



ENTRE SÍMBOLOS Y PODER

La construcción de narrativas políticas a través de la cultura visual en las redes sociales

EMERSON DAVID DEVIA ACEVEDO ¹

¹ Universidad de La Salle, Colombia

PALABRAS CLAVE

Narrativas Políticas
Redes Sociales
Simbología Política
Opinión Pública
Movilización Social
Comunicación Política

RESUMEN

Este estudio explora cómo la cultura visual en las redes sociales se utiliza para construir y difundir narrativas políticas. A través de un examen de casos en los que se emplean símbolos, incluidas imágenes, memes y videos en medios digitales, y su interacción con el discurso político, este estudio busca comprender el efecto de estas representaciones visuales en el sentimiento público y la compleja dinámica de la autoridad política. Se pone atención en los eventos significativos del último año, examinando cómo las redes sociales han servido como plataformas críticas para la comunicación política y la movilización social.

Recibido: 20/ 10 / 2024
Aceptado: 29/ 10 / 2024

1. Introducción

El estudio del poder en la política es un aspecto crucial en los estudios de la comunicación, que requiere un enfoque interdisciplinario en el que intervienen las ciencias políticas, la sociología, la psicología y la semiótica. Los símbolos juegan un papel importante en la comunicación política, ya que vehiculizan conceptos, ideas, emociones y generan representaciones. Los símbolos son más que simples imágenes; son unidades de significado que establecen una relación entre el enunciado y el pensamiento, reflejando la posición política del actor.

Por tanto, los símbolos son un foco de análisis en los estudios de comunicación, particularmente en la comunicación política. Por medio de diversos mecanismos el poder se manifiesta y establecen relaciones resonantes, asociadas y subconscientes entre los actores; de hecho, problematizar las narrativas políticas con este foco, exige un sobrevuelo por las teorías y metodologías desde disciplinas como ciencia política, sociología, psicología y semiótica.

Los arquetipos son patrones universales que se manifiestan con rasgos propios de la personalidad y están instalados en el inconsciente individual y colectivo de las personas. Justamente los patrones influyen en la configuración del comportamiento y la motivación de las personas, y han estado presentes en la historia tanto en mitos, religiones, estructuras sociales y por su puesto en la política.

La intersección de estos elementos ayuda a comprender el comportamiento político; esa simbiosis es un movimiento estratégico para el liderazgo, la legitimación del poder, la movilización del electorado, el control social y la construcción de identidades políticas. Mas claramente en el ámbito de la política, los símbolos y los arquetipos tienen un papel central en la construcción misma, dada la influencia significativa en la percepción pública y en las narrativas políticas. En consecuencia, el uso de símbolos y arquetipos en los asuntos políticos no son una elemental cuestión de elección estética; son una herramienta estratégica que, de manera intencionada, se utilizara para gestionar y modelar la opinión y agenda pública, por medio de la transmisión de ideologías y el refuerzo del agenciamiento político, con el que se crea un sentimiento de legitimación del electorado.

2. Antecedentes teóricos

2.1. *Visión general sobre el simbolismo*

Independientemente de dónde estemos, estamos rodeados de sistemas de símbolos. Por ejemplo, si dejas de leer esto por un momento y miras a tu alrededor seguramente encontrarás un par de símbolos; por ejemplo, en tu ropa, en un libro, en la calle, mirando por la ventana o simplemente mirando hacia arriba. Una de las posesiones más preciadas del ser humano es la mente inquisitiva; lo mismo que crea una red de creencias que llamamos sistema. Este sistema está lleno de un vocabulario amplio de significados y símbolos que nos dan sentido y representación sobre una idea (Eliasoph y Lichterman, 2003).

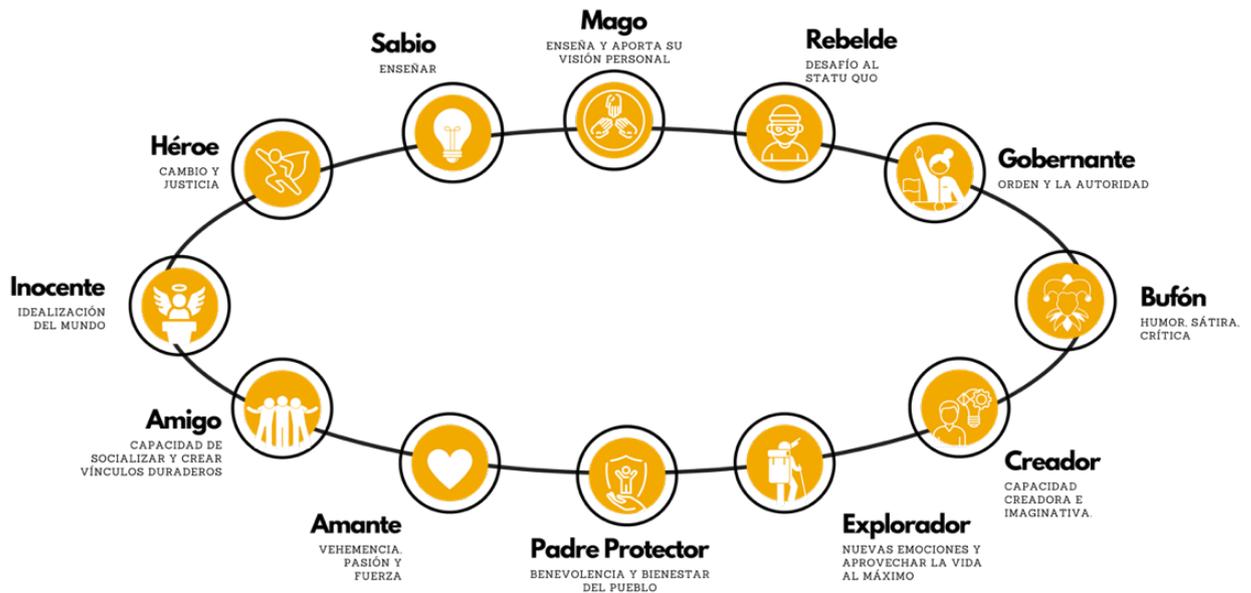
El estudio conjunto del símbolos y signos (semiótica) incluye el análisis de relaciones y significados, además de examinar como se utilizan e interpretan en la comprensión ideológica del mundo. Keane, (2018) afirma que la ideología semiótica revela la reflexividad de la capacidad de uso de signos humanos, vinculando valor ético y político, e influyendo en la existencia social. Por medio de la interpretación agenciamos un concepto y le asociamos cualidades. Al tiempo que configuramos un intercambio de ideas, le damos fuerza y lo impregnamos de cargas aspiracionales, que contribuyen a legitimar su uso; de allí que veamos en la historia de la humanidad el uso de símbolos para el significado y los significantes; ya sea desde una relación positiva o negativa entre el sistema.

En psicología, Jung (2002) planteó que los símbolos se consideran manifestaciones del inconsciente colectivo, que contienen significados universales y que trascienden las experiencias individuales que se constituye en expresiones, códigos y gestos que suelen trascender las barreras del lenguaje hablado. Los sistemas de símbolos son un tejido interrelacionado de gestos, imágenes, números, alfabetos, colores y formas, que necesitan estar juntos, ya que de manera separada carecerían de significado. En política esto es aprovechado por la comunicación y el diseño en la creación de conceptos. Por ejemplo: la proyección cenital azimutal equidistante centrada en el polo norte, con una corona de ramas de olivo y bañada por el color azul Pantone 2925 [haciendo alusión a la bandera del sistema de Naciones Unidas]. Símbolos complejos y evocadores que actúan como puente entre las ideas políticas complejas y la comprensión intuitiva del público de manera profunda y accesible.

