



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, DERECHO Y
BIENESTAR**

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

**Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TEMA:

**LA MODA COMO LENGUAJE DE PERSUASIÓN EN LA POLÍTICA.
UNA PERSPECTIVA DESDE LA SEMIÓTICA DE PEIRCE**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Línea 1: Comunicación, opinión pública y democracia

AUTOR:

Luis Ricardo Franco Quijije

TUTOR:

Lcdo. Edgar Emiliano Bureau Grain, Mg

TEMA:

LA MODA COMO LENGUAJE DE PERSUASIÓN EN LA POLÍTICA. UNA
PERSPECTIVA DESDE LA SEMIÓTICA DE PEIRCE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, **LUIS RICARDO FRANCO QUIJIJE**, portador de la cédula de ciudadanía No. **131372469-0**, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: **“LA MODA COMO LENGUAJE DE PERSUASIÓN EN LA POLÍTICA. UNA PERSPECTIVA DESDE LA SEMIÓTICA DE PEIRCE”**, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



LUIS RICARDO FRANCO QUIJIJE

C.I. 131372469-0

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	CERTIFICADO DE TUTOR(A)	
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad **DE CIENCIAS SOCIALES, DERECHO Y BIENESTAR** de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación bajo la autoría del estudiante **FRANCO QUIJIE LUIS RICARDO**, legalmente matriculado en la carrera de COMUNICACIÓN, período académico 2025-2026(2), cumpliendo el total De 400 horas, bajo la opción de titulación de **ENSAYO ACADÉMICO**, cuyo tema es **"LA MODA COMO LENGUAJE DE PERSUASIÓN EN LA POLÍTICA. UNA PERSPECTIVA DESDE LA SEMIÓTICA DE PIERCE"**

Dicho trabajo ha sido desarrollado en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 19 de enero de 2026.

Lo certifico,


Lcdo. Edgar Emiliano Burau Grain Mg.
Docente Tutor

AGRADECIMIENTO

Este ensayo académico es una muestra de cariño, afecto y agradecimiento para las mujeres valientes, aguerridas y luchadoras de mi familia, quienes han guiado mi camino desde siempre.

A mi madre Cecilia del Rocío Franco Quijije, quien ante todo pronóstico y en una época complica afronto la vida y se convirtió en madre soltera.

Junto con el apoyo incondicional de María, Fátima y Carmen Franco Quijije mis admirables tías, sus sabios consejos me han acompañado en los momentos más especiales y memorables de mi vida.

Mi gratitud también es para quienes me han acogido y me han hecho sentir parte de su hogar Cecilia Macías y Sheyla, Nayesska, Sander Palma Macías.

Y para quien además de ser un gran amigo se convirtió también en mi tutor y me ayudo a poder alcanzar esta meta, muchas gracias Dr. José Bailón Mieles Mg. MSc.

A la familia elegida, los buenos amigos que de una u otra manera han estado allí en todo momento; "los Arquimochileros" (Pierre, Katty, Kevin, Belén, Carlos, Jeslyn, Magda, Doménica), "mis vidas" (Óscar Gaona y Hernán Espinales).

¡Gracias totales!

DEDICATORIA

El presente ensayo académico está dedicado al legado y a la memoria de quienes su paso por este mundo terrenal se apresuró, pero sus recuerdos seguirán vivos en nuestros corazones...

María Ernestina Quijije Chávez, mujer de carácter fuerte y noble corazón; el árbol genealógico la predestino a ser mi abuela, pero se convirtió en madre y padre quien me inculco el hábito del estudio y a sacar más de 20 en la escuela, además de buenos valores que me han servido y servirán para toda la vida.

Neptalí Palma Franco periodista de los buenos, habido para la escritura, ágil buscador de la noticia, con quien crecí y de quien aprendí que el conocimiento no mide clases sociales y que el saber está en los libros; pero sobre todo nunca se deja de aprender.

Dr. Fabricio Fernando Franco Franco, un ser ejemplar, gracioso, bromista y presto a ayudar siempre, compartimos muchas risas, juegos, legos y tareas escolares; siempre en busca de la excelencia, pero siempre con humildad, cualidades que admirare siempre.

Hasta volvernos a encontrar algún día...

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	8
Abstract	9
Introducción	10
Desarrollo temático	13
La semiótica: fundamentos generales.....	13
La semiótica de Charles Sanders Peirce.....	16
La moda como sistema cultural y comunicacional.....	18
La moda en la política y su relación desde la semiótica.....	21
La Dinámica Triádica del Poder: Íconos Políticos Contemporáneos a Través de la Semiótica Peirceana	23
Liderazgo en Europa: Configuraciones Visuales del Poder	24
Íconos del poder en Estados Unidos	25
Lecturas semióticas en Asia y Medio Oriente	26
Procesos de Significación del Poder en América Latina	27
Conclusiones	31
Referencias	33

Resumen

La moda se ha consolidado en la comunicación política contemporánea como un lenguaje visual que produce significado, orienta interpretaciones sociales y contribuye a la construcción de legitimidad pública. Este ensayo analiza cómo la indumentaria opera como dispositivo de persuasión política desde la semiótica de Peirce. A partir de una revisión teórica y un análisis interpretativo de la literatura académica y de íconos políticos contemporáneos, se examina cómo la indumentaria, bajo un sistema de signos, actúa antes y más allá del discurso verbal y se describe cómo prendas, colores y estilos funcionan de forma dinámica dándole sentido al contexto cultural y mediático. El análisis permite sostener que la coherencia estética, la reiteración visual y la articulación entre cuerpo, discurso e indumentaria estabilizan interpretantes sociales asociados a autoridad, cercanía y renovación.

