

Construcción de la imagen política como celebridad: Análisis de treinta y tres fotografías de Wanda Vázquez Garced durante su gestión como gobernante en el escenario mediático.

Orville J. Agrón Nieves

Sometido a la Escuela de Comunicación de la Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras en cumplimiento parcial de los requisitos para obtener el grado de Maestría en Artes de la Comunicación con concentración en Periodismo.

MAYO 2021

---

Eliseo R. Colón Zayas, PhD.  
Mentor

©2021  
Orville J Agrón Nieves  
Derechos reservados

## **Agradecimientos**

Este trabajo no hubiera sido posible sin la aportación de varias personas que colaboraron a que se pudiera concluir. En primer lugar, quiero agradecer a la vida y a la familia por estar aquí en este mundo. Tengo un inmenso agradecimiento a mi mentor, el Dr. Eliseo Colón Zayas, quien fue persistente en todo momento para motivarme a realizar este trabajo y creyó en mí y en la certeza de que podía realizarlo. De igual modo, agradezco a la facultad de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras quienes nos educaron y no nos abandonaron en este proceso de pandemia por la Covid-19. Deseo dejar sus nombres aquí en evidencia de este agradecimiento: Dr. Mario Roche Morales; Dr. Rubén Ramírez Sánchez; Dra. Ramaris Albert Trinidad; Dr. Israel Rodríguez Sánchez; y como mencioné antes, al Dr. Colón Zayas. De otra parte, quedo en gratitud de todas las oportunidades que me ofrecieron las personas que conforma nuestra Escuela de Comunicación, las dos experiencias profesionales que me ofrecieron bajo el programa de Programa de experiencias académicas formativas (PEAF) del Decanato de Estudios Graduados e Investigación. Estas experiencias formativas me permitieron desarrollarme como estudiante periodista en el departamento de noticias, Hoy en las Noticias, de Radio Universidad de Puerto Rico, de igual manera, la tutela como asistente del Dr. Colón Zayas me equiparó de herramientas investigativas en la especialidad de la Comunicación.

Dedico este trabajo a la memoria de mi abuelo Abraham Agrón Perea, quien partió del mundo físico en los días que realizaba esta investigación. Agradezco a toda mi familia por confiar en que podía ser el primer miembro del hogar en cursar estudios superiores a nivel graduado. Se lo dedico a mi madre, Iris Raquel Nieves Ruiz, quien me mostró el amor incondicional, y también a los lectores.

## Resumen

En este trabajo se analiza la representatividad de la figura política, exgobernadora de Puerto Rico, Lcda. Wanda Vazquez Garced en el contexto de la esfera celebridad. Se han tomado en cuenta los trabajos de los académicos Jhon Street en *Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation* y el trabajo colaborativo de las doctorandas Ekaterina Kalinina, Liudmila Voronova en *Fashionized politics and politicized fashion: Convergence of Gender, Politics and Fashion*. De estos trabajos se utilizaron los conceptos *Celebrity Politicians* y *Fashionized politics* para hacer una lectura de la representación de Vazquez desde estas dos dimensiones del discurso contemporáneo sobre la esfera política y celebridad, mediante el análisis de 33 imágenes. Luego del análisis de las imágenes, bajo los conceptos antes mencionados, se encontró que Wanda Vázquez Garced cumplió con los elementos de representatividad que la ubican en la intersección político-celebridad y representa el primer caso con estas características en el escenario político de Puerto Rico.

*Palabras clave:* celebrity politicians, fashionized politics, politicized fashion, Wanda Vázquez Garced

## Índice

|      |   |    |
|------|---|----|
| I.   | Introducción  | 6  |
|      | A. Exposición del tema y Justificación                | 6  |
|      | B. Objetivo y Preguntas de Investigación              | 8  |
|      | C. Figura política de Wanda Vázquez Garced            | 9  |
| II.  | Revisión de Literatura y Marco Teórico                | 16 |
|      | A. Imagen Mediática de los políticos                  | 16 |
|      | B. John Street y el político como celebridad          | 18 |
|      | C. Política a la moda ( <i>Fashionized Politics</i> ) | 23 |
| III. | Metodología   | 29 |
| IV.  | Análisis y Hallazgos                                  | 34 |
| V.   | Conclusión  | 43 |
| VI.  | Referencias   | 46 |

## **Capítulo 1**

## **I. Introducción**

### **A. Exposición del tema y Justificación**

El escenario mediático actual constituye una nueva forma de abordar el fenómeno de la comunicación política y constituye un terreno fértil para investigar los roles de las figuras que protagonizan ese escenario. De estos resaltan las figuras políticas que no se les conoce por su gestión en el servicio público, sino por su imagen de marca política de celebridad. Este trabajo analiza la imagen mediática de Wanda Vázquez Garced, gobernadora por ley de sucesión en Puerto Rico luego de la renuncia del gobernador Ricardo Rosselló en agosto de 2019. Para dirigir esta investigación, utilizamos la categoría del *celebrity politicians* tal y como lo elabora John Street en *Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation*.

Se analizaron 33 fotografías de Wanda Vázquez Garced recuperadas de las versiones digitales de los periódicos La Perla del Sur, Noticel, El Vocero, Primera Hora y la revista Magacín publicada por El Nuevo Día, que ayudaron a construir su imagen como celebridad. Específicamente se trabajó las fotografías que capturaron momentos en que se presentaba al país en su gestión como gobernante. Street (2004) describe dos instancias de la exposición del político celebridad en el escenario mediático. Street define la primera como el político célebre y es el político tradicional que se involucra en el mundo de la cultura mediática para mejorar o promover sus funciones, y que llamaremos CP1. La segunda instancia es la celebridad política, CP2, y es la figura del mundo de la farándula que utiliza su posición para inmiscuirse en temas políticos; se presenta como la voz del pueblo para llegar al poder. Para propósitos de esta investigación nos circunscribimos al político celebridad (CP1). Por otro lado, Kalinina & Voronova (2012, p.174) señalan que las desigualdades de género en la discusión política hacen posible que se presenten a las mujeres de forma que se pueda traducir en su vestimenta cuan desarrollado puede estar un

país: “female politicians should be the ‘best’ possible representatives of the country’s people, which is, in its turn, reflected in the way they look”.

La utilización de estrategias del mundo del espectáculo para la construcción de la imagen del político tiene sus antecedentes en las campañas políticas en Puerto Rico. La campaña política de 1992 representó un momento importante en la utilización de estas estrategias mediáticas. Fue la campaña política del Dr. Pedro Rosselló<sup>1</sup> la que abre este tipo de campaña-espectáculo mediático en el espacio político puertorriqueño. Por ejemplo, uno de los anuncios publicitarios mostró al candidato practicando jogging en unos pantalones cortos, algo novel en el discurso político de la isla. Ya en 1996, durante su segunda campaña política, Pedro Rosselló se apoderó del baile que acompañaba a la canción del grupo español Los del Río, Macarena, hit musical en español que se convirtió en éxito global durante aquella época (Miserachi, 2016), y lo convirtió en tema musical de su campaña.

Por otro lado, la campaña electoral de Sila M. Calderón en el año 2000 fue una donde la atención mediática hizo hincapié en la imagen de la candidata. Calderón se convirtió en la primera mujer en Puerto Rico en ocupar la silla de la gobernación, fue así como la dimensión del género se resaltó y condujo a otro aspecto importante de la representación espectacular del político, la vestimenta. Sila M. Calderón se apoderó del discurso de la cultura popular para apelar a sus seguidores con el estribillo de uso continuo en Puerto Rico: “¡Mira que linda!”. Desde un contexto político, con el estribillo la candidata marcaba su diferencia de género en un escenario como el político considerado como un espacio hipermasculino (Dinnie C., D., Meena, A., Lalvani, S., Zainab Akbar, S. & Siddharth, D., 2020). La candidata al cargo político adopta una

---

<sup>1</sup> Recomiendo la lectura de la tesis de Fredy A. Oropeza Herrera La política-espectáculo en Puerto Rico durante la campaña electoral de 2004 del candidato Pedro Rosselló.



imagen menos rígida y propia de las celebridades que le permite competir y ser aceptada por la audiencia.

## **B. Objetivo y Pregunta de Investigación**

La conclusión del trabajo de Kalinina & Voronova (2012) recoge el aspecto de género y moda en las figuras políticas femeninas; los códigos de vestimenta en la política y la consideración de los valores y aspectos culturales:

Fashionized politics implies that the sphere of politics is influenced and determined by the rules of publicity; politicians themselves become some kind of “commodities” and a part of celebrity industry. As for politicized fashion, this side of the process implies, that fashion becomes enriched with political messages and complies with the rules of political game. Thus, it is essential to remember about the importance of political codes in fashion and fashionable codes in politics, which can be read differently by audiences as expectations of the public and the media vary in different political regimes as well as cultural and historical circumstances. Basically, in this light fashion should be understood as a medium for political communication and a broader sphere, of Which communication is just a part, and politics as a new arena for fashion, which, probably, can be united under one umbrella term: “polifashion”.