2.2. Arquetipos de la personalidad

En este apartado centraremos la atención en los arquetipos propuestos por Jung (2002), que desde la psique humana representan temas y personajes universales que emergen en casi todas las culturas y en momentos históricos, especialmente los de naturaleza política. En política, estos arquetipos frecuentemente se ven en la forma en que los líderes políticos y las promesas de los movimientos se posicionan para ser percibidos por el público (figura 1)

Figura 1. Arquetipos de Personalidad



Fuente: Elaboración Propia, 2024; con base en (Jung, 2002; Unir, 2024)

Estas representaciones conceptuales están inspiradas en el significado psicoanalítico al recurrir al inconsciente colectivo. De hecho, su uso es tan antiguo como la política misma dado que transmiten mensajes complejos con rapidez y eficacia. Las figuras políticas se han encargado de elevar la categoría de comprensión sobre los arquetipos, encarnando en ellos ideales, valores y temores que resuenan con el electorado, usando el significado psicológico e histórico de estos.

El análisis de estos arquetipos, permiten comprender los fundamentos del poder político y la movilización de los sentimientos sociales (Laponce, 1975). Al utilizar estas señales visuales, las figuras y movimientos políticos pueden aprovechar una forma de comunicación que trasciende la palabra escrita o hablada y que atrae al electorado a un nivel más instintivo y emotivo.

3. Metodología

El objetivo del estudio es analizar las relaciones existentes entre la cultura visual y las narrativas políticas. Esta investigación basa su diseño metodológico en la investigación mixta para generar conocimiento (Creswell, 2014; Kozinets, 2019, Vara-Horna, 2012) a partir de la indagación entre variables o constructos, con un enfoque exploratorio, descriptivo y explicativo. Esta metodología contempla la recolección, procesamiento, crítica y análisis de información mixta. En relación con las técnicas de recolección de información se aplicaron técnicas de revisión documental bibliográfica y extracción de contenidos y entradas en medios digitales (tabla 1). Se extrajeron 23.074 registros, se utilizaron técnicas de ciencia de datos contenidas en la plataforma de escucha social – Meltwater. Para el análisis de casos se realizan ejemplificaciones y reacciones emocionales a los símbolos, incluidas imágenes, memes y videos de la información disponible entre 2022 y 2023. Se definió una muestra de los primeros 20K registros.

Tabla 1. Información Búsqueda Agregada Último Año.

| criterio | Descripción |
|-----------------------------|--|
| Key Concept/ Word | Símbolos en Política (All Language) |
| Operación | Política and Símbolo and cultura |
| Valoración | Concordancia Exacta |
| Tipo de fuente (17) | Entradas Medios Digitales (redes sociales, blogs, otros) Sin artículos duplicados |
| Países | All global |
| Bases Disponibles en | 10.6084/m9.figshare.25368607 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Nota: La operación en español abarca todos los idiomas, pero su principal objetivo es recopilar datos en español, y a su vez incluye también otras lenguas romances.

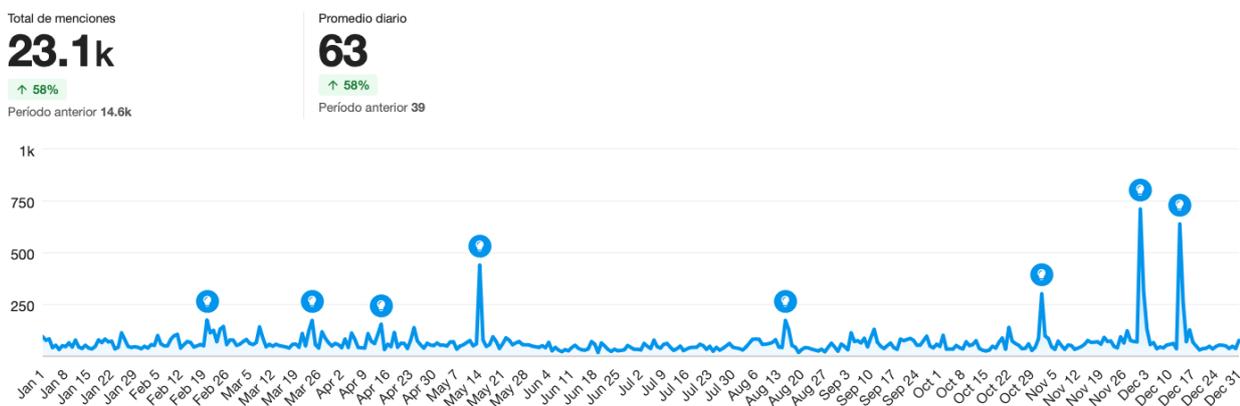
Limitaciones: Aunque este estudio aporta descubrimientos significativos, se debe tener en cuenta que la muestra consiste en N= 20.000 registros recopilados en un año. Por lo que podría no ser suficiente para abarcar todas las variaciones de la intersección categorial.

4. Resultados

A partir la investigación realizada, se presenta a continuación el análisis de la intersección categorial. El uso de símbolos en la esfera política ha demostrado ser una herramienta de comunicación poderosa y universal, que, con la capacidad de trascender las barreras lingüísticas y culturales, contribuye en la transmisión de mensajes complejos de manera intuitiva y directa.

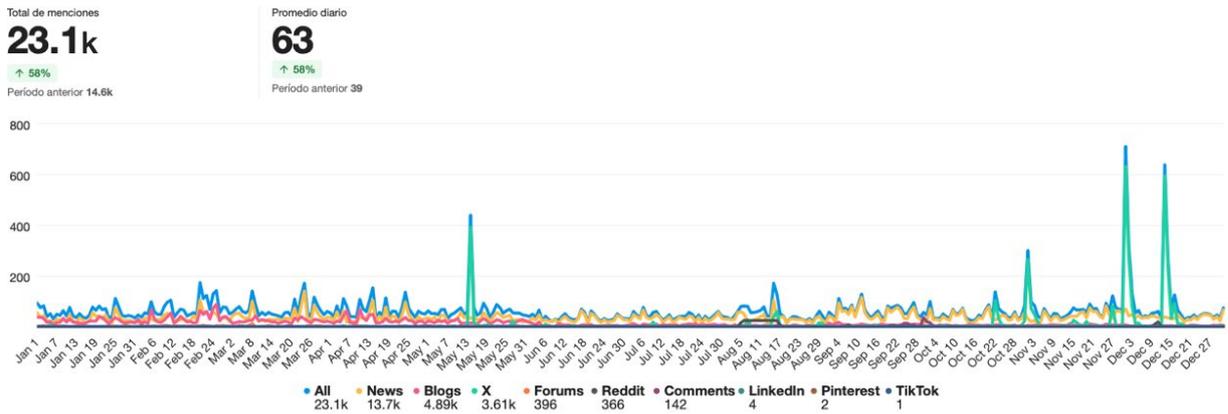
Al encapsular complejas narrativas políticas en símbolos reconocibles, los políticos pueden comunicar eficazmente sus mensajes y valores, simplificando así el proceso a través del cual los votantes forman sus opiniones políticas (Zahoor, 2021). Por medio de ejemplificaciones y análisis de casos se deja claro cómo los movimientos y partidos políticos de todo el mundo utilizan diferentes símbolos para resumir y proyectar sus ideales, valores y objetivos. En la figura 2, se evidencia la cantidad total de menciones en la serie de tiempo, con un aumento significativo del 58 % frente al período anterior. Las menciones evidencian tres picos significativos, lo cual indica eventos o declaraciones importantes que captaron la atención del público y medios de comunicación, detallados en la Tabla 2. Estos picos responden a momentos de intensa actividad política o social relacionados con acontecimientos relevantes en la esfera pública.

Figura 2. Entradas por Serie de Tiempo



Fuente: Meltwater, 2023.

Figura 3. Entradas por Tipo de Fuente



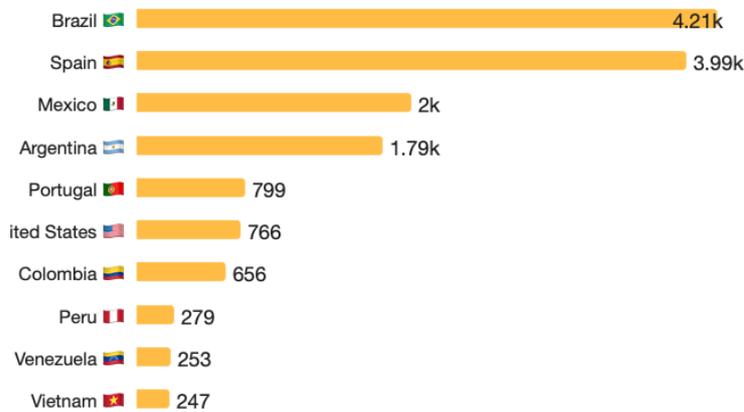
Fuente: Meltwater, 2023.