Palabras clave: comunicación política, indumentaria, moda, Peirce, semiótica.

Abstract.

Fashion has consolidated in contemporary political communication as a visual language that produces meaning, guides social interpretations and contributes to the construction of public legitimacy. This essay analyzes how clothing works as a way of political persuasion through the perspective of Peircean semiotics. Based on a theoretical review, an interpretive analysis of academic literature and contemporary political icons, this study examines how clothing functions as a system of signs, acts before and beyond verbal discourse and it describes how garments, colors, and styles works dynamically to provide meaning within cultural and media contexts. The analysis maintains that aesthetic coherence, visual reiteration, and the articulation between the body, discourse, and clothing stabilize social interpretants associated with authority, proximity, and renewal.

Keywords: Political communication, Clothing, Fashion, Peirce, Semiotics

Introducción

La visión política en ciertos escenarios contemporáneos ha adquirido un protagonismo decisivo, en la medida en que la imagen de los líderes, lejos de constituir un simple recurso estético, se ha transformado en un mecanismo central para orientar interpretaciones sociales, moldear expectativas ciudadanas y consolidar narrativas de poder.

Es así como la vestimenta ocupa un lugar central en este proceso, pues opera como un sistema de signos que activa significados incluso antes de que el discurso verbal intervenga, por lo que reconocer esta función simbólica del vestir permite comprender la lógica mediática que gobierna la política actual y evidencia la necesidad de analizar la moda como un lenguaje estratégico que influye de manera directa en la construcción de legitimidad y autoridad pública.

Esta comprensión se fortalece al adoptar una mirada semiótica, enfoque que Santaella (2001) concibe como la comunicación mediante un proceso continuo de producción de sentido, a partir de esta perspectiva, es posible analizar de manera más precisa cómo la indumentaria interviene en la construcción simbólica de credibilidad, autoridad y cercanía en la esfera pública.

Si bien la relación entre moda y comunicación política no es nueva, su relevancia se ha intensificado en un ecosistema mediático cada vez más dominado por la imagen, es por ello que Barthes (1993) señaló que la moda constituye un lenguaje estructurado que articula valores, códigos y símbolos que circulan socialmente.

En esta misma línea Gómez de Travesedo Rojas y Gil Ramírez (2019) demuestran que la moda opera como una extensión del mensaje político, amplificando ideas asociadas a firmeza, modernidad o cercanía.

A su vez, Sádaba y Ambás (2023) evidencian que ha pasado de ser un elemento accesorio a formar parte explícita de la planificación comunicacional, influyendo de manera directa en la percepción ciudadana y en la configuración de identidades partidarias.

La indumentaria participa en la producción de significados sociales, este marco resulta aún más fecundo cuando se examina con base en una concepción que explique no solo qué comunican los signos, sino cómo se generan, transforman y adquieren sentido en distintos contextos culturales.

En este punto, el aporte de Charles Sanders Peirce se vuelve imprescindible, pues su propuesta describe códigos, estructuras y ofrece una teoría dinámica del signo basada en procesos de interpretación (Santaella, 2001).

Una orientación especialmente útil para estudiar la moda política en la medida en que muestra cómo los colores, texturas o estilos no tienen un significado inherente, sino que activan significados en función de las audiencias, los contextos y las estrategias comunicativas. Por tanto, la semiótica es un buen marco para analizar la vestimenta de los líderes políticos como un lenguaje vivo que crea significado según el contexto cultural y mediático.

La investigación está enmarcada en un diseño metodológico cualitativo de tipo analítico, mediante una revisión teórica de la literatura académica recuperada en la búsqueda bibliográfica de bases de datos, artículos científicos, medios de

comunicación y repositorios institucionales como tesis de maestría (Salazar-Escorcía, 2020).

El texto se organiza, en primer lugar, en un abordaje teórico de la semiótica y de la propuesta peirceana; posteriormente, en el análisis de configuraciones visuales de líderes políticos contemporáneos; y finalmente, en una reflexión integradora sobre la función persuasiva de la indumentaria en la comunicación política actual.

En este contexto, la pregunta de investigación que orienta el presente ensayo es:

¿Cómo opera la indumentaria como un lenguaje de persuasión en la comunicación política y de qué manera la semiótica de Peirce permite explicar la construcción de legitimidad, identidad pública y estilos de liderazgo?

En coherencia con esta interrogante, el objetivo del ensayo es analizar cómo la indumentaria y los estilos de vestir funciona como un lenguaje de persuasión en la política sobre la base de la semiótica peirceana, identificando los mecanismos mediante los cuales la coherencia estética, la reiteración visual y la articulación entre cuerpo, discurso e indumentaria configuran interpretantes sociales asociados a autoridad, cercanía y renovación.

Desarrollo temático

La semiótica: fundamentos generales

La comunicación contemporánea no puede comprenderse únicamente como un proceso de transmisión de información, sino como una práctica simbólica en la que los sujetos producen, negocian y reinterpretan significados dentro de contextos socioculturales específicos.

En escenarios mediados por la cultura visual y los medios de comunicación, los signos adquieren un papel central en la construcción de sentido, pues organizan la percepción de la realidad y orientan la interpretación social de los fenómenos públicos (Chandler, 2021).

La semiótica es el estudio de cómo los signos crean significado dentro de sistemas compartidos culturalmente y este significado no habita en las cosas, imágenes o formas, sino en las convenciones sociales, los hábitos interpretativos y los contextos históricos que determinan la lectura de signos (Danesi, 2022).

