

Imagen e Identidad Política en América Latina

Proyecto de Investigación 11.4

Equipo de Investigación

Marina Mendoza por Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo
y el Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe IEALC Conicet,
Universidad de Buenos Aires (ARG), Mariano Dagatti por Conicet,
Universidad de Quilmes (ARG) y Paulo Carlos López López por
Universidad de Santiago de Compostela (ESP)

Línea de Investigación 11.

Arte y Comunicación: Innovación estética, medios, nuevos lenguajes

Resultados publicados en el [Cuaderno 112]

Cuaderno del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°112.
(2020/2021) Imagen e Identidad Política en América Latina. Coordinación Marina Mendoza, Mariano Dagatti y Paulo Carlos Lopez Lopez. Programa de Investigación de la Facultad de Diseño y Comunicación. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. ISSN: 1668-0227.

Los resultados de este Proyecto de Investigación fueron evaluados por **Fabián Bautista Saucedo** y su *Dictamen se transcribe a continuación:*

Síntesis de la Evaluación

Actualidad de la temática (Vigencia, Aplicación) / **Notable**
Nivel Alcanzado (Profundidad, Consistencia, Jerarquía) / **Notable**
Diversidad del enfoques (Pluralidad, Participación) / **Notable**
Calidad (Problemática, Análisis, Tratamiento) / **Notable**
Contribución al avance del Diseño (Fortaleza) / **Notable**

Fundamentos y Comentarios

La principal contribución de este Cuaderno de investigación es la pluralidad en el análisis de la imagen y comunicación política, lo cual permite dilucidar el devenir de estas disciplinas. Además, es una ventana al futuro de la vida pública de América Latina. Las diserta-

ciones se sustentan en modelos teóricos clásicos y contemporáneos de comunicación para analizar el ejercicio de las campañas políticas en los medios digitales. De este modo, los autores logran articular un marco conceptual sólido que les permite examinar la irrupción de nuevos actores en la comunicación política como youtubers, outsiders, memes.

Si se considera que la imagen política reside en la percepción y tiene como objetivo diseñar experiencias capaces de persuadir a la audiencia, es un acierto de este texto declarar a las redes sociales como edificadoras de comunidades lo cual permite a los ciudadanos participar en el acontecer político. Cada uno de los artículos coincide en la descripción de los medios de comunicación como herramientas políticas que ejercen presión en la tensión de fuerzas de la vida pública de cada país. Esto es de relevancia ya que las acciones de los medios logran modificar el ejercicio de gobierno, el sentir de los electores y en casos extremos, justificar acciones ilegales.

Se aporta también al declarar el poder de la imagen en su capacidad de persuasión en eventos rituales que aprovechan el nacionalismo para promover a un grupo político. La imagen política también puede ser erigida a través de debates políticos que como bien apunta este libro, son copias del formato estadounidense adaptadas a las peculiaridades de América Latina. Otro acierto de los autores es la argumentación desde diversos ángulos en torno a las estrategias para la construcción de la imagen pública de los políticos. Aquí el análisis del discurso permite al lector dilucidar las acciones de los personajes públicos para conocer sus intenciones que en ocasiones son veladas para el ciudadano. Esto, además de tributar a los estudios de la imagen y la comunicación, es un impulso de alto valor a la democracia de nuestros países al ampliar el criterio del análisis político lo cual deviene en electores mejor informados.

Además, es de trascendencia los variados casos de estudio que se exponen con lo cual el compendio de artículos retrata el juego político desde contextos divergentes con un contraste de interés al confrontar visiones opuestas que van de la izquierda a la derecha. Sólo se sugiere incluir en futuras investigaciones el caso de la elección presidencial en México, que dio a la izquierda la oportunidad de gobernar el país después de décadas de administraciones neoliberales. Este caso tiene interesantes aristas respecto al surgimiento de nuevos comunicadores millennials dedicados a la política desde las redes digitales en una sociedad en esencia, conservadora.

Es también de interés el análisis que se hace las estrategias de comunicación para la asunción de personajes alejados de la política que lograron las presidencias de países como El Salvador, Chile o Perú. Casos de estudio de relevancia que proponen miradas reflexivas en torno a los medios digitales y la audiencia millennial de nuestros países, factores que motivan un eje distinto en la manera de acceder y de ejercer el poder.