La figura 3 clasifica las menciones por la fuente de origen (noticias, blogs, foros, comentarios, otros). El predominio mayoritario de algunos medios señala la importancia y preferencia por parte de los usuarios en el prosumo de opinión pública.

En el ámbito del poder, las plataformas que generan más menciones suelen tener una influencia significativa en la configuración de las narrativas y en la comunicación política. De otra parte, la figura 4 ilustra el número de menciones o entradas originadas en distintos países, destacando la predominancia de Brasil, España y México.

Esto indica el nivel de influencia o interés por factores como la relevancia política, económica o cultural de los temas relacionado con distribución geográfica.

Figura 4. Entradas Desagregadas por Participación por Procedencia



Fuente: Meltwater, 2023. Incluye fuentes de noticias, blogs y redes sociales.

Tabla 2. Hitos de Conversación

| Fecha | Visualización | Comportamiento Horas | Países y Regiones | | | | | | | | | | |
|------------------------|---|----------------------|---|---------|----------|-------|-----|----------|----|--------|----|--------|----|
| 1 de diciembre de 2023 | <p>Newscaster.lat The Number One Newscast in L</p> <p>Noticias CO 1 dic 2023 - 23:57</p> <p>Costa Rica celebra 75 años sin ejército, una hazaña que la convirtió en referente de paz</p> <p>... el ejército. El antiguo Cuartel Bellavista, hoy Museo Nacional, es símbolo de ese giro histórico, que se conmemora cada 1 de diciembre. ...</p> <p>cultura, Política, símbolo, política</p> <p>514 Alcance 14 Duplicados</p> <p>Neutral</p> | | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Country</th> <th>Mentions</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Spain</td><td>147</td></tr> <tr><td>Colombia</td><td>45</td></tr> <tr><td>Mexico</td><td>31</td></tr> <tr><td>Brazil</td><td>22</td></tr> </tbody> </table> | Country | Mentions | Spain | 147 | Colombia | 45 | Mexico | 31 | Brazil | 22 |
| Country | Mentions | | | | | | | | | | | | |
| Spain | 147 | | | | | | | | | | | | |
| Colombia | 45 | | | | | | | | | | | | |
| Mexico | 31 | | | | | | | | | | | | |
| Brazil | 22 | | | | | | | | | | | | |

Figura 6. Uso de Emojis y Símbolos

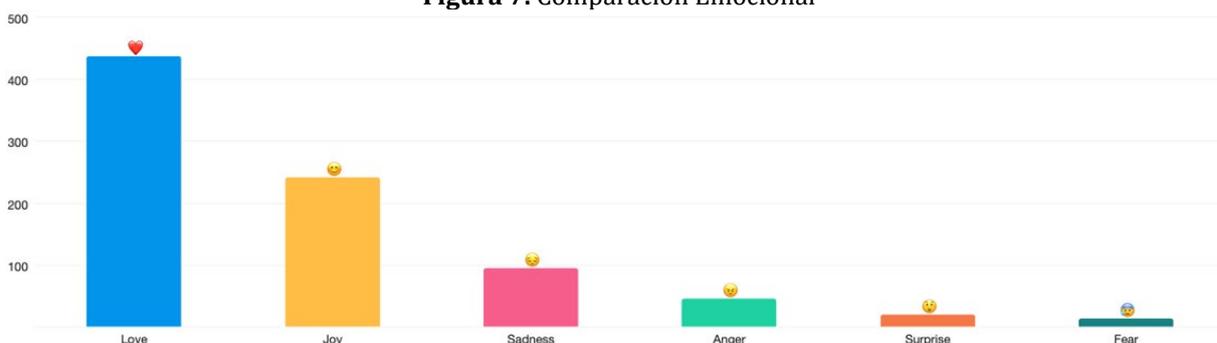


| Emoticono | Conteo* |
|-----------|---------|
| 🏆 | 124 |
| 🕒 | 124 |
| 🤖 | 124 |
| IL | 77 |
| 📺 | 39 |
| 🔔 | 30 |
| ➔ | 26 |
| ☑️ | 25 |
| 🆘 | 25 |
| 🌟 | 25 |

Fuente: Elaboración propia, 2024. Con base en extracción de datos, con base en Meltwater, 2023.

Nota: Incluye únicamente información de X. De las demás redes no es posible obtener el dato

Figura 7. Comparación Emocional



Fuente: Elaboración propia, 2024. Con base en extracción de datos, con base en Meltwater, 2023.

Nota: Incluye únicamente información de X. De las demás redes no es posible obtener datos.

En conjunto el análisis de las figuras 2 a 7 y la tabla 2 evidencian cómo ciertos arquetipos y símbolos se distribuyen por distintos canales de comunicación y generan narrativas políticas cruzadas. Los símbolos reflejan la diversidad de corrientes ideológicas en la política global y resalta la importancia de los símbolos como portadores de identidad colectiva y herramientas de movilización. La capacidad de estos sistemas para inspirar, unir e inspirar a las personas hacia una causa común resalta su papel integral en la comunicación política y la construcción de narrativas colectivas.

4.1. Símbolos en Política

4.1.1 Identificación de símbolos políticos comunes

Anteriormente hemos advertido sobre el uso de los símbolos y su capacidad para comunicar de forma concisa las ideologías, sentimientos e identidades complejas, en especial en los asuntos políticos. Es vista de lo anterior entre los símbolos más comunes están las banderas de los Estados y los Partidos Políticos, que representan la identidad y la unidad nacionales. De otra parte, las combinaciones de colores y dotar de significado conceptual a los mismos, transmite descripciones políticas. De otra parte, el uso de los animales y en especial el rediseño hacia la iconografía, representan abreviaturas que a menudo facilitan un reconocimiento rápido y un compromiso emocional. Veamos algunos ejemplos

Tabla 3. Ejemplos Comunes de Uso de Símbolos en la Política

| Símbolo | Significado | Contexto | Imagen | Dónde Se Utiliza |
|----------------|-------------------------------------|--|---|--|
| Paloma | Paz | Utilizado para abogar por la paz y el fin de los conflictos. |  | En movimientos de paz mundialmente, campañas políticas que promueven la no violencia. |
| Puño | Solidaridad, resistencia | Símbolo de lucha contra la opresión y unidad. |  | Movimientos laborales, protestas y revoluciones políticas. |
| Rosa | Socialdemocracia, socialismo | Representa los valores de la socialdemocracia y el socialismo. |  | Usado por partidos socialistas y socialdemócratas en todo el mundo, p.ej., la Internacional Socialista. |
| Águila | Poder, libertad | Emblema nacional que representa fuerza e independencia. |  | Símbolos nacionales de Estados Unidos, México y otros países. |
| Martillo y Hoz | Unidad de trabajadores y campesinos | Simboliza el comunismo y las ideologías marxistas. |  | Partidos comunistas en todo el mundo. |
| Estrella Roja | Socialismo, comunismo | Representa ideales socialistas o comunistas. |  | Movimientos socialistas y comunistas a nivel mundial. |
| Corazón | Amor, compasión | Utilizado para transmitir empatía, compasión y cuidado. |  | Campañas políticas centradas en bienestar social, atención médica y causas humanitarias. |
| Sol | Renovación, vitalidad | Representa nuevos comienzos y la energía de la vida. |  | Partidos políticos que abogan por el cambio o la renovación, por ejemplo, el partido Akbayan de Filipinas. |

| Símbolo | Significado | Contexto | Imagen | Dónde Se Utiliza |
|--------------------------|------------------------------|---|--|--|
| León | Coraje, liderazgo | Emblemático de liderazgo fuerte y valentía. |  | Utilizado por partidos políticos y movimientos para significar liderazgo y fuerza, p.ej., en el Reino Unido. |
| Luz/ Antorcha | Iluminación, libertad | Representa ideales de iluminación, libertad y guía. |  | Movimientos políticos que abogan por la libertad, educación y valores de la iluminación. |
| Azul (color) | Conservadurismo, estabilidad | Asociado con valores conservadores y estabilidad. |  | Utilizado por partidos políticos conservadores en todo el mundo. |
| Rojo (color) | Revolución, socialismo | Simboliza el cambio revolucionario y los ideales socialistas. |  | Utilizado por partidos de izquierda y socialistas en todo el mundo para representar su compromiso con el cambio. |

Fuente: Elaboración Propia, 2024.