Bender (2025) indica que la semiótica estudia cómo los signos (formas, colores, imágenes, objetos, etc.) generan significado dentro de sistemas, estos signos no deben considerarse entidades fijas ya que son parte de procesos dinámicos que se redefinen en la interacción del signo y su intérprete.

Con relación en su contexto histórico, la semiótica se articula desde dos tradiciones complementarias, por un lado, Ferdinand Saussure lo imaginó como la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social y se centró en la relación estructural entre significante y significado, estudiando sistemas cerrados y estables de signos (Danesi, 2022).

Por otra parte, Charles Sanders Peirce elaboró una teoría general del signo desde un punto de vista filosófico, planteando una concepción de la significación en términos de una interpretación infinita. Esta perspectiva establece que el significado no se localiza en una asociación estática, más bien emerge a través de cadenas interpretativas abiertas e infinitas (Atkin, 2023).

La diferencia entre ambos modelos teóricos impacta en la forma en que se analizan los datos desde un punto de vista semiótico, ya que la tradición de Saussure es útil para estructuras simbólicas fijas; mientras que el enfoque de Peirce puede dar cuenta de fenómenos culturales cambiantes por el hecho del contexto, las prácticas sociales y las historias que se presenten (Chandler, 2021).

Autores como Barthes (1993) extendieron el campo de la semiótica al estudio de la cultura contemporánea, al afirmar que la moda, la publicidad, los medios, entre otros, son lenguajes codificados que vinculan representaciones sociales.

En este sentido, toda expresión cultural susceptible de ser interpretada puede ser leída como un texto en la medida en que se logren reconocer los códigos que posibilitan su lectura (Barthes, 1971).

Hoy la semiótica no solo da cuenta del sistema de signos, hoy se plantea como el sentido se genera, circula y negocia socialmente, su importancia analítica consiste en mostrar que los signos no tienen significados inherentes, ya que este significado se adhiere en prácticas interpretativas localizadas atravesadas por relaciones de poder y contextos culturales específicos (Chandler, 2021).

En la semiótica de Peirce, el signo es un evento triádico que involucra un representamen, un objeto y un interpretante. Esta postura plantea que el significado

surge de la asociación entre hábito, inferencia y contexto y no de una relación constante entre forma y contenido (Agudelo, 2018).

Así, la semiótica peirceana se erige como la herramienta teórica adecuada a este ensayo académico para estudiar fenómenos culturales en los que el sentido se crea visualmente y se fija por repetición como el caso de la moda y la comunicación política (Santaella, 2001; Chandler, 2021).

La imagen es un campo fértil para el análisis semiótico porque codifica sentidos y lecturas sociales en ambientes mediados por la visualidad, en los medios actuales las imágenes no solo “muestran” la realidad: la codifican simbólicamente, e intervienen así en la manera en que se comprenden actores sucesos y jerarquías públicas (Chandler, 2021).

Barthes (1971, 1993) plantea un punto de partida al afirmar que los productos culturales son lenguajes codificados, en su estudio de la moda prueba que la ropa no habla por sí misma sino por unos códigos sociales compartidos que fijan unos sentidos sobre el cuerpo y su imagen.

Pero sí se asume sólo esta perspectiva estructural, se tiende a considerar la imagen como un sistema muy cerrado, cuando en el espacio público contemporáneo los sentidos se negocian, se resignifican y circulan.

Por lo tanto, la imagen se entiende como el resultado de elecciones conscientes (Martínez & Gómez, 2019) y como un proceso de hermenéutico que el espectador pone en marcha (Chirila, 2020), siendo el diseño y sus relatos latentes construcciones culturales (Bañuelos, 2006; Velázquez, 2013).

Esta mirada sustentada en modelos diagramáticos que enlazan signo, objeto e intérprete (Farias & Queiroz, 2017), posibilita estudiar la ropa política como un dispositivo visual que genera efectos de autoridad y legitimidad antes del lenguaje verbal.

La semiótica de Charles Sanders Peirce

La propuesta semiótica de Charles Sanders Peirce constituye uno de los marcos teóricos más sólidos para analizar los procesos de significación presentes en los fenómenos culturales y comunicacionales contemporáneos. A diferencia de las aproximaciones estructuralistas que conciben el signo como una relación binaria entre significante y significado, Peirce propone un modelo triádico que entiende la significación como un proceso dinámico y de relación que está en constante actualización a través de la interpretación (Atkin, 2023; Mamenko, 2025).

En el centro de esta propuesta se encuentra la noción de semiosis, entendida como el proceso mediante el cual se produce el significado a partir de la interacción inseparable entre tres componentes: el representamen, que es aquello que funciona como signo; el objeto, al cual el signo remite; y el interpretante, concebido como el efecto de sentido que el signo genera en una mente individual o en una comunidad interpretativa (Kilstrup, 2015).

En esta perspectiva, el sentido no está inherentemente anclado en el signo, sino que surge de prácticas interpretativas, inferencias y contextos socio culturales. Es así como Santaella (2001), destaca que la potencia de la semiótica se basa en dar cuenta de la manera en que los signos generan efectos de sentido, siempre variables,

lo que permite pensar que la comunicación es un proceso abierto y no un sistema cerrado de correspondencias.

Una de las grandes contribuciones de Peirce es la clasificación de los signos en íconos, índices y símbolos, la cual expande la manera en que entendemos la representación de estos signos ya que los íconos se apoyan en la semejanza; los índices señalan conexiones físicas y los símbolos, dependen de convenciones sociales. Remarcando que esta categorización no responde a procesos estancados y varía según el contexto interpretativo (Kilstrup, 2015).

