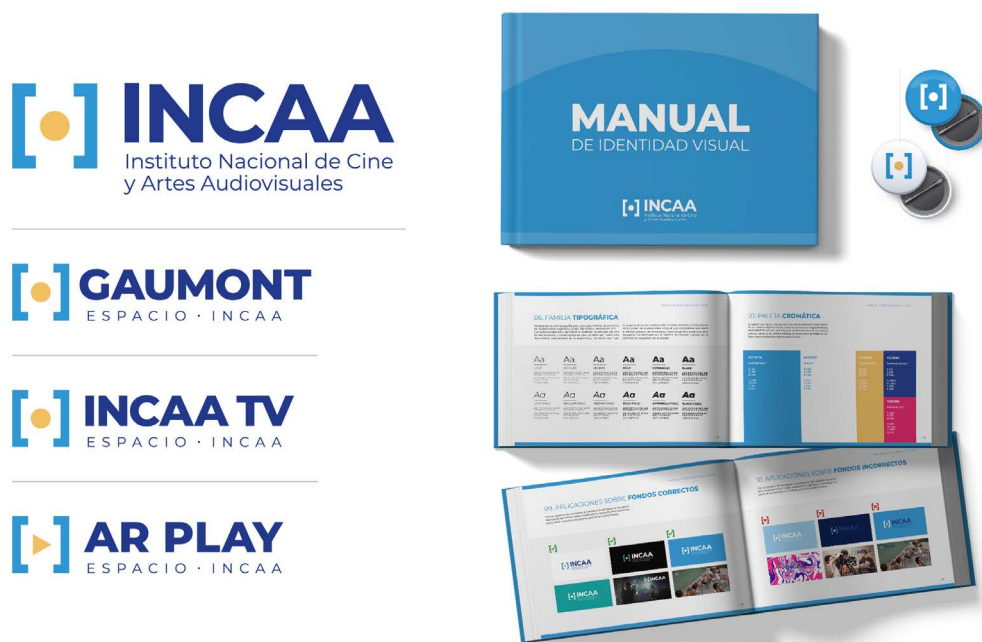


Figura 1. El sistema de identidad visual del INCAA, desarrollado y normalizado en el “Manual de Identidad Visual”.

En el eje de la información se comenzaría por una reestructuración y rediseño del sitio web institucional, y luego se pensaría en una serie de campañas que se alinearán con los objetivos del instituto: la primera se trataría de una serie de piezas pensadas para promover el programa de apoyo técnico y financiero a productores de cine independientes; la segunda se orientaría a la promoción del Espacio Cine Gaumont, basada en la necesidad detectada de una sistematización de todos los espacios INCAA; la tercera se trataría del rediseño de la aplicación de streaming Cine.AR Play —renombrada como AR Play— tanto en su versión mobile como en su versión para uso en televisores inteligentes, así como piezas de promoción en redes sociales, con el objetivo de facilitar el acceso a los contenidos audiovisuales que el INCAA acerca a los usuarios a través de ella; la cuarta campaña consistiría en la sistematización visual del canal de televisión Cine.AR TV —renombrado

como INCAA TV— con el objetivo de que se comience a utilizar el espacio como medio de difusión de nuevos contenidos para la audiencia; para la quinta campaña se pensó en un evento que se desarrollaría en el Cine Gaumont: el ciclo enfoques, un ciclo temático bimensual en el que se proyectarían trabajos de realizadores audiovisuales argentinos diferentes en cada edición con el objetivo de diversificar los contenidos ofrecidos; la última campaña sería el ciclo temático Identidades, que tendría lugar en el espacio INCAA TV, y consistiría en la proyección de producciones con el enfoque de visibilizar historias de realizadores pertenecientes a la comunidad LGBTIQ+ [Figuras 2 y 3].

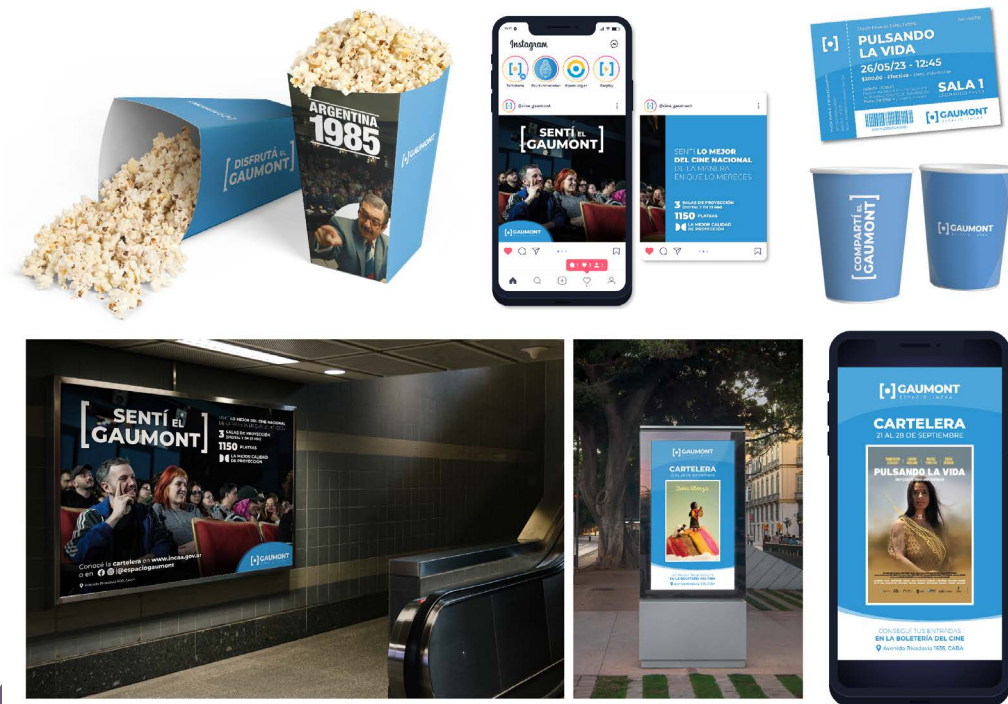


Figura 2. Piezas de comunicación enmarcadas en la campaña “Disfrutá el Gaumont”