El recurso de la moda y el vestido como parte de la estrategia política de una mujer que aspire a un cargo político apunta a lo que Street (2004) señala en su discusión acerca del político como celebridad. En *Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation*, Street (2004) propone dos categorías del político celebridad: (CP1) el político legítimamente elegido o que aspira a serlo, que se relaciona con el mundo de la cultura mediática para mejorar o promover sus funciones y objetivos políticos preestablecidos; el (CP2) se refiere a una figura del mundo del

espectáculo que se pronuncia sobre política y comienza a querer ser visto como la voz del pueblo y representante de las causas justas. Consideramos que el estudio de la gestión del político como celebridad es de suma importancia una vez que, como muestra Street (2004) en ambas instancias, CP1 y CP2, los políticos como celebridades fragmentan la democracia al colocar en segundo plano las ideas y las propuestas.

A través del análisis de 33 fotografías de Wanda Vázquez Garced recuperadas de las versiones digitales de los periódicos La Perla del Sur, Noticel, El Vocero, Primera Hora y la revista Magacín publicada por El Nuevo Día respondimos a la siguiente interrogante:

1. ¿Responde la representación política de Wanda Vázquez Garced a la categoría del político como celebridad elaborada por John Street (2004)?
2. ¿Responde la utilización del vestido en la representación política de una aspirante mujer a un cargo político a la categoría de política a la moda (*fashionized politics*) elaborada por Kalinina & Voronova (2012)?

### **C. Figura política de Wanda Vázquez Garced**

Wanda Vázquez Garced tomó posesión como gobernadora de Puerto Rico el 7 de agosto de 2019 en medio de un escándalo político que culminó con la renuncia del gobernador en propiedad Ricardo Rosselló González, y luego de una decisión del tribunal supremo de Puerto Rico que dejó sin efecto la oportuna toma de posesión del Lcdo. Pedro Pierluisi Urrutia. La Lcda. Vázquez Garced, quien ocupaba la silla de secretaria de Justicia, llegó a la gobernación por una ley constitucional que establece el orden de sucesión en caso de no haber gobernador (Serrano, 2021).

Al no ser electa mediante sufragio, Vázquez Garced no necesitó de campaña política en ese momento y en su primer mensaje televisado diría que no era política. Su imagen mediática se comenzó a construir desde ese momento y quiso distanciarse del imaginario formal de un político

en su ejercicio de gobernar. No obstante, su representación dio un giro cuando en noviembre de 2019 apareció una fotografía suya modelando un traje del diseñador puertorriqueño Harry Robles. Según argumenta Colón Zayas (2020): “los primeros 100 días fueron una caracterización de una imagen a lo Cleopatra y a lo María Antonieta que culminó con la regia fotografía luciendo en la Fortaleza el traje verde del diseñador Harry Robles”. Ese traje se convirtió en una imagen de tendencia mediática replicada en memes y redes sociales. El preámbulo del traje verde en la sala de los espejos fueron las capturas de lugares emblemáticos de la casa del gobernador de turno, La Fortaleza o El Castillo de Santa Catalina. “Los puertorriqueños estamos fascinados por las veces que hemos visto desde agosto de 2019 los espejos, cuadros, mobiliario, en fin, el lujo de los salones de La Fortaleza”, apuntó Colón Zayas, (2020). Luego del revuelo por el traje verde de la gobernadora, la imagen de Vázquez tomó auge en plataformas de memes y redes sociales, esto supone ya un cambio de percepción en la audiencia y un distante reconocimiento mediático a la ausencia de la sólida figura de un gobernante.

El mandato de Vázquez duró solo un año y medio (Telemundo PR, 2021), un periodo suficiente para que ocurrieran dos eventos inesperados que retaron la capacidad del gobernante en cómo enfrentar una emergencia e implementar la política pública. En la madrugada del 7 de enero de 2019 el país se estremeció ante el terremoto más fuerte en más de 100 años (BBC, 2020). Este fenómeno de la naturaleza causó, además de las secuelas emocionales en el pueblo, la destrucción de infraestructura del país y paralizó las telecomunicaciones y servicios como la energía eléctrica. A un año de este suceso, las estructuras afectadas en la zona sur del país evidencian este acontecimiento telúrico (Rivera, 2021), a su vez, es una muestra de la falta de atención gubernamental.

Más tarde, el mundo entero fue trastocado por lo que eventualmente pasó a ser la pandemia del coronavirus, la covid-19. El primer caso del virus llegó a Puerto Rico por una

turista italiana a bordo del crucero Costa Luminosa que desembarcó en San Juan el 8 de marzo de 2020, se estimó que el 40 % de los pasajeros de la embarcación había bajado a hacer actividades turísticas en Puerto Rico (Metro Puerto Rico, 2020). No había un protocolo gubernamental sanitario en ese momento, al mismo nivel de la potencial epidemia en la isla, pese a que en varias partes del mundo la enfermedad azotaba con fuerza.

El mandato de Vazquez estuvo lleno de irregularidades, escándalos y decisiones desacertadas en la gestión de gobernar, no solamente atendiendo las dos emergencias mencionadas, analistas políticos coinciden en que “según la gobernadora ha tenido sus aciertos, también ha provocado que al pasar de los meses su imagen se haya deteriorado y su credibilidad sea cuestionada” (Rosario, 2020). Los gobiernos siempre van a estar expuestos a la rendición de cuentas en los sistemas democráticos y podríamos coincidir en que no se podría hablar de gobiernos perfectos. Lo particular durante la gobernanza de Vázquez fue como se intercalaba el desfase en la pronta atención de los asuntos serios de gobernanza y ejecutoria, con la representación de la figura política, distante a lo que se acostumbraba; los vestidos, las telas importadas, las mascarillas perfectamente coordinadas con los vestidos y los mensajes en esas mascarillas a modo de símbolos.

En la misma dirección, la mandataria imitó a otras figuras de la política, como lo fue presentarse en el mensaje de estado de situación con un traje prácticamente idéntico al que llevara la presidenta de Eslovaquia Zuzana Caputova, un vestido color lavanda semientallado al cuerpo con una hilera de botones en la parte superior izquierda (Santiago, 2020). En esa ocasión, la gobernadora combinó su mascarilla, para detener los contagios por la pandemia del coronavirus, con el color del vestido. “Cabe destacar que Caputova fue de las primeras figuras reconocidas que combinó sus máscaras con los atuendos que llevaba” (Santiago, 2020). Ese vestido no pasó desapercibido en esta ponencia de estado:

Lo que llamó la atención a muchos fashionistas y también a los expertos en el tema de la moda no fue precisamente el color del traje seleccionado por la gobernadora, sino su estilo, muy similar al que llevara Zuzana Caputova, presidenta de Eslovaquia, el pasado mes de marzo durante la juramentación del primer ministro Igor Matovic. (Santiago, 2020)

En el mensaje de estado de situación del país, el vestido se convirtió en el centro de atención, dejando a un lado el contenido del mensaje. Desde el punto de vista de la moda y la representación política, en el caso de Wanda Vázquez el vestido resultó ser un desacierto. Esta es la postura de expertos en moda como Joseph Da’Ponte:

“Creo que lo que hubo fue desconocimiento al momento de seleccionar el atuendo que llevaba los botones y hasta un ‘pin’ en el lado izquierdo. En el caso de la presidenta de Eslovaquia, ella es parte del partido liberal de izquierda, Progresivne Slovensko, y era de esperar que llevara botones y cualquier tipo de accesorio en el lado izquierdo. Sin embargo, la gobernadora Wanda Vázquez, aunque puede vestirse como guste, en eventos oficiales, debe seguir normas de vestimenta, tomando en cuenta de que dirige un país democrático y que lo que utilice, debe ir en el lado derecho”, opina Da’Ponte, único historiador especializado en el tema de moda en Puerto Rico. (Santiago, 2020)

Considerando estas formas de presentarse previamente, la representación de Wanda Vázquez como gobernadora constituye una figura de interés para el campo de la comunicación. De ser la principal figura política de un país, Vázquez comenzó a representarse como una figura de moda y reemplazó los espacios tradicionales en donde se ejecuta el poder político; en esta dimensión ya poco se le podría reconocer como una representación de un jefe de estado y su imagen, difusa en términos formales de representación política, se acercaba más a la dimensión celebridad.

Wanda Vázquez marca un momento particular que se puede mirar desde el fenómeno de *celebrity politicians*, esto sin ignorar los antecedentes como el del Dr. Pedro Rosselló González o el de Sila M. Calderón. No obstante, los antecedentes no cargaron en todo su mandato el atributo de celebridad, se observó principalmente en momentos de campaña política a la elección o reelección. En contraste, en el caso de Vázquez Garced, se podría considerar como una constante predominante en su mandato. Tanto los antecedentes como el caso de Vázquez utilizaron el espacio mediático para enlazar con elementos de la cultura popular, propiamente en la actualidad, cultura mediática. Al culminar su periodo de mandato y luego de haber perdido las primarias para su sorpresiva candidatura a la gobernación, que tuvo como contrincante por el Partido Nuevo Progresista al actual gobernador Pedro Pierluisi, Vázquez se despidió el domingo 3 de enero de 2021 de La Fortaleza mostrando una foto sentada en las escalinatas de uno de los elegantes salones de la mansión ejecutiva.