Esta clasificación posibilita trascender la descripción de “lo que se ve” para determinar qué efectos de sentido genera y por qué unos signos se politizan en una comunidad interpretativa (Santaella, 2001), cómo recalca Agudelo (2018) esta clasificación tipifica signos y permite jerarquizar niveles de complejidad interpretativa, al reconocer que el significado surge de la interacción entre hábitos, inferencia y contexto.

La semiótica de Peirce ofrece un instrumento analítico que supera las interpretaciones reduccionistas de la imagen y la estética para investigar cómo los signos visuales generan interpretaciones sociales relativamente fijas por medio de la repetición y la coherencia simbólica.

En el ámbito político estos intérpretes ayudan a establecer nociones de legitimidad, autoridad o proximidad, creando hábitos de lectura que moldean la relación entre gobernantes y ciudadanos (Santaella, 2001; Agudelo, 2018).

La importancia de este abordaje se mantiene en la capacidad descriptiva y potencial explicativo para dar cuenta de la persuasión y el poder de los signos ya que

al entender el significado como un proceso se puede estudiar como los signos visuales se incorporan a estrategias comunicacionales para generar determinados efectos de sentido sin presuponer que estos últimos sean automáticos o universales (Atkin, 2023; Chandler, 2021).

Por ello, aplicar la semiótica de Peirce a la moda significa entender que la ropa no habla por sí sola, ya que genera procesos de significación mediados por la historia la cultura y los medios; una idea que hace posible pensar a la moda como un sistema de significación vivo y estratégico cuyo poder persuasivo se realiza en la negociación entre el cuerpo, imagen y poder (Marrone, 2021).

La moda como sistema cultural y comunicacional

La moda es un sistema cultural que articula prácticas simbólicas estructuras de significado y relaciones sociales que codifican la forma en que las personas se representan y son representadas en el mundo público, constituye un elemento estético funcional que expresa códigos valores e ideologías (Barthes, 1993; Marrone, 2021).

La moda funciona como un sistema de signos codificados, se trata de un lenguaje con sus propias reglas que permiten realizar una lectura social del cuerpo; esas prendas, accesorios y estilos aplicados (indumentaria) codifican un sistema cultural que establece lo visible lo lícito y lo deseable (Barthes, 1993).

Este significado simbólico hace que la indumentaria se enmarque como una señal de pertenencia, diferenciación o identificación; ya que resalta posiciones sociales y ayuda a crearlas al activar en las interpretantes asociaciones con

determinados grupos, estatus, ideologías políticas o estilos de vida (Nannini, 2016; Marrone, 2021).

Todo ello se organiza mediante códigos socialmente aceptados que resaltan las distinciones geográficas históricas y culturales de cada región (Xie, 2023), sin embargo, también constituyen un espacio de negociación simbólica donde se puede ejercer tensión de estos códigos resignificando de forma dominante su significado (Marrone, 2021).

Ya que en algunos contextos institucionales religiosos o políticos las normas de vestir funcionan como mecanismos de control simbólico del cuerpo definiendo lo visible y lo permitido en el espacio público, siendo un mecanismo de poder que establece jerarquías y genera efectos de sentido asociados con la autoridad la obediencia o la resistencia (Marrone, 2021).

La faceta comunicativa del vestir también la hallamos en el activismo y la protesta social, aquí Genova (2020) resalta cómo los jóvenes activistas visten la ropa como una forma de expresión colectiva que refuerza los procesos de afiliación simbólica e identidad política.

Un ejemplo a resaltar de esta carga política fue la reapropiación simbólica del tartán (tejido tradicionalmente escocés) por parte del movimiento punk en los años 80, diseño que fue reapropiado por jóvenes como signo de rebeldía inconformidad y rechazo a los valores dominantes mostrando como un mismo signo puede despertar interpretantes radicalmente diferentes dependiendo del contexto cultural y social (Skarl et al., 2021).

Por su parte Georgi (2009) estudió cómo algunas piezas del guardarropa masculino operan como marcadores culturales demostrando la indicación entre estética narrativa e identidad

Es así como la moda crea significado a través de lecciones formales (colores, texturas, formas) que se codifican dentro de sistemas de significado particulares, en este sentido Nannini (2016) resalta que la moda marca tendencias estéticas, construye imaginarios sociales y relatos de poder que atraviesa la vida cotidiana.

Hoy en día la moda es también una práctica comunicativa en la que el cuerpo se convierte en vehículo de mensajes culturales, por ello Escudero (2020) indica que las tendencias son sensibles a momentos históricos concretos demostrando que la moda manifiesta estados de ánimo colectivos y cambios sociales.

En esta misma línea Marrone (2021) evidencia como la circunstancia mediática de la moda reproduce estructuras ideológicas que codifican la lectura social del cuerpo.

En el mundo globalizado la moda se convierte en herramienta de diplomacia cultural, de proyección simbólica, por ello Rana (2024) argumenta que la ropa se ha vuelto una manera de expresar las identidades nacionales y las posturas geopolíticas convirtiéndose así en una forma de soft power (poder blando).

Un concepto acuñado por el politólogo Joseph Nye en la década de los 90 que refiere a la capacidad de influir a través de valores culturales y legitimidad simbólica, una línea ampliamente debatida en las actuales investigaciones sobre poder cultural (Gauttam et al., 2024).

Por tanto, conocer la moda como sistema cultural y de comunicación hace posible afirmar que la ropa no es un simple reflejo de las identidades o las tendencias estéticas.