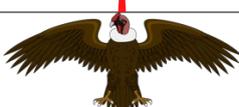
Nota: Agradecimientos de imagen a Freepik y Shutterstock

Pese a las definiciones y postulados de las líneas anteriores, es imperante reconocer que la interpretación de los símbolos políticos puede variar de acuerdo con las configuraciones culturales y los periodos históricos. Por ejemplo, el color rojo puede simbolizar el socialismo y la revolución en un contexto, pero a la vez puede representar la prosperidad, el sol y la suerte en otro entorno cultural. Sobre el uso de animales y elementos de representación, se exponen asociaciones diversas en función de los relatos nacionales. Para comprender en detalle el desarrollo de los conceptos, a continuación, se ejemplifica un análisis de los símbolos políticos y su significado (tabla 4)

Tabla 4. Ejemplos de Símbolos por Países

| País | Símbolo Nacional | Imagen | Significado/Interpretación |
|----------------------------------|------------------------------|---|--|
| Estados Unidos de América | Águila Calva |  | Ésta representa verdad, fuerza, valor, sabiduría, poder y libertad. Ha sido usada durante más de 240 años y también es símbolo de la ley de especies amenazadas. |
| | Oso (Histórico) |  | Es un símbolo totémico y de alto valor mitológico, destacan en él las cualidades, como su fuerza y astucia. |
| Rusia | Águila bicéfala (Oficial) |  | Sus cabezas miran hacia lo infinito del pasado y del futuro, lo que significa que el presente es una línea de contacto eternidades. |

| País | Símbolo Nacional | Imagen | Significado/Interpretación |
|-------------|--|--------|---|
| China | Dragón | | Poder espiritual supremo. Poder terrenal y celestial a la vez. Simboliza el conocimiento y la fuerza, la benevolencia. |
| Reino Unido | León | | Simboliza fuerza y coraje |
| | Bandera (Unión Jack) | | Combinación de las cruces de Inglaterra, de Escocia y de Irlanda. Santos Patronos de cada territorio. |
| Francia | Gallo Galo | | Distinción nacional que evoca habitante de Galia y fuerza en la Revolución Francesa. Se asume como una representación común de los franceses, asociado con la iglesia (campanarios) |
| | Emblema Nacional No Oficial | | Cabeza de león y otra de águila. Incluye un monograma de la República Francesa ("RF"). Ramas de roble y olivo. |
| Alemania | Águila Negra o Águila Federal | | Inspirado en los símbolos germánicos, representa desde la edad media, hasta las repúblicas. Representa buena fortuna y bienestar |
| Japón | Sol Naciente | | Kyokujitsu-ki. Significa donde nace el sol y se asocia comúnmente con el nacionalismo, militarismo e imperialismo japonés |
| | Sol Naciente (Variación) | | |
| India | Tigre de Bengala | | Imponencia y Majestuosidad. Animal sagrado que se asocia a las deidades del hinduismo |
| | Flor de Loto | | Ashtamangala del budismo. Representa creación, renovación cósmica, pureza y superación. Se asocia comúnmente con la capacidad humana de superación y virtuosidad |
| Brasil | Cruz del Sur (símbolo dentro de bandera) | | Representó durante mucho tiempo una Orden Nacional, en honor a una constelación. Hoy en día representa un gesto de gratitud del pueblo brasileiro. |
| México | Águila Dorada | | Es considerada como un símbolo celeste, representa la encarnación del sol y del fuego. También se asocia con la fuerza y el carácter guerrero. |

| País | Símbolo Nacional | Imagen | Significado/Interpretación |
|-----------|----------------------|---|---|
| Argentina | Sol de Mayo |  | Representa un sol de guerra y al dios inca Inti. Es asociado a la revolución y evoca el nacimiento de una nueva nación. |
| Sudáfrica | Springbok (Antílope) |  | También conocida como la Gacela Saltarina. Es el animal nacional. |
| Canadá | Hoja de Arce |  | Hace referencia a la flora típica del país. En el común de la gente representa orgullo, valentía y lealtad |
| Colombia | Cóndor Andino |  | Simboliza libertad. En algunas culturas andinas representa espiritualidad y poder. |
| España | Toro |  | Es asociado al nacionalismo español y representa la tenacidad y la valentía. |

Fuente: Elaboración Propia, 2024.

Nota: Agradecimientos de imagen a Klipartz, iStock y Shutterstock

4.2 Arquetipos de personalidad en la política

4.2.1 Descripción de los principales arquetipos de personalidad relevantes para la política

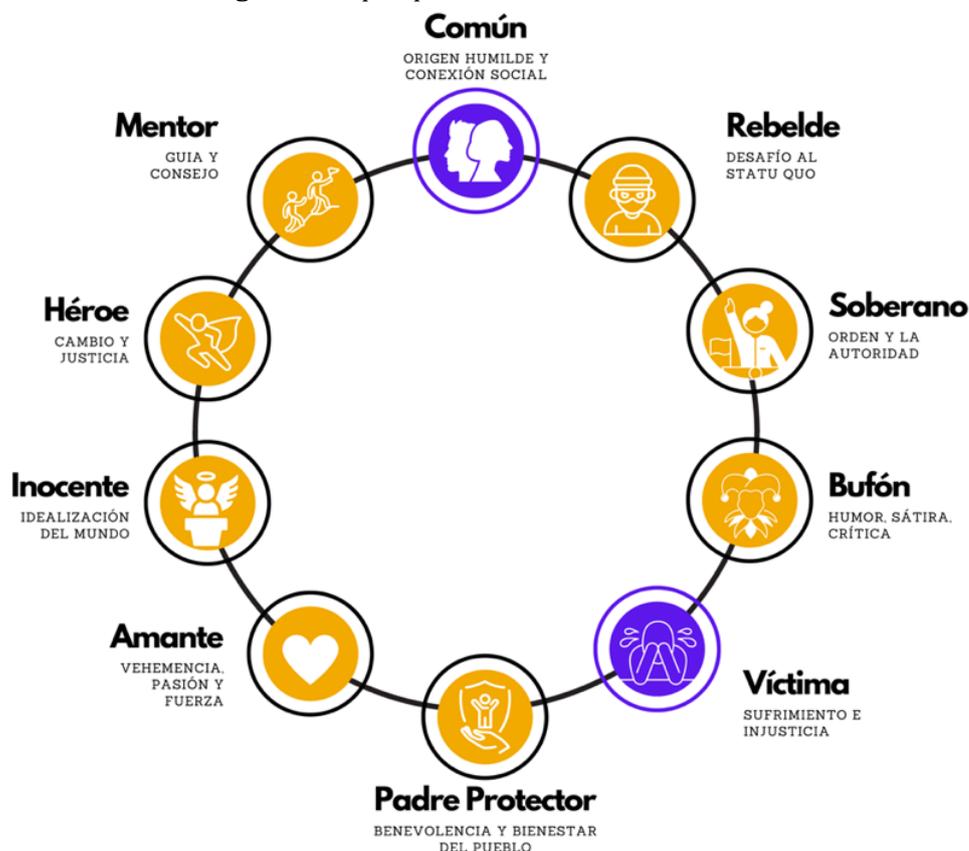
La representación simbólica se materializa casi siempre con arquetipos de personalidad, que proporcionan un marco poderoso para conectar con sus electores. Los políticos, conscientes de los arquetipos que encarnan, adaptan eficazmente sus estrategias de comunicación y sus narrativas políticas cuyo fin es que resuenen con las expectativas y valores del electorado. La construcción de estas narrativas y el uso de los arquetipos en clave de historicidad han sido usados en periodos electorales y son particularmente evidentes en acontecimientos históricos. A menudo utilizan imágenes arquetípicas, en las que un acontecimiento se convierte en criterio para otros, creando una comprensión simbólica que resuena en el público (Kuzminski, 1986).