La Lcda. Wanda Vázquez Garced continúa presente dentro de la cultura mediática, recientemente ha dado recomendaciones al actual gobernador, el Lcdo. Pedro Pierluisi Urrutia, sobre como atender la pandemia: “el gobernador Pedro Pierluisi sabe que puede contar conmigo y lo voy a apoyar en sus decisiones” (Telenoticias, 2021, 2:06). Sus comunicaciones las hace desde la plataforma de Twitter<sup>2</sup> y en medios de comunicación metropolitanos<sup>3</sup> en el país. Por otro lado,

---

<sup>2</sup> Durante el mes de abril de 2021, luego del periodo de las vacaciones de primavera o Semana Santa, la isla experimentó un aumento en contagios por la covid-19, así como un mayor numero de hospitalizaciones. Durante ese tiempo, la Lcda. Wanda Vázquez Garced ha dado un paso a la discusión pública sobre cómo enfrentar la mas reciente ola de contagios desde su cuenta de Twitter indicando: “RECORDATORIO en breve comienza el TOQUE DE QUEDA, por los tuyos quédate en casa y si estás fuera regresa a tiempo, aún estamos en la emergencia del COVID 19. Usa mascarilla, distanciamiento físico, evita el aglomeramiento y vacúnate! <http://protegetevacunate.com> Cumplamos la orden!” (Vázquez, 2021).

<sup>3</sup> Posteriormente, Vázquez apareció en entrevista en un noticiero atendiendo el mismo tema (ver <https://www.telemundopr.com/noticias/local-decision/wanda-vazquez-dice-que-hubiese-sido-mas-conservadora-con-la-orden-ejecutiva-previo-a-semana-santa/2201282/> ).

permanece como un personaje en un programa de comedia de la televisión nacional en Puerto Rico.

## **Capítulo 2**



## **II. Marco Teórico**

La insistencia de los políticos en representarse de forma que podría confundirse y perderse entre la multitud ha sido objeto de estudio como muestra la literatura sobre el tema. En esta sección resumimos las propuestas principales de las maneras en que los políticos se presentan al público como imagen mediática en su proceso de comunicar. Además, presentamos el trabajo de John Street que sirvió de marco conceptual para el estudio.

### **A. Imagen Mediática de los políticos, lecturas claves**

Es correcto preguntarse si el mundo material tiene significado o de donde proviene la significación. Ciertamente, el mundo exterior tiene significado en un proceso de comunicación entre el mundo y los sentidos por donde recibimos la información, bien sea a modo de texto, sonido o imágenes. En el contexto más simple, representar es el uso del lenguaje e imágenes para crear significado del mundo que nos rodea y más precisamente, un sistema de representación creado para dar significado a ese mundo sea este sistema escritura, habla o imágenes (Sturken & Cartwright, 2009, pp. 12-13). Por lo que establecemos que la imagen sola es suficiente para representar el significado del mundo material o físico.

En el escenario mediático actual, dominado en gran medida por las redes sociales, la imagen está cobrando más fuerza en el proceso de comunicar. Por ejemplo, los memes o los *Graphics Interchange Format* (GIF), usan menos texto y más imagen. Pudiésemos pensar que la audiencia contemporánea está prestando más atención a la imagen, tomando en cuenta que habitamos mundo hiperconectado y cada vez más personas en el mundo se convierten en usuarios de los servicios de internet y equipos para visualizar la información (Roser, Ritchie & Ortiz-Ospina, 2015).

Una de las principales estrategias de los políticos cuando van a exponer su candidatura es la plataforma mediática de la televisión, tradicionalmente se paga a modo de anuncio para

exponer la imagen del candidato. Se elabora la imagen del político para que sea transmisible en un anuncio de televisión escogiendo las palabras y las imágenes más adecuadas para exponer al candidato:

In the United States, the mod political campaigns "language of politics" has become synonym with television, the vocabulary of which comprises carefully craft words and immaculately constructed images which take on great meaning and significance, often in place of substantial debate o policies (Biocca 1991, p. 4; see also Kaid 1999; Combs 1991, según citado en Prasetyawan, 2012).

Por otro lado, la imagen que se quiere proyectar de los políticos está dominada por los aspectos culturales y no se hace énfasis en las mismas imágenes o discursos de igual forma en cualquier parte del mundo; las particularidades culturales dominan el discurso. En Estados Unidos, por ejemplo, las campañas políticas presidenciales suelen prestar más atención a los asuntos económicos; en una dirección distinta, en las elecciones del 2009 en Indonesia, se encontró que se hacía énfasis en el carácter del candidato y en su amor por la nación (Prasetyawan, 2012, p. 311).

Los símbolos juegan un papel importante en la construcción representativa de los políticos, el análisis semiótico de la imagen de los políticos es clave para decodificar el mensaje. "Semiotics is a model of social sciences in understanding the world as a system of relations that have basic unit called a token" (Utamie, 2019, p. 13). El enfoque teórico de Charles Sanders Peirce hace referencia a la existencia del signo en la estructura del mensaje, una existencia en tanto y en cuanto ese signo sea interpretado. "In his interpretation, the elements that must exist in linking the sign to its object (induction, deduction and hypothetical form three types of interpreters are important). So that there can be a sign, the sign is to be interpreted" (Utamie, 2019, p. 13). Pero más allá de abordar discusiones categóricas sobre la semiótica, en este punto,

concierno subrayar, y de forma prioritaria, el elemento símbolo en la imagen mediática de los políticos como partícula instrumental para decodificar el mensaje. Entender por semiótica: “the study of signs (sign), object (referent), and the human mind (Morisan, 2010: 173, según citado en Utamie, 2019, p. 14)”.

### **B. John Street y el político como celebridad**

Es preciso comenzar entendiendo o definiendo el concepto celebridad. Al abordar ese tema, Marshall, hace la distinción de celebridad en el escenario mediático en cuanto a disfrutar de una presencia mayor y un alcance más amplio que el resto de la población. Más precisamente, indica Marshall, se les permite moverse en el escenario público mientras el resto de nosotros miramos (1997, ix, según citado en Street, 2004). Por otro lado, Darrel West y John Orman proponen cinco categorías de celebridad: aquellos que adquieren el estatus de celebridad por nacimiento; quienes están envueltos en un escándalo político; quienes pasan a la esfera de celebridad por su rol carismático; están los famosos no políticos que se mueven del mundo del espectáculo a la esfera política (West and Orman 2002, según citado en Street, 2004) . John Street confrontó estas categorías y propuso dos dimensiones del fenómeno, haciendo un vínculo entre cultura popular o cultura mediática y representación política:

By this I mean either those ‘famed non- políticos’—Sonny Bono or Jane Fonda—who move from careers in popular culture to politics, and those with careers in politics (‘políticos’) who make use of the artefacts, icons and expertise of popular culture. (Street, 2004, p. 437)

En *Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation* (Street, 2004) se definen las dos categorías del político celebridad: (CP1) el político legítimamente elegido o que aspira a serlo, que se relaciona con el mundo de la cultura mediática para mejorar o promover sus funciones y objetivos políticos preestablecidos; y el (CP2) se refiere a una figura del mundo del

espectáculo que se pronuncia sobre política y comienza a querer ser visto como la voz del pueblo y representante de las causas justas. En este trabajo, como se planteó anteriormente, nos estaríamos refiriendo a la primera categoría.

El CP1, a su vez, se puede capturar en varias instancias, John Street (2004) indica que una de estas es el uso de formas y asociaciones propias de una celebridad cuando el político se involucra en el mundo de la cultura mediática: “An elected politician or candidate who uses the forms and associations of the celebrity to enhance their image and communicate their message” (p. 437).

### **Formas para capturar al político celebre CP1**

1. Un político electo o candidato nominado que cuenta con experiencia en la esfera del entretenimiento, mundo del espectáculo o el deporte, y que utiliza esa experiencia para comercializar su imagen en el intento de ser elegido. Algunos ejemplos son Schwarzenegger, Ronald Reagan, Clint Eastwood, Jesse Ventura (el luchador profesional que se convirtió en gobernador de Minnesota) o el exatleta Sebastian Coe (Street, 2004, p. 437).
2. Un político electo o candidato que utiliza las formas y asociaciones de una celebridad para mejorar su imagen y comunicar su mensaje. Tales técnicas se observan en oportunidades fotográficas organizadas para vincular estrellas del entretenimiento con políticos, como Tony Blair posando con el equipo de fútbol de Inglaterra; Jim Davidson, Errol Brown y los Strawbs actuando en conferencias del partido Conservador; el canciller alemán, Gerhard Schroeder, en escenario junto a la banda de rock Scorpions; el primer ministro japonés, Junichiro Koizumi, cantando canciones de Elvis Presley con Tom Cruise (Street, 2004, p. 437). Una variante de esta captura, indica Street, es el uso de las estrellas en los anuncios de propaganda política. La segunda subdivisión del político que usa asociaciones

de celebridad es el uso de plataformas y formatos no tradicionales para promocionar al político, como, por ejemplo, Bill Clinton tocando el saxofón en el Arsenio Hall Show. En esta misma dirección, Street menciona los políticos que usan plataformas del mundo que se asocian al entretenimiento como lo son los programas de entrevistas o Talk Shows, por ejemplo, la Sra. Thatcher en Michael Aspel, Tony Blair en Des O'Connor, William Hague en Jeremy Clarkson). En esta categoría se puede mostrar como ejemplo la aparición de Tony Blair en un segmento del programa de entretenimiento Los Simpsons.