La moda en la política y su relación desde la semiótica

La relación entre moda y política no constituye un fenómeno reciente, sino un mecanismo histórico de legitimación simbólica. Desde una perspectiva semiótica, la vestimenta política opera como un sistema de signos que organiza jerarquías, visibiliza pertenencias y orienta interpretaciones sociales sobre el poder incluso antes del discurso verbal (Barthes, 1993; Marrone, 2021).

En razón de ello, el vestir no debe entenderse como un añadido estético, sino como una tecnología cultural de representación capaz de condensar ideologías, estilos de liderazgo y marcos de autoridad en configuraciones visuales reconocibles.

En sociedades anteriores a la modernidad, el vestir fue un mecanismo de control social. Los materiales, las decoraciones y los colores marcaban jerarquías y legitimaban escalas de poder, fijando representaciones de autoridad a través de la repetición pública (Marrone, 2021).

En las casas reales europeas, se reforzó este principio con la performatividad casi teatral del poder. La riqueza y la exclusividad de algunos colores eran signos de superioridad, creando significantes de legitimidad y distanciamiento simbólico entre el líder y la ciudadanía (Barthes 1993). En realidad, la potencia del código no radicaba en el color como realidad física, sino como marca cultural de lo “no común” y por extensión políticamente elevado (Marrone, 2021).

Con la modernidad política, los códigos no se desvanecen, se transforman; la ruptura con la nobleza imperial desvió la legitimidad hacia marcas más sobrias, racionales y cercanas a las masas. Con ello la austeridad se erigió como una señal política de adhesión hacia la igualdad y valores de modernización institucional, sobre todo en contextos revolucionarios (Chandler, 2021).

Así mismo, en el siglo XX la estética militar se vincula a lo político en tanto el uniforme opera como un índice peirceano de mando y disciplina, fijando una representación de orden institucional que legitima el poder coercitivo del Estado en contextos específicos (Marrone, 2021), esto prueba que el signo político no crea un solo sentido, sino sentidos de pugna según la memoria social.

En la democracia moderna, el traje sastre se convirtió en el código de vestimenta por excelencia de la política institucional, sinónimo de la formalidad y el profesionalismo. Pero en ecosistemas mediáticos fragmentados, donde la proximidad afectiva es capital político, este modelo ha sido desplazado por estrategias estéticas que buscan transmitir autenticidad, horizontalidad y accesibilidad (Sádaba & Ambás, 2023). Es por ello que la indumentaria deja de ser sólo protocolo y se convierte en un elemento estratégico del mensaje.

En esta línea, la moda se integra explícitamente en la organización y estructuración de la comunicación política. Gómez de Travesedo Rojas y Gil Ramírez (2019) muestran que la vestimenta es una prolongación del discurso y que además refuerza narrativas para ayudar a construir identidades partidarias consistentes. Además, las decisiones estéticas no son inocuas, intentan despertar emociones, reforzar valores, marcar diferencias ideológicas en la coyuntura pública (Sádaba & Ambás, 2023).

A la par, la moda es el lenguaje de protesta, de activismo; en los movimientos sociales, la ropa y los complementos funcionan como portadores semióticos que codifican reivindicaciones colectivas, permiten la identificación y negocian el significado de lo público. Desde esta perspectiva, la ropa se puede entender como resistencia simbólica de alta circulación visual, especialmente en los espacios mediáticos donde las imágenes se viralizan y resignifican rápidamente (Statovci, 2025).

La Dinámica Triádica del Poder: Íconos Políticos Contemporáneos a Través de la Semiótica Peirceana

En la tradición semiótica de Charles Sanders Peirce, los líderes políticos pueden comprenderse como “signos vivientes”. Su corporalidad, indumentaria y puesta en escena funcionan como representámenes que remiten a objetos políticos específicos (ideologías, proyectos de gobierno o estilos de liderazgo) y producen interpretantes en la esfera pública (Santaella, 2001; Agudelo, 2018).

De este modo, la imagen del líder articula dimensiones icónicas y simbólicas: opera como ícono cuando se asocia por semejanza a valores socialmente reconocidos, como índice cuando señala trayectorias o posiciones de poder, y como símbolo cuando se inscribe en convenciones culturales compartidas (Kilstrup, 2015; Agudelo, 2018).

Esta lógica triádica permite sostener que la visualidad política no es un recurso accesorio, sino un proceso dinámico de producción de sentido, de este modo, el análisis no busca clasificar “estilos” de manera superficial, sino explicar cómo

ciertas configuraciones visuales consiguen fijar interpretantes sobre autoridad, cercanía o competencia en contextos culturales específicos (Chandler, 2021).

Liderazgo en Europa: Configuraciones Visuales del Poder

En Europa, la indumentaria política funciona como un dispositivo de legitimación simbólica orientado a proyectar estabilidad institucional y continuidad histórica. En términos semióticos, la visualidad del liderazgo europeo tiende a equilibrar tradición y modernización mediante códigos de sobriedad y previsibilidad, con el fin de estabilizar interpretantes asociados a orden y competencia política (Marrone, 2021).

Como ejemplo, Margaret Thatcher muestra como un atuendo puede ser una forma de negociación simbólica de autoridad y género. La repetición de trajes sastre discretos y señas de identidad como las perlas, generó significantes de solidez política y legitimidad institucional sin renunciar a cierta feminidad controlada (Geczy & Karaminas, 2024).

A diferencia de la realeza (cuya autoridad emana de la tradición), Thatcher tuvo que construir legitimidad en el terreno político-partidario; de ahí una estética enfocada en minimizar ambigüedades y proyectar autoridad a través de códigos visuales repetitivos (Connolly, 2021).