Es así como históricamente se han aprovechado los arquetipos para evocar respuestas emocionales y crear imágenes en el electorado y la generación del sentimiento público. El despliegue estratégico de símbolos y signos en los procesos electorales puede rastrearse por casos históricos en que las imágenes y la construcción de narrativas han sido fundamentales en la transmisión y amplificación de mensajes; incluso se han usado para sostenimiento de ideologías. Por ejemplo, el uso de papeles posrevolucionarios de figuras como Fidel Castro, muestra cómo por medio de los métodos semióticos pueden decodificarse las narrativas en torno a líderes políticos (Payne, 2017). Lo mismo sucede con el replanteamiento de figuras políticas asociadas a los procesos de «descubrimiento de América», por ejemplo: Madoc, Cristóbal Colón y otros.

Hemos de reconocer que la política está atravesada por diversos intereses y actores; lo que hace que los arquetipos también sean usados por actores que «no identifiquemos» como líderes políticos. En el 2018 se evidenció la utilización de representaciones en la comunicación política en el caso Assange Vs Zuckerberg que sirvió como testimonio de la potente construcción del liderazgo social (Blanco-Gracia, 2018). Este ejemplo evidencia como el uso de los arquetipos atraviesa las esferas sociales y en ella configuran discursos de adherencia, filiación y rechazo. De hecho, a menudo los líderes políticos los encarnan vívidamente y los aprovechan, 8 de ellos con mayor frecuencia; sin embargo, se ha innovado y han emergido dos más (figura 8) y se han configurado fusiones.

Tal es el uso de los arquetipos que, se han usado en casi todos los procesos electorales a nivel global. Una de las fusiones más recientes es el arquetipo del «hombre corriente», una persona común que representa las clases medias y que defiende la seguridad y la equidad como símbolos de estabilidad.

Figura 8. Arquetipos de Personalidad en Política



Fuente: Elaboración Propia, 2024

En coherencia con lo anterior, la situación de encarnamiento de los arquetipos por parte de las figuras políticas no suele ser exclusiva, es decir, que se encarna uno o varios de estos a la vez, ya sea conscientemente mediante su estrategia e imagen pública, la construcción de su marca y filiación política o inconscientemente mediante sus acciones, narrativas y su retórica. Lo anterior en adición a la inclusión de símbolos patrióticos en las campañas de marketing que sirven para reafirmar las premisas de identidad nacional y generar conexiones con los intereses del electorado.

El simbolismo puede ir desde las barras y estrellas hasta el uso de documentos históricos como la constitución de un país como telón de fondo durante discursos y mítines políticos. Sin embargo, el simbolismo en política va más allá de las tácticas de campaña, al convertirse en emblemas de una compleja historia de tradiciones y tejidos históricos. Del mismo modo, en contextos contemporáneos, luchas simbólicas como las del sector LGBT que han puesto de relieve el poder de los símbolos como medio de protesta y como marcador de cambios sociales (Nunez, 2015), ejemplo de ello es el uso de la bandera arcoíris como símbolo de la diversidad.

La estrategia no solo presenta la política, sino que se centra en evocar narrativas y valores culturales compartidos y legitiman el mensaje trabajando en la percepción pública del líder y el mensaje. En la actualidad, la potencia de estos arquetipos y símbolos se amplifica, el enorme volumen de datos y facilidades en acceso a la información para los votantes se hace visible; y en la que simplificación y comprensión inmediata es imperante. A continuación, algunos ejemplos.

Tabla 5. Ejemplificación Tipo de Arquetipo y Relación con Líder Político

| Tipo de arquetipo | Líder Político |
|--------------------------|--|
| Héroe | Winston Churchill; Nelson Mandela; Margaret Thatcher; Vladimir Putin; John F. Kennedy, Bill Clinton; Emmanuel Macron; Donald Trump, Jair Bolsonaro; Rodrigo Duterte; Andrés Manuel López Obrador |
| Soberano | Reina Isabel II; Lee Kuan Yew; Luis XIV de Francia; Napoleón Bonapart; Xi Jinping; Narendra Modi: Perón |
| Rebelde | Che Guevara; Alexandria Ocasio-Cortez; Gustavo Petro; Hugo Chávez; Javier Milei |
| Sabio | Noam Chomsky; Angela Merkel; Juan Manuel Santos; Mahatma Gandhi |
| Común | Jimmy Carter; Lula da Silva; Xavier Bettel; Ana Brnabić; Javier Milei |
| Inocente | Barack Obama, Bernie Sanders; Abraham Lincoln; Jacinda Ardern; |
| Bufón | Mark Twain, Winston Churchill; Beppe Grillo. |
| Amante | Martin Luther King y MLK Jr; Nelson Mandela; Greta Thunberg |
| Víctima | Nelson Mandela; Aung San Suu Kyi; Malala Yousafzai; Francia Márquez |
| Protector/a | Juan Pablo II; Teresa de Calcuta, Princesa Diana o Michelle Obama; Nayib Bukele; Eva Perón |

Fuente: Elaboración Propia, 2024.

Es importante destacar que los arquetipos no son categorías fijas, sino que normalmente tienden a adaptarse y suelen combinarse. Estos arquetipos son por ende una recurrencia a figuras de la psique individual y colectiva, manifestadas en las historias, mitos, narrativas y discursos políticos que se basan en necesidades y cargas aspiracionales de origen psicológico.

4.3 Cultura Visual en las Redes Sociales

Problematizar la cultura visual, implica examinar el papel de los medios y artefactos visuales en la configuración de la cultura y la sociedad; por ende, los medios y las mediaciones presentes. Abarca el análisis de las imágenes, las tecnologías, los signos, significados, símbolos y prácticas visuales en clave de contextos y en clave de poder. El propósito de este tipo de problematización implica comprender como las representaciones visuales inciden en nuestra percepción e identidades y en la comprensión del mundo que habitamos. Mitchell (2009) explora la interacción entre visualidad, medios de comunicación y lenguaje; Mirzoeff (2016) en complemento aborda el análisis de los símbolos y el poder, en clave de autoridad; y Hall (2004) analiza la naturaleza de codificación y decodificación de los mensajes.

La cultura visual en conexión con las redes sociales digitales desempeña un papel fundamental en la difusión, amplificación, interpretación y repercusión de los símbolos y arquetipos de personalidad en la política. Las plataformas no son conductores de vehiculización de mensajes políticos, por el contrario, allí se negocian significados, significantes y se forman identidades. En consecuencia, podemos afirmar que la cultura visual en clave de redes sociales y los arquetipos políticos abarca la amplificación de alcance y frecuencia del mensaje y la interpretación y reinterpretación del compromiso emocional. Mas claramente la cultura visual y las redes sociales digitales son esenciales para comprender la dinámica moderna en los paisajes políticos.

Es por ello por lo que es normal ver como los líderes políticos usan con frecuencia estos medios con el fin acercarse cada vez más a sus electores. Líderes que con el uso de este poder y el desarrollo de conceptos amplifican y aumentan la visibilidad y el compromiso con sus causas (Raynauld y Lalancette, 2021). Este uso de símbolos, (imágenes, memes y vídeos) hoy esta normalizado en la configuración del discurso y de la imagen de los líderes políticos.

Algunas combinaciones entre símbolos y arquetipos potencian los mensajes. Por ejemplo, la rama de olivo y las flechas del sello de Estados Unidos de América se yuxtaponen, reflejando la disposición del país tanto para la paz como para la defensa. De hecho, este es un ejemplo de cómo los símbolos pueden encapsular ideologías y principios nacionales complejos. A razón de lo anterior se evidencia que los símbolos políticos no son solo elementos gráficos decorativos, sino que encierran significados y significantes, que influyen en la percepción y el compromiso público. Al aprovechar los conceptos, las emociones colectivas y las narrativas culturales, los símbolos construyen poder mediante la influencia en el electorado.