John Street consideró la crítica a la política de celebridades, particularmente en la dimensión de la representatividad, en otros términos, como la noción de representatividad es afectada por las categorías propuestas por Street. Franklin sostiene que esto se debe a que el político electo (CP1) empobrece la relación entre representante y representado al marginar cuestiones de fondo político en favor de gestos irrelevantes y apariencias superficiales (Franklin, 1994, según citado en Street, 2004). Por otro lado, esa misma crítica se le hace a la celebridad (CP2), por presentar cualidades irrelevantes y conocimientos superficiales que no justifican su pretensión de 'representar' (Street, 2004, p. 439).

Si bien la crítica anterior expone los papeles inversos entre política y celebridad, anteriormente en la literatura se había planteado esta preocupación, tal es la postura de Postman (1987, 4, según citado en Street, 2004, p. 439): "Our politics, religion, news, athletics, education and commerce have been transformed into congenial adjuncts of show business". En referencia a las figuras políticas, Postman planteó preocupación sobre el remplazo de los *cosméticos* por la ideología:

Appearances and images, according to Postman (1987, 4, 129), had come to dominate politics, so that 'we may have reached a point where cosmetics have replaced ideology as the field of expertise over which a politician must have competent control'. In such a

world, he continues (1987, 7), politics is diminished: ‘You cannot do political philosophy on television’. It is not, therefore, arguments that decide whether voters will support one candidate rather than another, but ‘style’; that is, ‘how they [the politicians] looked, fixed their gaze, smiled, and deliver one-liners’ (Postman 1987, 100).

(Street, 2004, p. 439)

En síntesis, ambas categorías del político célebre, según propuestas por John Street, representan un riesgo para la democracia en el desfase de la representatividad, de acuerdo con la crítica. Por su parte, West y Orman destacan la preocupación por que se quebrante el sistema de rendición de cuentas en la democracia participativa (West y Orman 2002, 113, según citado en Street, 2004, p. 440). Por tanto, en este renglón de la crítica, se concluye que el político (CP1) y la celebridad (CP2) afectan los principios de democracia participativa, ya sea porque privilegian el estilo y la apariencia sobre la sustancia, o porque marginan la experiencia relevante (Street, 2004, p. 440).

No obstante, la defensa de *celebrity politicians* considera los antecedentes históricos que se han contextualizado anteriormente. Desde el punto de vista del escenario contemporáneo actual, el fenómeno resultaría inevitable o necesario y tendría que verse en el contexto de una transformación de la comunicación política que ha dado espacio al culto a personalidad (Street, 2004, p. 441). Ese cambio en la comunicación política es atribuible al colapso de las estructuras sociales tradicionales, según afirma Paolo Mancini and David Swanson (1996):

[...] the breakdown of traditional social structures under the strains of modernisation [sic.] have created the need for a form of political communication in which new “symbolic realities” have to be created, containing “symbolic templates of heroes and villains, honored values and aspirations, histories, mythologies, and self-definition” (Mancini and Swanson 1996, 9). (Street, 2004, p. 441)

Estas realidades simbólicas en la comunicación política se verán reflejadas en las categorías de político célebre de John Street. Estas nuevas realidades se mueven en la comunicación política de celebridades bajo principios de publicidad y mercadeo. “The new styles of political communication are logical extensions of this reality. The advertisement (and the conventions of advertising) come to define political communication. Politicians become stars, politics becomes a series of spectacles and the citizens become spectators” (Street, 2004, p. 441).

Estas formas de consumo hacen que la política de celebridades sea una forma de marketing, entonces el político celebridad simplemente está haciendo uso de las técnicas de marketing, ya sea vendiéndose a sí mismos (CP1) o respaldando un producto en la forma de una política o un político (CP2). (Street, 2004, p. 441)

En *Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation*, John Street (2004) plantea los riesgos para la democracia y la representatividad que implicaría, por un lado, las figuras políticas que comienzan a aparecer en espacios propios de las celebridades o las celebridades que comienzan a pronunciarse sobre asuntos de políticos. Para ilustrar, Street (2004) resalta dos historias de primera plana que datan del 2003 que se publicaron en dos periódicos británicos, una de estas, mostraba al primer ministro de Reino Unido tocando la guitarra; la segunda historia anunciaba que las estrellas del pop británico habían "bombardeado" a Tony Blair por su política hacia Irak. Estos intercambios de papeles en el escenario mediático podrían estar sugiriendo el inicio del fenómeno de los *celebrity politician*. Por su parte, los académicos Darrell M. West y John Orman han presentado preocupaciones sobre el poder democrático, en un escenario como este.

If we don't take back the celebrity politician system, citizens might well face a political contest between a basket-ball player versus a football player, or a comedian versus rock star, or a movie star versus a television situation comedy star. Elections are a key vehicle

by which representative democracy takes place. Unless citizens receive proper information and candidates provide meaningful choices, it short-circuits the democratic procedures that all Americans value. We all deserve better choices than that [sic] currently provided in our regime based on celebrity politics (West and Orman 2002, 119, según citado en Street, 2004).

### **C. Política a la moda (*Fashionized Politics*)**

Da la impresión de que las esferas de moda y política no están tan distantes, como se suele pensar. A lo largo de la historia se puede evidenciar como se ha recurrido a la moda para transmitir ideas políticas. Según expone Lipovetsky (2020), se puede considerar como un punto de inicio de la moda en los últimos días del periodo de la Edad Media. Sin embargo, no la considera como una institución ligada a la política, para ese tiempo. A partir del siglo XIX, se puede observar como la vestimenta y el aspecto cobran valor comunicativo para expresar ideas políticas y sociales. Por ejemplo, la barba y el pelo largo ligado a los jóvenes bohemios y los poetas románticos. Ya para la década de 1960, podemos observar como elementos comunicativos los atuendos inconformistas de los jóvenes para expresar repudio al sistema (Lipovetsky, 2020).

A partir de esa misma década, 1960, es que la apariencia toma un rol protagónico en la forma de hacer política en Estados Unidos. Tenz (2017) relaciona este fenómeno, dentro de la política estadounidense, al triunfo de John F. Kennedy frente a Richard Nixon en las elecciones de 1960. Según indica, Kennedy ganó las elecciones en parte por lucir bronceado y confiado, mientras Nixon lucía pálido y débil debido a una reciente hospitalización. Por tanto, la apariencia es un elemento importante para el éxito de un político o un candidato en campaña, como vemos en el caso citado, le puede ganar al otro candidato no necesariamente por una batalla de ideas y propuestas en un debate político. Como veremos más adelante, los políticos utilizan la moda para comunicar en código de símbolos.



Las relaciones entre estas dos esferas de política y moda se atienden en la investigación académica contemporánea. No como esferas distantes, sino como un fenómeno interdependiente e inseparable (Young, 2011; Corner and Pels, 2003; Wrigley, 2002, según citado en Kalinina & Voronova, 2012). La contribución a esta discusión por Kalinina & Voronova (2012) es discutir el fenómeno bajo la intersección política, moda y género. Por lo que proponen los conceptos de *fashionized politics* and *politicized fashion*.

In order to make our contribution into understanding of the interconnection of these three fields, we would like to suggest the concepts of *fashionized politics* and *politicized fashion*, which, in our view, will allow for a deeper comprehension of the sphere and help both political and fashion scholars to conduct their analysis in the time, when borders between the fields have become ever more blurred, and meanings – difficult to be traced. (Kalinina & Voronova, 2012, p. 173-174)

El género toma importancia en esta discusión ya que históricamente las posiciones de poder han estado reservadas para figuras masculinas, en consecuencia, la representación también se da dentro de la frontera masculina, dicho de otro modo, precede una masculinización del entorno político de la representación, las mujeres por tanto tendrán que establecer un discurso de la feminización del espacio mediático de la política.

Then politics in this context was viewed as a sphere of abstract ideas, policies, and political agenda. As we have mentioned earlier, scholars argue that the angle to view and present the politics has shifted to discussion of details, appearances, and looks (Corner and Pels, 2003), and, in general, relate these tendencies of personalization, visualization,

glamourization etc. of politics to feminization of the sphere<sup>4</sup>. (Kalinina & Voronova, 2012, p. 175)

Cuando las mujeres entran a las posiciones de poder, como la figura de una gobernadora, enfrentan el imaginario masculino de representación política previamente validado. Kalinina & Voronova (2011) indican que las mujeres en la política se están convirtiendo en tendencias de moda, tanto en Occidente como en Asia, África y Europa del Este de Europa. Conscientes de que la desigualdad por género es un problema global, han identificado que la representación de las mujeres en esa coyuntura se utiliza como moneda de cambio para exponer en la representación cuán desarrollado esté el país (Kalinina & Voronova (2011).

Por tanto, *Fashionized politics* y *politicized fashion* son dos enfoques que se identifican en las fronteras entre medios de comunicación y política, esto para elaborar una discusión teórica sobre los encuentros entre moda y política en el escenario contemporáneo de la mediación. No pretenden ser categorías identificables en ejemplos específicos como sí ocurre con el *celebrity politician* de John Street y sus dos categorías, CP1 y CP2, que permiten identificar al político célebre de acuerdo a sus actuaciones en el escenario mediático, también propuestas por Street. Por otro lado, la propuesta de Kalinina & Voronova (2011) es en teoría una comprensión de la esfera moda-política: “The two concepts we are introducing in this paper – politicized fashion and fashionized politics, should not be understood as divided ontologically, but rather as analytical categories, allowing for complementary interpretation of convergence of fashion and politics” (Kalinina & Voronova, 2012, p. 178).