Angela Merkel es otro ejemplo de estabilización visual del liderazgo. Su imagen repetida (traje recto, pantalón oscuro, pocos accesorios) funcionó como signo, en la medida en que su reiteración estableció un hábito interpretativo que asoció esa imagen con continuidad y estabilidad gubernamental (Kilstrup, 2015).

Incluso el cambio de color de sus chaquetas generó códigos sin alterar el núcleo simbólico de su imagen, afianzado por interpretaciones mediáticas que codificaron ciertos colores con momentos históricos (Connolly, 2021; Indeksonline)

En conjunto, estos casos sugieren que el liderazgo europeo tiende a privilegiar coherencias visuales que reduzcan la espectacularización del poder, más que buscar adhesión emocional inmediata, estas configuraciones apuntan a consolidar interpretantes duraderos de confiabilidad y previsibilidad, lo que refuerza legitimidad institucional en democracias consolidadas (Chandler, 2021).

Íconos del poder en Estados Unidos

En Estados Unidos, la visualidad política suele articular una tensión entre institucionalidad y cercanía, la indumentaria actúa como recurso para negociar la autoridad del cargo con la identificación del ciudadano común, lo que explica la relevancia de códigos visuales asociados a eficiencia, pragmatismo y accesibilidad (Chandler, 2021).

Barack Obama es un ejemplo de construcción estética actual de liderazgo. La repetición del traje discreto y de los gestos corporales relajados (en particular, la camisa arremangada) constituyó un representamen que activó en sus intérpretes marcos de compromiso y proximidad.

Este ademán pudo erigirse en ícono por mimetismo con el trabajador común, por señal de disponibilidad al trabajo y por símbolo codificado de mando activo. Además, su imagen no puede desasociarse de su contexto histórico al ser el primer mandatario afroamericano, su imagen se asoció con la memoria colectiva de la lucha

por los derechos civiles, reforzando las lecturas de inclusión y cambio democrático (McClendon, 2021).

Alexandria Ocasio-Cortez (AOC) plantea otra estrategia en la que la moda se codifica abiertamente como activismo, colores fuertes, siluetas definidas y alusiones a la estética latina urbana componiendo un lenguaje de signos que expresa identidad cultural y política, generando interpretantes de juventud, rebeldía y justicia social (García-Navarro, 2023).

El caso del Met Gala 2021 lleva esta lógica al extremo, al llevar el mensaje “Tax the Rich” en el vestido, la congresista convirtió un evento asociado al lujo en una declaración simbólica de protesta, creando interpretaciones globales sobre desigualdad económica (Hills, 2021; Thurman, 2021).

Como muestra este caso, en contextos mediatizados la ropa puede convertirse en un acto semiótico poderoso que encapsula crítica política, performance visual y diseminación mediática, redefiniendo las fronteras entre activismo, espectáculo y poder institucional (Thurman, 2021).

Lecturas semióticas en Asia y Medio Oriente

En Asia y Medio Oriente, la indumentaria política adquiere densidad simbólica al articular tradición, memoria histórica y legitimidad estatal, la vestimenta no solo comunica pertenencia cultural; también traduce proyectos políticos en signos reconocibles para audiencias nacionales e internacionales, cuya eficacia depende de su inscripción en narrativas históricas compartidas (Marrone, 2021).

El caso de Indira Gandhi resulta paradigmático, el uso reiterado del sari operó como representamen de identidad cultural india en un contexto poscolonial,

produciendo interpretantes de legitimidad nacional y autoridad moral. La prenda sirvió como marcador de la tradición, como señal de pertenencia al nacionalismo, como símbolo al ser codificado dentro de convenciones culturales que equiparan al sari con la autenticidad y la continuidad institucional (Biswas, 2025; Sumedha, 2024).

La constante fijó un régimen de lectura en el que las personas veían en su imagen la representación de tradición y modernidad, legitimando un liderazgo femenino en un contexto históricamente masculino (Biswas, 2025).

Por el contrario, el de Ilham Omar es un caso de semiosis conflictiva, ya que el hiyab que porta se convierte en un representamen asociado con la identidad religiosa y la historia migrante, con interpretantes opuestos según el marco ideológico.

Esta prenda funciona como ícono, índice y símbolo a la vez y transforma el cuerpo racializado en un campo de batalla por la pertenencia nacional, la diferencia y la legitimidad democrática (Zambrana, 2023).

Procesos de Significación del Poder en América Latina

En América Latina, la visualidad del liderazgo suele operar como recurso persuasivo para producir cercanía, legitimidad emocional y ruptura con élites tradicionales. Los líderes regionales actúan como signos vivientes cuya estética articula interpretantes de identidad popular, transformación social o renovación generacional, en contextos atravesados por desigualdad y desconfianza institucional (Marrone, 2021).

Gabriel Boric es un arquetipo de como la transgresión de códigos visuales puede ser una estrategia de significación, al no usar corbata, vestir de manera informal y exhibir tatuajes cuyos signos se asocian a la juventud y a la horizontalidad, generando interpretantes de “generación alternativa” en contraste con la política tradicional (Cabrera, 2021; Anderson, 2022).

Esta eficacia pasa por su coherencia performativa, la repetición de estos signos codifica la práctica interpretativa en que la informalidad se lee como autenticidad y proximidad, no como la ausencia de autoridad (CBS News, 2021).

Claudia Sheinbaum construye otra imagen, sobriedad institucional y coherencia técnica, ropa y colores discretos, estilo austero que generan interpretantes asociados a la eficiencia y control, alejándose de la espectacularización del poder (Murray, 2023; Stillo, 2025).

Pero a la vez, el uso de bordados tradicionales y el trabajo con artesanías indígenas incorpora marcadores de identidad nacional y cultural que refuerzan lecturas incluyentes de legitimidad simbólica del liderazgo femenino (Castillo, 2024; Agence France-Presse, 2026).