Por ejemplo, en tiempos de incertidumbre y caos, los arquetipos de Héroe, Soberano y Sabio son especialmente atractivos y aceptados, ofreciendo una narrativa política de superación de la adversidad o de restablecimiento del orden. Mientras que en los periodos de agitación, crisis y convulsión el atractivo es el arquetipo Rebelde, el Hombre Común, la Víctima y el Protector que se alinean con deseos y mareas de cambios sistémicos.

4.3.1. Efectos de estos arquetipos en la percepción pública y las narrativas políticas.

En clave de sistema, los arquetipos y los símbolos proporciona un marco sobre el que se construye una narrativa que permite a los electores determinar rápidamente el carácter y las intenciones del líder. Cuando se asocia a una figura política con un arquetipo como el «héroe» o el «hombre común», cualquier símbolo que adopte o con el que se le asocie está impregnado de las cualidades.

Por ejemplo, un político visto como un arquetipo «protector» puede utilizar la imagen de un escudo, que los votantes interpretarán fácilmente como un compromiso con la defensa y la seguridad; que además construya relatos que no sólo sean memorables, sino también emocionalmente potentes, garantizando que permanezcan en la mente de la población mucho después de la campaña (Jones, 2017). Hagamos *zoom* a algunos casos.

Tabla 6. Zoom a Casos Completos

| Líder | Antecedentes | Arquetipo | Análisis Arquetípico | Símbolos utilizados | Efectos |
|---------------------------|---|-----------|---|--|---|
| Franklin Roosevelt | Durante la Gran Depresión, Estados Unidos se enfrentó a una agitación económica sin precedentes. Roosevelt entró en este escenario con una promesa de esperanza, recuperación y cambio a través de sus políticas del Nuevo Trato. | Héroe | Tomando medidas audaces para rescatar a su país de la desesperación económica. Sus charlas junto a la chimenea y sus discursos públicos estaban llenos de visiones optimistas y un fuerte sentido del liderazgo, que resonaron con la necesidad del pueblo estadounidense de un salvador en aquellos tiempos difíciles. |  | La alineación de Roosevelt con el arquetipo del Héroe ayudó a conseguir un amplio apoyo para sus políticas y su liderazgo, contribuyendo a su elección para cuatro mandatos sin precedentes. Este arquetipo facilitó cambios significativos en la política social y económica estadounidense. |
| Margaret Thatcher | La primera mujer primera ministra del Reino Unido, llegó al poder en un momento en el que el Reino Unido se enfrentaba al declive económico y al malestar social. | Soberana | Thatcher adoptó el arquetipo, haciendo hincapié en un gobierno fuerte, la ley y el orden, y los principios de una economía de libre mercado. Su firme postura en estas cuestiones, unida a su estilo de liderazgo autoritario, reforzaron su imagen de fuerza poderosa y estabilizadora. |  | El personaje de la "Dama de Hierro" ayudó a Thatcher a aplicar reformas radicales y a afirmar la posición del Reino Unido. Su estilo de liderazgo y sus políticas dejaron un impacto duradero en la política y la sociedad británicas. |

| Líder | Antecedentes | Arquetipo | Análisis Arquetípico | Símbolos utilizados | Efectos |
|---------------------|---|------------------|--|--|---|
| Barack Obama | La presidencia de Barack Obama estuvo marcada por retos como la recesión económica y los conflictos internacionales. Su campaña, sin embargo, estuvo alimentada por temas de esperanza, cambio e inclusividad | Sabio | Obama representó a menudo el arquetipo del Sabio, apelando a la razón, la sabiduría y los mejores ángeles de nuestra naturaleza. Sus elocuentes discursos y su énfasis en la diplomacia, la educación y la reforma sanitaria pusieron de manifiesto su compromiso con el conocimiento y la ilustración como vías hacia el progreso. |  | Este posicionamiento arquetípico ayudó a Obama a cultivar una imagen de líder reflexivo, capaz de guiar a la nación a través de retos complejos con perspicacia e integridad. Su enfoque inspiró a una generación y facilitó logros políticos clave, como la reforma sanitaria y el acuerdo climático de París. |
| Eva Perón | Cariñosamente «Evita», sigue siendo una de las figuras más emblemáticas de la historia argentina. Desempeñó un papel crucial en la defensa de los derechos laborales y el sufragio femenino. | Madre Protectora | Encarnó el arquetipo de «La Madre», proporcionando cuidados, compasión y protección a los "descamisados", término utilizado para describir a los argentinos pobres y de clase trabajadora. Su fundación, la Fundación Eva Perón, prestaba servicios sanitarios, educativos y sociales, reforzando su imagen maternal. |  | Este arquetipo le aseguró un lugar en el corazón de la cultura política Argentina. Su legado sigue influyendo en la política argentina, demostrando el poder duradero de las imágenes arquetípicas a la hora de dar forma a las narrativas políticas y a la percepción pública. |
| Hugo Chávez | Presidente de Venezuela desde 1999 hasta su muerte en 2013. Fue un político y militar, a la vez una figura polarizadora conocida por su liderazgo carismático y sus políticas populistas. | El Rebelde | Se posicionó como un líder revolucionario que luchaba contra la desigualdad, el imperialismo y el grupo de poder. Su uso de una retórica vívida, combinada con políticas destinadas a redistribuir la riqueza y el poder, resonó entre muchos venezolanos que se sentían marginados por los sistemas político y económico en los años 90s. |  | Al encarnar el arquetipo cultivó una ferviente base de apoyo, transformando principalmente la política y la sociedad venezolanas. Su Revolución Bolivariana provocó el giro hacia el socialismo, y su legado sigue marcando la política venezolana. |

| Líder | Antecedentes | Arquetipo | Análisis Arquetípico | Símbolos utilizados | Efectos |
|------------------------------------|--|-------------------|---|--|--|
| Álvaro Uribe | <p>Presidente de Colombia entre 2002 y 2010, un periodo marcado por un intenso conflicto armado interno con grupos guerrilleros al margen de la ley. Fue el primer presidente reelecto en la historia de Colombia</p> | Protector | <p>Ejemplificó el arquetipo de «El Protector», priorizando la seguridad y la lucha contra el terrorismo y el narcotráfico. Su firme postura sobre la ley y el orden, encapsulada en la política de «Seguridad Democrática», tenía como objetivo salvaguardar a los ciudadanos colombianos y restaurar la estabilidad nacional. Luchó de manera frontal contra el narcotráfico</p> |  | <p>La encarnación del arquetipo le creó un importante apoyo público, lo que le permitió aplicar duras medidas de seguridad y negociar desde una posición de fuerza. Su estilo de liderazgo y sus políticas condujeron a un notable descenso de la violencia en cifras oficiales y los secuestros, consolidando su legado como líder que restableció la sensación de seguridad en Colombia.</p> |
| Andrés Manuel López Obrador | <p>Conocido como AMLO, se convirtió en presidente de México en 2018, prometiendo abordar la corrupción, reducir la desigualdad y transformar los sistemas político y económico del país.</p> | Héroe - Populista | <p>Representa el arquetipo «Héroe y El Populista», posicionándose como un campeón del pueblo contra la élite y las estructuras políticas tradicionales. Su retórica y sus políticas hacen hincapié en la justicia social, la redistribución económica y la soberanía nacional, apelando a los deseos generalizados de cambio y equidad.</p> |  | <p>Ha influido significativamente en la política mexicana, resonando con muchos ciudadanos desilusionados por años de corrupción y desigualdad. Su presidencia marca un giro hacia políticas más nacionalistas y centradas en lo social.</p> |
| Luis Ignacio Lula da Silva | <p>Conocido como Lula, fue presidente de Brasil de 2003 a 2010 y recientemente reelegido en 2022. Procedente de la clase trabajadora, el ascenso de Lula a la presidencia estuvo marcado por su enfoque en el bienestar social y los derechos laborales.</p> | Común | <p>Encarna el arquetipo del «hombre común», conectando con el público a través de sus orígenes humildes y su estilo de liderazgo empático. Sus políticas, incluido el programa Bolsa Familia, tenían como objetivo reducir la pobreza y la desigualdad, demostrando su compromiso con el bienestar de todos los brasileños, especialmente de los más vulnerables.</p> |  | <p>El atractivo de Lula tuvo un impacto significativo en la política brasileña, fomentando un sentido de inclusión y esperanza entre la población. Su capacidad para relacionarse con el brasileño medio y aplicar políticas que respondieran a sus necesidades propició mejoras sociales sustanciales y lo convirtió en uno de los líderes más populares de la historia de Brasil.</p> |