---

<sup>4</sup> Se recomienda consultar el libro *Media and the Restyling of Politics* de John Corner and Dick Pels en el que se discute que el futuro de la personalidad política es convertirse en celebridad. Corner, J. and Pels, D. (2003), *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism*. London: SAGE.

Anteriormente, se había mencionado cómo en el análisis contemporáneo de la mediación política dominan las reglas de la publicidad. Ese debate se retoma en la discusión sobre el concepto de *fashionized Politics* o política a la moda. No resulta esto de forma indirecta, los políticos a la moda están conscientes de las posibilidades que implica su representación. En la medida en que los políticos se desenvuelven en sus actuaciones o en sus campañas como piezas de mercado – piezas de publicidad –, la moda se convierte en una pieza de publicidad para ganar popularidad. Según Turner (2004/2009):

Fashionized politics also implies, that politicians, especially those, who are visible on the global media arena, become promoters of brands. Politicians today should be fashionable in order to become popular, and the more popular they become, the more lucrative designers' attention they get, as their publicity transforms into advertisement for specific brands and styles: politicians become some kind of "commodities" (Turner, 2004/2009, según citado en Kalinina & Voronova, 2012, p. 180).

Por otro lado, la dimensión de *politicized fashion* o moda politizada implica que la moda es vehículo para transmitir ideas políticas. Ante esta conclusión, el argumento de Barnard (2002/2009) establece que la moda es un sistema significativo que posibilita la construcción de identidades nacionales, políticas personales o grupales a través de la comunicación de signos, tales como accesorios, prendas, textos o imágenes (Barnard (2002/2009, según citado en Kalinina & Voronova, 2012). En el escenario político en Puerto Rico, la exalcaldesa de San Juan, Carmen Yulín Cruz Soto, utilizó en su ropa una camisa negra con la palabra *Nasty*, esto luego del paso del huracán María en 2017 y la respuesta de emergencia del presidente de EE.UU. en ese entonces, Donald Trump. Posteriormente, Cruz Soto se apoderó de esa estrategia de usar camisas, particularmente en fondo negro con algún mensaje (Noticel, 2019). En esa misma dirección, según el estudio que hemos estado comentado en esta sección, Madeline Albright, exembajadora

de EE.UU. ante las Naciones Unidas y exsecretaria de estado de EE.UU. (1997-2001), usaba los llamados broches de conversación. Un accesorio que llevaba en su chaqueta para comunicar su estado de ánimo: broche en forma de tortuga cuando las negociaciones iban lentas, un globo aerostático rojo o sol radiante para comunicar optimismo y una mariposa grande para significar el nacimiento de conversaciones de paz estancadas.

## **Capítulo 3**

### III. Metodología

Hemos procurado establecer un análisis metodológico desde las variables cualitativas que nos proveen los trabajos de Street (2004) y Kalinina & Voronova (2012) para analizar la imagen de la exgobernadora Wanda Vázquez Garced. Se recolectaron 33 imágenes publicadas en las versiones digitales de los periódicos La Perla del Sur, Noticel, El Vocero, Primera Hora y la revista Magacín publicada por El Nuevo Día. En las 33 imágenes se incluyeron cuatro memes relacionados a una fotografía de Wanda Vázquez en la playa, vistiendo un ligero traje de estampado negro y blanco y descalza, estas imágenes de memes se obtuvieron del portal digital El Calce. Para analizar estas imágenes se prepararon dos plantillas, una para atender la vestimenta de Wanda Vázquez, identificada como tabla 1; la segunda plantilla contempla las imágenes en las que la exgobernadora utilizó la mascarilla, identificada como tabla 2.

Ambas plantillas consisten en tres columnas principales para capturar las categorías de *Celebrity Politician (CP1)*, *Fashionized Politics* y evaluación del mensaje denotado y mensaje connotado. *Celebrity Politician (CP1)* es una de las dos categorías propuestas por John Street (2004) en su trabajo *Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation*, como se indicó anteriormente, estas categorías sirvieron de marco conceptual para esta investigación. En síntesis, el CP1 es el político de carrera o aspirante que se mueve a los espacios de celebridad. *Fashionized Politics* corresponde a una categoría ontológica propuesta por Ekaterina Kalinina y Liudmila Voronova (2012) en su investigación *Fashionized politics and politicized fashion: Convergence of Gender, Politics and Fashion*, discutida anteriormente. *Fashionized politics*, acompañada de *politicized fashion*, contempla el uso de la moda y elementos en la representación con significados, desde la intersección de la dimensión política-moda y género. La columna de la imagen y su significación se trabajó desde la propuesta de Roland Barthes en la Retórica de la imagen (1964). Se categorizaron de acuerdo con el mensaje, imagen connotada, que bien se

puede resumir en lo que aparece en la foto e imagen denotada, que implica lo que culturalmente sugiere. Por tanto, esta columna explorará la captura del mensaje denotado, cuando este signo esté presente. Es necesario advertir que en la fotografía hay una organización de los signos a priori de la representación. Según establece Barthes:

la relación entre significado y significante es casi tautológica; sin duda la fotografía involucra un cierto arreglo de la escena (encuadre, reducción, achatamiento o compresión de la perspectiva), pero este pasaje no es una transformación (en el modo en que una codificación o código puede serlo); aquí tenemos una pérdida de la equivalencia (propia de los verdaderos sistemas de signos) y posición de una cuasi-identidad. En otras palabras, el signo de este mensaje no proviene de un depósito institucional, no está codificado y nos encontramos así frente a la paradoja de un mensaje sin código. (Barthes, 1964, p. 129-130)

Otra dimensión del proceso de significación que se utilizó en la columna de mensaje connotado es que la política, como se mencionó anteriormente, intención de las campañas electorales en la televisión, tal y como un producto de publicidad. Sobre este particular, Barthes argumenta:

[...] En publicidad la significación de la imagen es sin duda intencional: lo que configura a priori los significados del mensaje publicitario son ciertos atributos del producto, y estos significados deben ser transmitidos con la mayor claridad posible; si la imagen contiene signos, estamos pues seguros que en publicidad esos signos están llenos, formados con vistas a la mejor lectura posible: la imagen publicitaria es franca, o, al menos, enfática. (Barthes, 1964, p. 127)

Es preciso señalar que no existe tal cosa como una imagen sin significado, por ejemplo, un lápiz, aun leyendo solo el objeto como una pieza de madera, carbón y goma, esos tres elementos también tienen un significado. Barthes indica que:

No se encuentra nunca (al menos en publicidad) una imagen literal en estado puro. Aun cuando fuera posible configurar una imagen enteramente “ingenua”, esta se uniría de inmediato al signo de la ingenuidad y se completaría con un tercer mensaje, simbólico. (Barthes, 1964, p. 133)

La dimensión cultural en la lectura de la imagen toma participación en lo que denota la imagen. Por ejemplo, tres instrumentos de música, el güiro, las maracas y los panderos en una imagen. Esta composición denota tres instrumentos acústicos de la música caribeña. Sin embargo, en esa imagen hay más que solo tres instrumentos musicales, quién esté relacionado a la cultura puertorriqueña, bien sabe que el mensaje que connota la imagen es fiestas navideñas. Por tanto, se consideró en la esfera semiótica, los elementos culturales presentes en la mediación. ¿Hasta qué punto los signos culturales se entrelazan desde la esfera celebridad? Se procuró en este punto dar una mirada a la semiótica propuesta por Umberto Eco y el aspecto cultural en la significación:

La propuesta está basada en la idea de que la cultura por entero es un fenómeno de significación y de comunicación, lo que tiene como principal consecuencia que humanidad y sociedad existan solo cuando se establecen relaciones de significación y procesos de comunicación, es decir, la semiótica cubre todo el ámbito cultural, por lo tanto, el conjunto de la vida social puede verse como un proceso semiótico o como un sistema de sistemas semióticos. (Vidales, 2011, p. 169)

Una tercera plantilla identificada como Tabla 3 Memes, incluye cuatro memes de una misma foto de la gobernadora. En esta tabla se busca identificar elementos de la *cultura*



*mediática*. El meme, según el Diccionario de la Lengua Española (DLE), de la Real Academia de la Lengua, define el meme como: “rasgo cultural o de conducta que se transmite por imitación de persona a persona o de generación en generación” o “imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet”. El origen etimológico de la palabra, según el DLE, implica lo siguiente: “del ingl. meme, palabra acuñada en 1976 por R. Dawkins, biólogo inglés, sobre el modelo de gene 'gen' y a partir del gr. μίμημα *mímēma* 'cosa que se imita'. A continuación, presentamos las plantillas que se utilizarán.