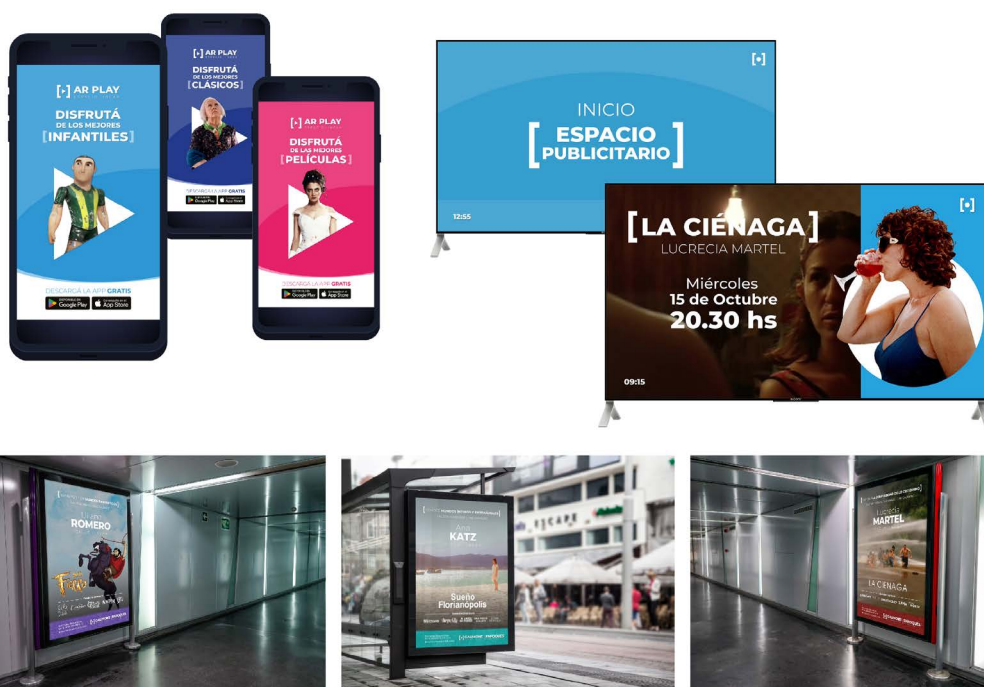
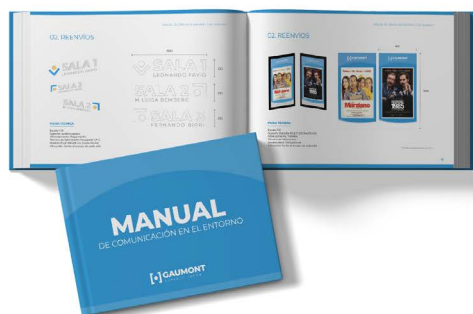


Figura 3. Piezas pertenecientes a las campañas “AR Play” e “INCAA TV” y de difusión del “Ciclo Enfoques”

Para el tercer eje, el del entorno, se desarrolló un análisis espacial del cine Gaumont, tras el cual se decidió proyectar recorridos en los que prevalecieran principalmente pantallas y carteles corpóreos, jugando con la combinación de las ideas de cine y espacialidad. En pos de estos recorridos se desarrolló un nuevo sistema de signos con base en la marca que permitiera la creación de piezas de distribución y reenvío claras y atractivas [Figura 4].



GAUMONT
THOMAS

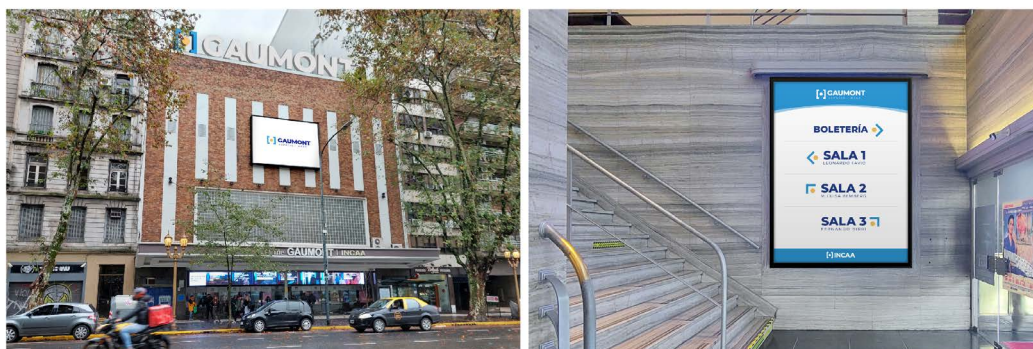


Figura 4. Piezas de señalética y su correspondiente normalización en el “Manual de Comunicación en el Entorno”

El principal propósito del proyecto fue dar visibilidad al rol fundamental que cumple el Estado en la construcción de la identidad nacional y la elaboración de mensajes culturales. Además, se buscó evidenciar cuál es realmente la relevancia de instituciones como el INCAA, cuya función no es más que la de ser intermediario entre el Estado y la sociedad, que se retroalimentan gracias a ellas y construyen en conjunto identidades colectivas desde la diversidad.

Acceso al proyecto completo

<https://drive.google.com/file/d/1tlvS-OzDYjzkHvZQW-H9GRCRI03GdRQB/view>