| Líder | Antecedentes | Arquetipo | Análisis Arquetípico | Símbolos utilizados | Efectos |
|--|---|---|---|--|--|
| Pacto Histórico Alianza entre Gustavo Petro y Francia Márquez | <p>Es una Coalición política en Colombia, liderada por Gustavo Petro y Francia Márquez</p> <p>Petro, inicio su carrera política desde su época de antiguo miembro de la guerrilla del M-19, pasando por su mandato como alcalde de Bogotá y su posterior presidencia</p> <p>Márquez inicio su carrera como activista, lideresa y se desempeñó como empleada doméstica. El ascenso de la coalición, pero en especial el de Petro a la presidencia en 2021 marcó un momento histórico para Colombia, al ser el primer presidente de izquierdas reciente del país.</p> | <p>Forajido Revolución y Protectora Común</p> | <p>Petro encarna el arquetipo del «Revolucionario», una figura que busca una profunda transformación de la sociedad y desafía el statu quo.</p> <p>Sus antecedentes como antiguo guerrillero, sus críticas abiertas a los sistemas políticos y económicos tradicionales</p> <p>Márquez por su parte representa el acceso democrático al poder y representa los intereses de varios grupos poblacionales</p> <p>#LosNadies, haciendo alusión a olvidados por el Estado.</p> <p>El uso que hacen juntos de la narrativa y el simbolismo, incluido su énfasis en la paz, la equidad social y la sostenibilidad medioambiental,</p> |  | <p>La alineación de Petro y Márquez con los arquetipos Revolucionario y Protectora ha tenido un impacto significativo en la política colombiana, señalando un cambio hacia políticas más progresistas, benefactoras</p> <p>Su elección refleja una tendencia regional más amplia de cambio político y subraya el poderoso papel de la imagería arquetípica a la hora de resonar con los deseos de transformación de los votantes.</p> <p>La presidencia de también pone de relieve los retos asociados a la encarnación de los arquetipos, como sortear la oposición de intereses arraigados, el paternalismo y gestionar las grandes expectativas de sus partidarios.</p> |
| Javier Milei | <p>Presidente electo de Argentina</p> | <p>Rebelde Populista</p> | <p>Se caracteriza por desafiar el statu quo, romper con las convenciones y luchar contra sistemas o creencias percibidos como opresivos o corruptos.</p> |  | <p>Sugiere un cambio significativo en el panorama político de argentina. Su capacidad para movilizar a una base de seguidores activa y comprometida no solo desafía a los partidos establecidos y un cambio radical</p> |

Fuente: Elaboración Propia, 2024.

Nota: Agradecimientos de imagen a Shutterstock, Alamy, Secretaría de Cultura de la Nación Argentina, Tiempo 21, Revista Semana, Klipardz, Governo Federal do Brasil, Brands Of The Worlds y Javiermilei.com

Pese a lo anterior, el uso de símbolos universales provoca respuestas, también emocionales (tabla 7). Estos contraargumentos sugieren que los arquetipos pueden ser demasiado simplistas y manipuladores. El uso de los arquetipos para reforzar estereotipos y prejuicios, también son susceptibles de reinterpretación, estas expresiones comúnmente elaboradas en formato meme, busca contrarrestar la amplificación del mensaje y gestionar un entendimiento rápido basado en la cultura y el contexto social.

Tabla 7. Ejemplos de Respuestas Emocionales

| Arquetipo | Meme |
|------------------|--|
| Héroe y Soberano |  |
| Madre Protectora |  |
| El Rebelde |  |

Arquetipo

Meme



Y recuerden amigos que pelearse con otra persona por defender a un político que ni siquiera te conoce, te convierte en un super idiota



Común

Cuando le preguntas a AMLO por el cambio que prometió



Arquetipo

Meme

Reinterpretaciones / Desencadenantes de Violencia Política



Fuente: Elaboración Propia, 2024.

Nota: Agradecimientos de imagen a Pinterest, Facebook, X, Instagram, MuseuDeMemes

La comunicación política comprende el poder del simbolismo para forjar una conexión profunda con los votantes, y a menudo aprovecha los arquetipos históricos para evocar un sentido de continuidad y valores compartidos. Por ejemplo, la figura heroica de «Fundadores» es un recurrente en la política estadounidense, que sirve como símbolo de identidad y orgullo nacional. Este arquetipo concuerda con el concepto de Weber del estadounidense ideal, una construcción que las figuras políticas que aspiran encarnar sus personajes públicos para evocar una sensación de confianza y estabilidad (McNamara, 2019).

De otra parte, el uso de sistemas de color en campañas políticas, como el mar de banderas carmesí en un mitin, afecta profundamente la psique colectiva de los simpatizantes. El color rojo, a menudo asociado con la pasión y la revolución, despierta emociones y refuerza la identidad del partido con un símbolo impactante referencial y resonante (Nunez, 2015). Justamente por medio de las asociaciones simbólicas se construyen con eficacia narrativas y relatos que trascienden al electorado, aprovechando las bases psicológicas y sociológicas compartidas. Esta interacción puede verse a través por medio del reconocimiento de partidos políticos como marcas [*branding político*].

Así se aprovecha el concepto de «apropiabilidad», que refiere a la asociación exclusiva de un símbolo o arquetipo concreto con una entidad política, lo que permite a las campañas diferenciarse y crear una identidad de marca distintiva (Sood, 2018). Mediante esta estrategia simbólica y narrativa, las campañas políticas comunican eficazmente su visión y sus propuestas, logrando un impacto duradero en la psique colectiva de los votantes (Villegas, 2023; Zahoor, 2021; Żerkowska-Balas et al., 2022). Este análisis subraya el poderoso papel de los arquetipos en la configuración del panorama político y la forma en que los líderes son percibidos y admirados por el público.

5. Conclusión

A partir de los resultados del análisis de los símbolos y arquetipos de personalidad en la política, se concluye que la política revela un entretejido complejo en condición situada. Entre los líderes políticos y los casos analizados se identificó que las narrativas construidas desde los arquetipos influyen como poderosas herramientas de comunicación política que permiten a las figuras políticas enganchar psicológicamente con las esperanzas, los temores y las aspiraciones del electorado, movilizando apoyos, legitimando agendas políticas e influyendo en la opinión pública.

Desde el Héroe hasta el Revolucionario, cada uno de los arquetipos encarna cualidades y narrativas específicas y diversas que dan forma al espíritu político. La importancia del análisis es la identificación de la resonancia narrativa y la filiación simbólica; legitimación. Este sistema sirve como herramienta de movilización electoral y evidencia una identidad política. Las imágenes y representaciones constituyen elementos prefigurativos e identitarios de la ideología, dando paso a imaginarios sociales colectivos. Este uso estratégico de signos y símbolos representan un cambio más amplio en las modalidades de comunicación política, tal y como señalan varias investigaciones (Jenzen et al. 2020; McGarry et al., 2019; Surdiadis & Eriyanto, 2018). De hecho, este uso de comunicación performativa es cada vez más utilizada.

En medios sociales digitales las expresiones se dan por medio de las imágenes, los símbolos, los memes y los vídeos, elementos centrales de la configuración del discurso político; efectivamente la proliferación de estas formas de narrativas políticas tiene mayor aceptación y alcance. Esta comunicación política visual, sin embargo, va más allá de la mera ilustración; implica el uso estratégico de elementos visuales para transmitir ideas y emociones complejas que resuenan en los espectadores (Farkas y Bene, 2020). El diseño intencionado sobre el *call to action* de estas ilustraciones facilitan la interacción entre la audiencia, el medio y el contenido, moldeando esencialmente las visiones sobre la agenda pública.

5.1. ¿Qué lecciones podemos aprender del uso histórico de símbolos y arquetipos?