Tabla 1 Vestimenta

|            | <i>Celebrity Politician (CP1)</i> |           | Mensaje                              |  | <i>Fashionized Politics</i> |           |
|------------|-----------------------------------|-----------|--------------------------------------|--|-----------------------------|-----------|
|            | Cumple                            | No cumple | Denotado – lo que aparece en la foto | Connotado – lo que culturalmente sugiere | Cumple                      | No Cumple |
| Vestimenta |                                   |           |                                      |  |                             |           |
|            |                                   |           |                                      |  |                             |           |

Tabla 2 Mascarillas

|            | <i>Celebrity Politician (CP1)</i> |           | Mensaje                              |  | <i>Fashionized Politics</i> |           |
|------------|-----------------------------------|-----------|--------------------------------------|--|-----------------------------|-----------|
|            | Cumple                            | No cumple | Denotado – lo que aparece en la foto | Connotado – lo que culturalmente sugiere | Cumple                      | No Cumple |
| Vestimenta |                                   |           |                                      |  |                             |           |
|            |                                   |           |                                      |  |                             |           |

Tabla 3 Memes






| Meme | Cultura mediática |
|------|-------------------|
|      |                   |



## Capítulo 4

#### IV. Análisis y Hallazgos

En este capítulo de análisis y hallazgos comenzamos con la segmentación de las imágenes a partir de las categorías de análisis que conforman esta investigación. Primero presentamos la tabla correspondiente, seguido por el análisis de la información que cada plantilla arroja.

**Tabla 1 Vestimenta**

| Vestimenta  | <i>Celebrity Politician (CPI)</i> |           | Mensaje   |   | <i>Fashionized Politics</i> |           |
|---|-----------------------------------|-----------|---|---|-----------------------------|-----------|
|   | Cumple                            | No cumple | Denotado – lo que aparece en la foto  | Connotado – lo que culturalmente sugiere  | Cumple                      | No Cumple |
|    | X                                 |           | La gobernadora en su juramentación.   | Textura del traje y materialidad semitransparente contrasta con el tradicional y sobrio uniforme profesional. | X                           |           |
|  | X                                 |           | Traje verde en el salón de los espejos de la Fortaleza.   | Reinados, fiestas, desfiles de alfombra roja. Idea de princesa.   | X                           |           |
|  | X                                 |           | Traje verde junto a figuras de la farándula.  | Encuadre típico de una revista de estrellas.  | X                           |           |
|  | X                                 |           | Traje color lavanda similar al de Zuzana Caputova.  | Usar arreglos a la izquierda corresponde a gobiernos de ala izquierda.  | X                           |           |
|  | X                                 |           | Visita a la zona impactada por el terremoto, gobernadora junto a jefes de agencias gubernamentales. | La mano sobre el lado izquierdo del pecho indica pena e impotencia.   |                             | X         |

|   |   |  |  |   |   |  |
|---|---|--|--|---|---|--|
|  | X |  | Fiesta de los Tres Reyes Magos, mismo día del terremoto. Junto a Evelyn Vázquez. | Felicidad, idea de carruaje y realeza.  | X |  |
|  | X |  | Ultimo día de su mandato, gobernadora sonriente con fondo de fortaleza.          | Posición corporal transmite ideas de complacencia. La vestimenta no la identifica como figura de poder. | X |  |

n = 7

Las siete imágenes de la plantilla identificada como Tabla 1 Vestimenta representaron el 21.21 % de la muestra total de 33. En la columna de sí cumple o no cumple con la categoría *Celebrity Politician (CPI)*, se encontró que el 100 % de esta muestra presentó de forma clara el concepto de celebridad. Resultó muy difuso encontrar la figura formal de un jefe de estado en esta muestra, por lo que todas presentan elementos de celebridad, teniendo en cuenta que se está buscando la figura política de un sistema democrático. Por ejemplo, contrastamos con la figura de Su Majestad, la Reina Isabel II de la casa de Windsor y actual monarca del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte. La mandataria en esta monarquía parlamentaria, dentro de su representación con sombreros, accesorios y traje en diversos tonos de colores, es identificable como figura de estado. Su representación sigue estando del lado de figura política y en cualquier entorno, el uniforme adoptado, es el uniforme oficial. Esto no se observó en Wanda Vázquez Garced. Particularmente, el traje verde en la segunda fila de la tabla 1, que a pesar de que era para una gala, la forma de proyectarse, el corte del vestido y la cola la distancian de ser figura política tradicional. En la tercera imagen, se puede observar cómo se pierde entre las otras figuras que pertenecen a la esfera farándula.

En las demás imágenes se encontró ese mismo resultado, por ejemplo, en la cuarta y quinta imagen, que corresponden a un mismo día, en dos contextos diferentes, fue muy difícil encontrar la figura política. La camisa ligera, los pantalones y las sandalias blancas constituyen la representación popular de una figura femenina, en el contexto cultural de Puerto Rico, pero no de una figura como lo es la gobernadora.

En la columna de mensaje denotado y connotado se encontró que en cada representación estuvieron ausentes los signos para reconocerla como una figura política. En el 100 % de las muestras, se pudo encontrar algún mensaje connotado que no nos permite encontrar elementos de la sólida figura de jefa de estado. Por su parte, *Fashionized Politics*, como se mencionó en el capítulo III, apartado C, constituye una mirada ontológica del fenómeno y resulta difícil encontrar ejemplos específicos. Sin embargo, Ekaterina Kalinina y Liudmila Voronova presentaron en su trabajo como el juego de elementos de moda se utilizan para comunicar, lo que supone una intención a priori de cómo querer ser observada. Se encontró que el 85.71 % de la muestra de siete, en esta tabla, cumplieron con ese requisito. La quinta imagen no cumplió con ese requisito, considerando que la captura fue de un momento de emergencia, el día del terremoto y que paralelamente la gobernadora se tenía que presentar en la fiesta de los Tres Reyes Magos. Por tanto, no se pudo apreciar claramente si hubo una intención en representarse.

**Tabla 2 Mascarillas**

| Mascarillas   | Celebrity Politician (CPI) |           | Mensaje  |  | Fashionized Politics |           |
|---|----------------------------|-----------|--|--|----------------------|-----------|
|   | Cumple                     | No cumple | Denotado – lo que aparece en la foto   | Connotado – lo que culturalmente sugiere   | Cumple               | No Cumple |
|    | X                          |           | Cruz latina y palabra fe, en inglés. Contexto de la conferencia para extender el confinamiento o “toque de queda”. | En el contexto religioso, fe es la confianza en algo superior a la razón humana. | X                    |           |
|    | X                          |           |  |  | X                    |           |
|   | X                          |           |  |  | X                    |           |
|  | X                          |           |  |  | X                    |           |
|  | X                          |           |  |  | X                    |           |
|  | X                          |           |  |  | X                    |           |
|  | X                          |           |  |  | X                    |           |
|  | X                          |           | Sello del estado a ambos lados de la mascarilla.   | Identificar o relacionar a la institución gobierno.                              | X                    |           |

|   |   |  |  |  |   |   |
|---|---|--|--|--|---|---|
|    | X |  |  |  | X |   |
|    | X |  | Vestimenta de obrera de la construcción. Anuncia al municipio de Orocovis. | Acción de trabajo.   |   | X |
|    | X |  |  |  | X |   |
|    | X |  | Broche con el símbolo de la mujer maravilla, heroína de la casa DC Comics. | A la Mujer Maravilla se le conoce por Princesa Diana de Temiscira o Diosa de la Guerra. Superheroína empresaria. | X |   |
|  | X |  |  |  | X |   |
|  | X |  |  |  | X |   |
|  | X |  | Broche con el símbolo de la mujer maravilla, heroína de la casa DC Comics. | A la Mujer Maravilla se le conoce por Princesa Diana de Temiscira o Diosa de la Guerra. Superheroína empresaria. | X |   |
|  | X |  |  |  | X |   |

|   |   |  |  |  |   |  |
|---|---|--|--|--|---|--|
|    | X |  |  |  | X |  |
|    | X |  |  |  | X |  |
|    | X |  | Sello del estado a ambos lados de la mascarilla. | Necesidad de vincularse a las funciones de estado.   | X |  |
|    | X |  | Junto a la Comisionada Residente en Washington.  | Azul marino relaciona a realeza y blanco pureza. Azul es el color del partido político de ambas. | X |  |
|   | X |  | Logo del municipio de Guaynabo.                  | Vincular a funciones públicas.   | X |  |
|  | X |  | Junto a personal gubernamental.                  | Las demás personas usan la mascarilla quirúrgica o KN95, ella no.                                | X |  |


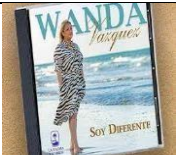


n = 22

La segunda plantilla, Tabla 2 Mascarillas recogió las categorías *Celebrity Politician (CP1)*, mensaje y *Fashionized Politics*. Consistió en una muestra de 22 imágenes, lo que representó el 66.67 % de la muestra total de 33. Nos enfocamos en la mascarilla y los elementos (signos) presentes en estas. Todas las mascarillas tenían alguna relación con la vestimenta o el contexto en que se utilizó. El 100% de las mascarillas en esta muestra pasaron a la dimensión celebridad (CP1), ninguna de estas fue una mascarilla genérica tipo quirúrgica o KN95, que son las recomendadas por autoridades sanitarias para evitar la transmisión del virus Covi-19. Fue evidente en todo momento una intención a representarse fuera del ambiente serio de una



emergencia como una pandemia que requiere que las figuras políticas sean ejemplo del discurso que establecen. Hubo una interrupción entre el mensaje que implica protegerse del coronavirus y el desfile carnavalesco con 22 mascarillas o cubre bocas. Al menos, en nueve de esta muestra se pudo identificar el mensaje connotado. De todos modos, no hubo una sola mascarilla genérica que no llevara otro tipo de mensaje que no sea el de protegerse, discurso que manejaba la mandataria simultáneamente. Sobresalieron elementos como sellos con el emblema oficial de gobierno, mensajes religiosos y signos como el de la Mujer Maravilla que se repitió, por lo menos, en dos ocasiones. En todas las mascarillas se pudo identificar la dimensión *Fashionized Politics*, que establece la intención de utilizar elementos de la moda para transmitir ideas.