El escenario político ecuatoriano es particularmente fértil para el análisis semiótico de la indumentaria por la coexistencia de estilos de liderazgo y la centralidad de la visualidad en la comunicación pública (Santaella, 2001; Marrone, 2021).

Rafael Correa Delgado configura un sistema denso de significación política, al articular coherentemente discurso, corporalidad e indumentaria, esta coherencia produjo un representamen integral asociado a soberanía nacional, autoridad

tecnocrática y ruptura con el orden neoliberal, estabilizando interpretantes que lo posicionaron como figura central de un proyecto de transformación estatal (Ubilluz, 2021; González, 2021).

En particular, la reiteración de camisas bordadas con motivos culturales y la exclusión deliberada de la corbata funcionaron como íconos de identidad popular, índices de distanciamiento respecto de élites tradicionales y símbolos de soberanía cultural, consolidando hábitos interpretativos de cercanía e igualdad simbólica (Ubilluz, 2021).

Este repertorio visual se articuló con dispositivos institucionales como la Marca País “Ecuador ama la vida”, reforzando una relación de legitimación mutua entre liderazgo e identidad nacional, la asociación reiterada entre símbolo y figura presidencial produjo interpretantes de cohesión y autoridad simbólica (González, 2021).

Agustín Intriago Quijano representó un liderazgo orientado a la cercanía territorial, vestimenta relajada, mangas arremangadas y uso de colores vinculados a la identidad de Manta operaron como representámenes de trabajo directo, juventud y compromiso ciudadano, reforzando interpretantes de arraigo y accesibilidad (BBC News Mundo, 2023).

Daniel Noboa Azín permite observar la actualización contemporánea de los códigos visuales del poder en el Ecuador. Su imagen pública se crea a través de una informalidad controlada, la exhibición medida de la vida cotidiana y el aprovechamiento de las redes sociales, construyendo significantes relacionados con

la juventud, el pragmatismo y la renovación generacional en tiempos de crisis institucional (Herrera & Macaroff, 2023).

Gafas oscuras y un calzado urbano son signos que refuerzan la estética y la autoridad, especialmente en contextos inseguros, en los que la imagen del líder se asocia con la capacidad de gestionar y reaccionar (Ospina, 2024).

En su conjunto, esta imagen se asienta en el imaginario del “CEO republicano”, donde la coherencia corporal, la previsibilidad estética y el uso controlado de TikTok privilegian el relato de eficiencia en la gestión sobre el carisma ideológico (Castro, 2024).

Así, este caso cierra el recorrido analítico del ensayo, mostrando cómo la moda y la visualidad son mecanismos centrales en la fabricación actual de legitimidad política.

Conclusiones

El análisis desarrollado en este ensayo académico demuestra que la vestimenta política es un mecanismo semiótico de persuasión en la esfera pública ya que la moda, expresada mediante la indumentaria que se utilice, no es un adorno como muchos creen, es una forma mediante la cual se crea sentido al uso de estas prendas, al combinar funciones icónicas y simbólicas que crean interpretantes sociales en situaciones culturales y mediáticas particulares, por ende la comunicación política actual también es una lucha por la legibilidad de lo visual, en la que la reiteración estética y la coherencia performativa influyen directamente en la percepción de legitimidad, autoridad y proximidad.

El análisis de casos políticos contemporáneo muestra que la moda se incorpora a la arquitectura de liderazgo estabilizando identidades, reforzando narrativas y condensando proyecciones políticas en imágenes reconocibles; estos procesos se hacen evidentes en el ámbito internacional y nacional, ya que marcan la fuerza al generar interpretantes relacionados con la proximidad geográfica, soberanía simbólica o renovación generacional lo que ubica la imagen del político actual de alto nivel en una manipulación intencionada de signos visuales que en conjunto con plataformas digitales construyen significados públicos de pragmatismo control y eficiencia en momentos de crisis institucional.

En definitiva, una mirada atenta nos muestra que el uso político de la indumentaria y la imagen siempre oscila entre su potencial democratizador y los peligros de espectacularización del poder, aunque estos recursos pueden enriquecer la representación simbólica y visibilizar ciertas identidades históricas excluidas, pueden desplazar la política hacia la adhesión sentimental, en este contexto el

presente ensayo se plantea como un punto de partida teórico para futuras investigaciones que profundicen la relación entre moda, comunicación y política, así como alfabetizar mediáticamente a la ciudadanía para descifrar la construcción estética del poder en la política actual y con la existencia de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria en la universidad que actualmente está en proceso de consolidación se abre un escenario académico propio para el desarrollo de estudios interdisciplinarios que aborden la moda no solo desde su dimensión estética o técnica, sino también como un sistema de significación y persuasión, con esta base se podrían impulsar investigaciones bipartitas entre las carreras de Comunicación y Diseño, así como también actividades académicas conjuntas que permitan explorar nuevas aristas de la comunicación, el diseño de indumentaria y su impacto en los ámbitos social, cultural y político.