El concepto de arquetipos es determinante en la psicología política, dado que al constituir patrones universales sirven de depósito de experiencias y sabiduría compartidas. En relación con la influencia en la percepción del ámbito político, el uso estratégico de símbolos y arquetipos son sin duda una herramienta narrativa que moldea cómo ven y conectan los votantes con un líder político. Por ejemplo, el arquetipo del líder carismático encarna la capacidad de inspirar y unificar a la gente en torno a una visión compartida, lo que puede resultar especialmente eficaz en tiempos de agitación social o cuando los votantes buscan una figura de esperanza y dirección; lo que hace que sus respuestas emocionales evoquen mensajes más memorables (Sotirova-Kohli et al., 2013; Villegas, 2023). De hecho, sirven como medio de comunicación y como conducto de significados profundos subconscientes, que resuenan en el electorado y que pueden desencadenar acciones colectivas.

5.2. ¿Cuál es el impacto psicológico del simbolismo político en el electorado?

Al utilizar símbolos en relación con los arquetipos se hace eco de verdades de la naturaleza humana y facilita la creación de personajes que se ajusten a las expectativas e ideales inconscientes del electorado. Esta influencia no es meramente superficial; los símbolos pueden desencadenar efectos de retroalimentación que refuerzan las narrativas culturales y afectan a la propia naturaleza del discurso social, las capas interpretativas y de respuesta del público a las imágenes políticas (Laponce, 1975; Poon, 2018). De cualquier modo, el abordaje debe ser ético, ya que las raíces culturales e históricas de los arquetipos exigen un enfoque sensible y respetuoso de su uso.

En consecuencia, la intersección entre la cultura visual y las narrativas políticas permiten explorar cómo los símbolos son utilizados para construir mensajes persuasivos y movilizar al electorado. El poder de estos símbolos radica en su capacidad de evocar emociones e ideas preexistentes en el imaginario colectivo. Adicional el uso de las plataformas digitales ofrece una capacidad de amplificación en la difusión de mensajes políticos. Ya sea a través de logotipos partidarios, imágenes emblemáticas o memes virales, estos elementos visuales pueden captar rápidamente la atención de los usuarios y catalizar discusiones. Finalmente, para seguir problematizando el ámbito del discurso político, las narrativas visuales son un medio fundamental a través del cual se representa y cuestiona el poder, por lo que aprovechar la potencia de los artefactos visuales en la política es una acción rápida y persuasiva.

6. Agradecimientos

Este artículo hace parte de los resultados de la investigación Comunicación y Participación Política en Brasil, México y Colombia, proyecto ganador de la convocatoria de Doctorado Nacional 909 del Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación de Colombia, para la Universidad de La Salle - Colombia

Referencias

- Blanco-Gracia, A. (2018). Assange vs Zuckerberg: Symbolic Construction of Contemporary Cultural Heroes. *Organization Studies*, 41(1), 31–51. <https://doi.org/10.1177/0170840618789203>
- Creswell, J. (2014). *Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. London [Diseño de la investigación. Enfoques cualitativos, cuantitativos y mixtos. Londres]. Londres. Sage.
- Eliasoph, N., y Lichterman, P. (2003). Cultura en la interacción1. *American Journal of Sociology*, 108, 735 - 794. <https://doi.org/10.1086/367920>.
- Farkas, X., & Bene, M. (2020). Images, Politicians, and social media: Patterns and effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on social media. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1), 119–142. <https://doi.org/10.1177/1940161220959553>
- Hall, S., (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, (9), 215-236.
- Jenzen, O., Erhart, I., Eslen-Ziya, H., Korkut, U., & McGarry, A. (2020). The symbol of social media in contemporary protest: Twitter and the Gezi Park movement. *Convergence*, 27(2), 414–437. <https://doi.org/10.1177/1354856520933747>
- Jones, M. D. (2017). *The power of archetypes: How to Use Universal Symbols to Understand Your Behavior and Reprogram Your Subconscious*. Red Wheel/Weiser.
- Jung, C. G. (2002). Los arquetipos y lo inconsciente colectivo.
- Keane, W. (2018). Sobre la ideología semiótica. *Signs and Society*, 6, 64 - 87. <https://doi.org/10.1086/695387>.
- Kozinets, R. V. (2019). Netnography. In *The International Encyclopedia of Anthropology*. John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118924396.wbiea2044>
- Kuzminski, A. (1986). Archetypes and paradigms: history, politics, and persons. *History and Theory*, 25(3), 225. <https://doi.org/10.2307/2505190>
- Laponce, J. A. (1975). Spatial archetypes and political perceptions. *American Political Science Review*, 69(1), 11–20. <https://doi.org/10.2307/1957881>
- McGarry, A., Erhart, I., Eslen-Ziya, H., Jenzen, O., & Korkut, U. (2019). The aesthetics of global protest. In *Amsterdam University Press eBooks*. <https://doi.org/10.5117/9789463724913>
- McNamara, J. (2019). 'Of the People': A brief anatomy of an archetypal nationalism. *Irish Journal of Sociology*, 27(1), 4–21. <https://doi.org/10.1177/0791603519827206>
- <https://doi.org/10.1017/9781108639606>
- Meltwater. (2023). Meltwater: inteligencia mediática, social y del consumidor.
- Mirzoeff, N. (2016). *How to See the World: An Introduction to Images, from Self-Portraits to Selfies, Maps to Movies, and More*. Basic Books.
- Mitchell, W. J. T. (2009). *Teoría de la imagen*. Ediciones AKAL.
- Nunez, A. (2015, July 3). *Why symbols shape political campaigns*. <https://www.linkedin.com/pulse/why-symbols-define-next-presidential-election-antonio-nunez-lopez/>
- Payne, M. E. (2017). The Post-Revolutionary Roles of Fidel Castro: A Semiotic Analysis of Cuban Political Posters, 1959-1988. All Theses and Dissertations. 6590. <https://scholarsarchive.byu.edu/etd/6590/>
- Poon, S. T. F. (2018). Symbolic Perception Transformation and Interpretation: the role and its impact on social narratives and social behaviours. *IAFOR Journal of the Social Sciences*, 3(1). <https://doi.org/10.22492/ijss.3.1.04>
- Raynauld, V., & Lalancette, M. (2021). Pictures, Filters, and Politics: Instagram's role in political image making and storytelling in Canada. *Visual Communication Quarterly*, 28(4), 212–226. <https://doi.org/10.1080/15551393.2021.1986827>
- Sood, A. (2018, March 8). *The elusive art of Political Branding*. <https://www.linkedin.com/pulse/elusive-art-political-branding-aakarsh-sood/>
- Sotirova-Kohli, M., Opwis, K., Roesler, C., Smith, S. M., Rosen, D., Vaid, J., & Djonov, V. (2013). Symbol/Meaning Paired-Associate recall: An "Archetypal memory" advantage? *Behavioral Sciences*, 3(4), 541–561. <https://doi.org/10.3390/bs3040541>
- Surdiasis, F., & Eriyanto, E. (2018). Narrative of politics in the era of social media: a multimodal analysis of President Joko Widodo's video blog. *E3S Web of Conferences*, 74, 10012. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20187410012>

- Unir, V. (2024, February 6). Los 12 arquetipos de personalidad de Jung. *UNIR*. <https://www.unir.net/salud/revista/arquetipos-personalidad/>
- Vara-Horna, Arístides. (2012). Desde la Idea hasta la sustentación: siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.1.2238.4080>
- Villegas, M. (2023, August 14). *The Jung archetypes in political marketing*. <https://www.linkedin.com/pulse/jung-archetypes-political-marketing-manuela-villegas-jaramillo/>
- Zahoor, D. (2021, December 8). *Politics and Semiotics: A study of Symbols, archetypes and representations in politics*. The Geopolitics. <https://thegeopolitics.com/politics-semiotics-a-study-of-symbols-archetypes-and-representations-in-politics/>
- Żerkowska-Balas, M., Lutostański, M. J., & Prochera, P. (2022). Archetypes of Polish political parties - Empirical analysis. *Journal of Political Marketing*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/15377857.2022.2040689>.