**Tabla 3 Memes**

| Meme  | Cultura mediática |
|---|-------------------|
|  | X                 |
|  | X                 |
|  | X                 |
|  | X                 |

n = 4

La tercera tabla, identificada como Tabla 3 Memes observó cómo la imagen de Wanda Vázquez se movió a aspectos de la cultura mediática. Consistió en una muestra de 4 imágenes, para un 12.12 % de la muestra. Todas las imágenes corresponden a una sola foto de Vázquez, la imagen en la playa. Según el análisis, esa foto se replicó en varios memes, lo que infiere un reconocimiento de la audiencia de la dimensión político celebridad, ya en ese punto es totalmente ausente la figura política en una representación de una mujer con traje de verano en la playa, descalza y con manos a ambos lados del vestido. Es necesario aclarar que no fue una foto aleatoria que tomó algún fotoperiodista, fue la misma gobernadora quien la compartió en sus redes sociales. Podemos concluir en este análisis que hubo una intención en esa foto. Puedo sugerir, para futuros estudios sobre este tema, si hay intenciones de parte del político celebridad de que su representación se mueva en las plataformas de la cultura mediática, tales como memes o redes sociales; si hay un interés para que la imagen se vuelva *viral*. Por otro lado, en la categoría de memes, se puede inferir que el traje verde fue el principio y el traje en la playa el punto culminante de Wanda Vazquez como un caso de *Celebrity Politician*.

## Capítulo 5

## V. Conclusiones

Al final de este trabajo, me gustaría dejar algunas conclusiones generales. La figura de Wanda Vazquez Garced, durante su incumbencia como gobernadora, evidenció sus movidas a la esfera celebridad y fue capturada en su totalidad por la categoría de John Street (2004), *Celebrity Politician*. Luego de analizar los resultados de la investigación se concluye que Vázquez constituyó un caso para la construcción del político desde la presentación como celebridad. Si bien como varios estudios han mostrado la utilización del espectáculo y la espectacularidad han sido estrategias de la retórica publicitaria de candidatos a la gobernación desde comienzos de la década de 1990, nuestro análisis nos ha permitido concluir que Wanda Vázquez Garced es el primer caso identificado como político celebridad en el escenario político de Puerto Rico. Esto, dentro del debate contemporáneo sobre la esfera político-celebridad que proponen los trabajos de Street (2004) y Kalinina & Voronova (2012). El número alto de representaciones llevadas a cabo por Vázquez Garced en un tiempo relativamente corto fueron suficientes para identificarla como un caso de político celebridad. La utilización de una sala de cine por Wanda Vazquez Garced para informar de los primeros cambios del toque de queda durante la pandemia, en gran medida, simbolizó su actuación performativa de celebridad durante los meses que ejerció como gobernadora de derecho y no mediante sufragio. En esa misma dirección, el uso de estos espacios no tradicionales es consonó con las estrategias que utiliza el *Celebrity Politician* (CP1) para dar el paso a la dimensión celebridad, en la que se menciona el uso de plataformas mediáticas no tradicionales por parte de las figuras políticas.

Por otro lado, apoyándonos en la aportación de Kalinina & Voronova (2012), la noción *politicized fashion*, bajo la sombrilla de *polifashion*, está vinculada a las reglas de publicidad. Y existe una relación de la intersección moda-política con las marcas de diseñadores de moda que utilizan a las figuras políticas como una pieza más del mundo de las celebridades para exponer

sus productos. La lectura de la representación de Vázquez con ese artefacto para cubrir el rostro llevaban la marca del diseñador de moda Marcos Carrazana. El uso de la mascarilla estuvo enmarcado dentro de su vestimenta como un accesorio de moda, adecuándose al contexto de su actuación. En el análisis de las imágenes utilizadas en la investigación, se pudo constatar la insistencia en coordinar la mascarilla con su ropa y exponer esa marca. Esto nos lleva a una segunda conclusión, y es el movimiento de la mascarilla en la escena que le dio celebridad política. La gobernante utilizó la mascarilla como un elemento de comunicación política y jugaba cuidadosamente con su uso; en ocasiones la usaba durante la presentación en alguna ponencia, luego la quitaba, en otras ocasiones no cubría su boca y nariz, lo que obstaculizaba su mensaje de protegerse. Ese es el reclamo bajo el concepto de *politicized fashion*, utilizar la vestimenta, entiéndase la moda o accesorios, para construir una representatividad ceñida a la moda como estrategia política. A modo de conclusión, atando el discurso de John Street (2014) con el de Kalinina & Voronova (2012) coincidimos en que la exgobernadora Wanda Vazquez Garced cumplió con la lectura de la esfera política-moda que estos tres académicos han expuesto en sus respectivos trabajos.

## Capítulo 6

## Referencias

- Barthes, R. (1964). "Retórica de la imagen". En, *Comunicaciones*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Tiempo Contemporánea.
- Cardo, V. (2014). Celebrity politics and political representation: The case of George Galloway MP on celebrity big brother. *British Politics*, 9(2), 146-160.
- Dinnie Charles, D., Meena, A., Lalvani, S., Zainab Akbar, S. & Siddharth, D. (2020). Performing Gender, Doing Politics: Social Media and Women Election Workers in Kerala and Tamil Nadu. *Proceedings of the 2020 International Conference on Information and Communication Technologies and Development, ICTD 2020* (20), 1-11.
- Kalinina, E. & Voronova L. (2012). Fashionized politics and politicized fashion: Convergence of Gender, Politics and Fashion. En O. Sminorva (Ed), *Gender and Media* (pp.172-196). Moscú, Rusia: Faculty of Journalism Lomonosov Moscow State University
- Marshall, P.D. (2014). *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Street, J. (2004). Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation. *British journal of politics & international relations*, 6(4), 435-452.
- Street, J. (2012). Do Celebrity Politics and Celebrity Politicians Matter? *British Journal of Politics & International Relations*, 14(3), 346-356.
- Street, J. (2019). What is Donald Trump? Forms of 'Celebrity' in Celebrity Politics. *Political Studies Review*, 17(1), 3-13.
- Sturken, M., & Cartwright, L. (2001). *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford University Press.

Utamie, V. (2019). Political Advertising on Mass Media Construction. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 9(12), 11-30.

<http://dx.doi.org/10.29322/IJSRP.9.12.2019.p9603>

Vidales, C. (2011). *Semiótica y Teoría de la Comunicación* (T. II). Monterrey, N. L. México: CECYTE, N.L.-CAEIP.

### **Referencias artículos de periódicos**

BBC. (7 de enero de 2020). Terremoto en Puerto Rico: las impactantes imágenes de la destrucción causada por el peor sismo que sufre la isla en un siglo. *BBC News Mundo*.  
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51026064>

Colón Zayas, E.R. (11 de junio de 2020). Cleopatra y María Antonieta o Gobierno y Poder: Tiranía del estilo en La Fortaleza. *Metro*.  
<https://www.metro.pr/pr/blogs/2020/06/11/cleopatra-maria-antonieta-gobierno-poder-tirania-del-estilo-la-fortaleza.html>

Lipovetsky, G. (13 de marzo de 2020). La moda es política. *El País*.  
[https://elpais.com/elpais/2020/03/06/eps/1583518984\\_664484.html](https://elpais.com/elpais/2020/03/06/eps/1583518984_664484.html)

Miserachi, R. (13 de julio de 2016). Así fue como 'La Macarena' se volvió en el hit en español más global de la historia. *Univisión*. <https://www.univision.com/musica/canciones/asi-fue-como-la-macarena-se-volvio-en-el-hit-en-espanol-mas-global-de-la-historia>

Metro Puerto Rico. (8 de marzo de 2020). Gobierno notifica primer caso sospechoso de coronavirus en Puerto Rico. *Metro*.  
<https://www.metro.pr/pr/noticias/2020/03/08/gobierno-notifica-primer-caso-sospechoso-coronavirus-puerto-rico.html>



Noticel. (11 de noviembre de 2019 [actualizado en 13 de noviembre de 2020]). Pepito y el traje de Wanda Vázquez. *Noticel*. <https://www.noticel.com/article/20191113/pepito-y-el-traje-de-wanda-vazquez/>

Noticel. (18 de abril de 2017). Crucificaron al hijo del Mesías. *Noticel*. <https://www.noticel.com/en-blanco-y-negro-con-sandra/blogs/opiniones/20170419/crucificaron-al-hijo-del-mesias/>

Rodríguez Cotto, S.D. (10 de noviembre de 2019). Asalto a la democracia y perreo combativo. *En Blanco y Negro con Sandra*. <http://enblancoynegromedia.blogspot.com/2019/11/asalto-la-democracia-y-perreo-combativo.html>

Rosario, F. (6 de agosto de 2020). A un año del mandato de Wanda Vázquez, ¿ha ocurrido algún cambio?. *Primera Hora*. <https://www.primerahora.com/noticias/gobierno-politica/notas/a-un-ano-del-mandato-de-wanda-vazquez-ha-ocurrido-algun-cambio/>

Santiago, L.S. (21 de marzo de 2020). La mascarilla toma auge como objeto de moda y protección. *Magacín*. <https://www.magacin.com/moda/nota/la-mascarilla-toma-auge-como-objeto-de-moda-y-proteccion/>

Santiago, L.S. (19 de junio de 2020). Causa revuelo en las redes la vestimenta de la gobernadora Wanda Vázquez Garced. *Magacín*. <https://www.magacin.com/moda/nota/causa-revuelo-en-las-redes-la-vestimenta-de-la-gobernadora-wanda-vazquez-garced/>

Serrano, O.J. (2 de enero de 2021). Toma de posesión de gobernadores: una fiesta entre el optimismo y el autoengaño. *Noticel*. <https://www.noticel.com/gobierno/ahora/top-stories/20210102/toma-de-posesion-de-gobernadores-una-fiesta-entre-el-optimismo-y-el-autoengano/>

Telemundo PR. (3 de enero de 2021). Wanda Vázquez se despide tras año y medio de gobernación. *Telemundo PR*. <https://www.telemundopr.com/noticias/puerto-rico/wanda-vazquez-se-despide-tras-ano-y-medio-de-gobernacion/2167038/>

Tenz, C. (15 de septiembre de 2017). How politicians play with fashion. *Deutsche Welle (DW)*. <https://p.dw.com/p/2jsTG>

### **Referencias de periódicos con fotos**

CyberNews. (27 de agosto de 2020). Gobernadora dice espera por la Policía para implementar multas por el uso de mascarilla. *La Perla del Sur*. <https://www.periodicolaperla.com/gobernadora-dice-espera-por-la-policia-para-implementar-multas-por-el-uso-de-mascarilla/>

Sepúlveda, A. (20 de junio de 2020). Con tela desde Nueva York el vestido de la Gobernadora para su Mensaje de Estado. *Noticel*. <https://www.noticel.com/ahora/top-stories/vida/20200620/con-tela-desde-nueva-york-el-vestido-de-la-gobernadora-para-su-mensaje-de-estado/>

El Vocero [Carlos Rivera Giusti / EL VOCERO]. (21 de mayo de 2020). Gobernadora extiende toque de queda hasta el 15 de junio. *El Vocero*. [https://www.elvocero.com/gobierno/en-vivo-gobernadora-anuncia-nuevas-reglas-para-la-cuarentena/article\\_3511fb54-9b7d-11ea-958f-ef3dd4e066ab.html](https://www.elvocero.com/gobierno/en-vivo-gobernadora-anuncia-nuevas-reglas-para-la-cuarentena/article_3511fb54-9b7d-11ea-958f-ef3dd4e066ab.html)

El Vocero [Josian E. Bruno Gómez]. Wanda Vázquez juramenta como gobernadora de Puerto Rico. *El Vocero*. [https://www.elvocero.com/gobierno/wanda-v-zquez-juramenta-como-gobernadora-de-puerto-rico/article\\_7ab87580-b93c-11e9-bfeb-4f8376bcbbba9.html](https://www.elvocero.com/gobierno/wanda-v-zquez-juramenta-como-gobernadora-de-puerto-rico/article_7ab87580-b93c-11e9-bfeb-4f8376bcbbba9.html)

El Vocero. 3 de enero de 2021. Se despide Wanda Vázquez. *El Vocero*. [https://www.elvocero.com/gobierno/se-despide-wanda-v-zquez/article\\_3492ff6e-4dd6-11eb-91cf-73cbf50ac2d3.html](https://www.elvocero.com/gobierno/se-despide-wanda-v-zquez/article_3492ff6e-4dd6-11eb-91cf-73cbf50ac2d3.html)

Figuroa Rosa, B.J. (7 de enero de 2020). Gobernadora declara estado de emergencia tras terremotos. *Primera Hora*. <https://www.primerahora.com/noticias/gobierno-politica/notas/gobernadora-declara-estado-de-emergencia-tras-terremotos/>

Noticel. (14 de enero de 2020). A un mes de terremotos, así ha manejado el Gobierno la emergencia. *Noticel*. <https://www.noticel.com/la-calle/top-stories/gobierno/ahora/20200114/a-un-mes-de-terremotos-asi-ha-manejado-el-gobierno-la-emergencia/>

Pérez Méndez, O. (1 de octubre de 2019). Wanda Vazquez hace su primera compra con la rebaja al 7%. *Primera Hora*. <https://www.primerahora.com/noticias/gobierno-politica/notas/wanda-vazquez-hace-su-primera-compra-con-la-rebaja-al-7/>

Primera Hora. (17 de junio de 2020). Gobernadora propone asistencia a personas de 65 años o más para solicitar créditos contributivos reembolsables. *Primera Hora*. <https://www.primerahora.com/noticias/gobierno-politica/notas/gobernadora-propone-asistencia-a-personas-de-65-anos-o-mas-para-solicitar-creditos-contributivos-reembolsables/>

Primera Hora. (17 de junio de 2020). Gobernadora propone asistencia a personas de 65 años o más para solicitar créditos contributivos reembolsables. *Primera Hora*. <https://www.primerahora.com/noticias/gobierno-politica/notas/gobernadora-propone-asistencia-a-personas-de-65-anos-o-mas-para-solicitar-creditos-contributivos-reembolsables/>

Reyes, R. (9 de noviembre de 2019). De gala la Asociación de Productos de Puerto Rico. *Magacín*. <https://www.magacin.com/eventos/fotogaleria/de-gala-la-asociacion-de-productos-de-puerto-rico/#foto-5>

Santiago, L.S. (18 de abril de 2020). Crear una mascarilla para la gobernadora le cambia la rutina.

*Magacín*. <https://www.magacin.com/moda/nota/crear-una-mascarilla-para-gobernadora-le-cambia-la-rutina/>

Santiago, L.S. (19 de junio de 2020). Causa revuelo en las redes la vestimenta de la gobernadora

Wanda Vázquez Garced. *Magacín*. <https://www.magacin.com/moda/nota/causa-revuelo-en-las-redes-la-vestimenta-de-la-gobernadora-wanda-vazquez-garced/>

Santiago, L.S. (20 de junio de 2020).

### **Galería de fotos de Primera Hora**

Primera Hora. (22 de mayo de 2020). Las mascarillas de la gobernadora [[Galería de fotos](#)].

*Primera Hora*. <https://www.primerahora.com/noticias/puerto-rico/fotogalerias/las-mascarillas-de-la-gobernadora/#view>

### **Referencias contenido audiovisual y redes sociales**

CNN Español. (9 de agosto de 2019). Wanda Vázquez: "Nunca aspiré a un cargo político, es un deber que me impone la Constitución" [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=jckDEHIF8gE>

Historia Política. (n.d.). Cierre de campaña de Sila Calderón [Video]. YouTube.

[https://youtu.be/09v1\\_zFilPo](https://youtu.be/09v1_zFilPo)

Rivera, R. (7 de enero de 2021). Un año después del terremoto más poderoso en un siglo en Puerto Rico, algunas zonas siguen sin reconstruir [Video]. *CNN en Español*.

<https://cnnespanol.cnn.com/video/aniversario-terremoto-puerto-rico-mas-fuerte-ultimos-100-anos-edificios-destruidos-pkg-rafy-rivera/>

Serrano, O. J. [@OscarJSerrano2]. (9 de abril de 2021). *Esta semana me tocó atender 2*

*conferencias de prensa y el nivel de absurdo no discrimina entre municipio y compañía*

[Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/OscarJSerrano2/status/1380504754388893699?s=20>

Sewell, J. (n.d.). Pedro Rosselló 1992 El nuevo líder para el nuevo comienzo [Video]. YouTube.

<https://youtu.be/gyFLMcWFsfY?t=1>

Telenoticias. (11 de abril de 2021). *Wanda Vázquez dice que hubiese sido más conservadora con la Orden Ejecutiva previo a Semana Santa* [Video]. Telemundo PR.

<https://www.telemundopr.com/noticias/local-decision/wanda-vazquez-dice-que-hubiese-sido-mas-conservadora-con-la-orden-ejecutiva-previo-a-semana-santa/2201282/>

Vázquez, W. Lcda. [@wandavazquezg]. (19 de abril de 2021). *RECORDATORIO en breve comienza el TOQUE DE QUEDA, por los tuyos quédate en casa y si estás fuera regresa a* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/wandavazquezg/status/1384320129513705472?s=20>

Victoria Ciudadana. (2 de abril de 2021). [Emoji de la bandera de Puerto Rico] / *En la Asamblea Ciudadana Nacional, este 11 de abril, podrás elegir hasta 11 personas para ser delegados y delegadas* [Imagen adjunta]. Facebook.

<https://www.facebook.com/VictoriaPorPR/photos/a.2938408289510903/41441628056021>

06

### **Referencias páginas web**

Roser, M., Ritchie, H. & Ortiz-Ospina, E. (2015). *Internet*. Our World in Data.

<https://ourworldindata.org/internet>