Referencias

- Agence France-Presse. (2026, January 2). Dress for success: Mexican president's ideological attire. *Digital Journal*.
<https://www.digitaljournal.com/life/dress-for-success-mexican-presidents-ideological-attire/article>
- Agudelo Rendón, P. (2018). *Uno, dos, tres: Ensayo sobre arte desde la semiótica filosófica de Ch. S. Peirce*. Instituto Tecnológico Metropolitano.
- Anderson, J. L. (2022, June 13). ¿Puede el joven presidente de Chile reimaginar la izquierda latinoamericana? *The New Yorker*.
<https://www.newyorker.com/magazine/2022/06/13/can-chiles-young-president-reimagine-the-latin-american-left-spanish-translation>
- Atkin, A. (2023). Peirce's theory of signs. In E. N. Zalta & U. Nodelman (Eds.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2023 ed.). Metaphysics Research Lab, Stanford University.
<https://plato.stanford.edu/archives/spr2023/entries/peirce-semiotics/>
- Bañuelos, J. (2006). Aplicación de la semiótica a los procesos del diseño. *Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 15, 233–254.
<https://doi.org/10.5944/signa.vol15.2006.6134>
- Barthes, R. (1971). *Elementos de semiología*. Alberto Corazón.
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica* (R. Alcalde Dalmau, Trad.). Paidós.
- BBC News Mundo. (2023, July 24). Manta: Quién era Agustín Intriago, el alcalde asesinado a tiros en Ecuador cuya muerte conmociona al país. *BBC News Mundo*.
<https://www.bbc.com/mundo/articles/cq52yeppv1o>

Bender, M. (2025). Working chance: Peirce's semiotic contrasted with Benner's intuition and illustrated through a semiosis of a novel event in the context of nursing. *Nursing Inquiry*, 32(1), e12693.

<https://doi.org/10.1111/nin.12693>

Biswas, S. (2025, June 8). Indira Gandhi: The forgotten story of India's brush with presidential rule. *BBC News*.

<https://www.bbc.com/news/articles/cwyvwerr640o>

Cabrera, A. (2021, December 22). Gabriel Boric y la cuarta "generación dorada" de la política chilena (Parte I). *CIPER Chile*.

<https://www.ciperchile.cl/2021/12/22/gabriel-boric-y-la-cuarta-generacion-dorada-de-la-politica-chilena/>

Castillo, M. (2024, April 9). Hablemos de imagen política y el primer debate presidencial [Video]. *Instagram*.

<https://www.instagram.com/manustyling/reel/C5hdbvCNcKH/>

Castro, N. (2024). El heredero outsider que se impuso en un escenario altamente polarizado. *Más Poder Local*, 55, 156–160.

<https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/ecuador-outsider-escenario-polarizado-mpl55>

CBS News. (2021, December 23). Chile's young, leftist incoming president Gabriel Boric shuns conventions. But will that include showing his large tattoos? *CBS News*.

<https://www.cbsnews.com/news/chile-president-elect-gabriel-boric-large-tattoos/>

Chandler, D. (2021). *Semiotics: The basics* (3rd ed.). Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781315311050>

- Chirila, A. (2020). A fashion hermeneutic. In *Art and Research – Contemporary Challenges* (pp. 379–388). De Gruyter Poland.
<https://doi.org/10.2478/9788366675193-030>
- Connolly, K. (2021, September 24). Someone who knows who she is: The staunch, subtle style of Angela Merkel. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/fashion/2021/sep/24/someone-who-knows-who-she-is-the-staunch-subtle-style-of-angela-merkel>
- Danesi, M. (2022). Saussurean sign theory in the human sciences today. *Language and Semiotic Studies*, 8(1), 55–72.
<https://doi.org/10.1515/lass-2022-080107>
- Escudero Chauvel, L. (2020). *Moda y tendencia(s) en el momento neorromántico* [Trabajo en repositorio institucional]. Universidad de Palermo.
<https://www.redalyc.org/journal/6060/606064548004/html/>
- Farias, P. L., & Queiroz, J. (2017). Visualizing triadic relations: Diagrams for Charles S. Peirce's classifications of signs. *Information Design Journal*, 23(2), 127–147.
<https://doi.org/10.1075/idj.23.2.03far>
- García-Navarro, L. (2023, August 30). La evolución de Alexandria Ocasio-Cortez. *The New York Times* (ed. en español).
<https://www.nytimes.com/es/2023/08/30/espanol/alexandra-ocasio-cortez-entrevista.html>
- Gauttam, P., Singh, B., Singh, S., Bika, S. L., & Tiwari, R. P. (2024). Education as a soft power resource: A systematic review. *Heliyon*, 10(1), e23736.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23736>

Geczy, A., & Karaminas, V. (2024). Power + fashion. *Foucault Studies*, 36, 201–226.

<https://doi.org/10.22439/fs.i36.7230>

Genova, C. (2020). Participation with style: Clothing among young activists in political groups. *Societies*, 10(3), Article 55.

<https://doi.org/10.3390/soc10030055>

Giorgi, A. (2009). *El vestido y la elocuencia del botón: Galas y significado en el estético discurso de la aparente distinción cultural masculina*. En Congreso Internacional Imagen y Apariencia (Universidad de Murcia, 19–21 de noviembre de 2008). Universidad de Murcia.

<https://digitum.um.es/server/api/core/bitstreams/044a2bd2-8b1d-49c2-8e92-6601a1231a7e/content>

Gómez de Travesedo Rojas, R. G., & Gil Ramírez, M. (2019). Vestir la política: La indumentaria como estrategia en comunicación electoral. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 9(18), 95–118.

<https://doi.org/10.5783/revrrpp.v9i18.606>

González, C. (2021). Marca País Ecuador “Ama la vida” y Rafael Correa. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 148.

<https://doi.org/10.18682/cdc.vi148.5506>

Herrera, S., & Macaroff, A. (2023). *Daniel Noboa, el joven presidente del Ecuador*. Fundación Rosa Luxemburg.

<https://www.rosalux.org.ec/daniel-noboa-el-joven-presidente-del-ecuador/>

Hills, M. C. (2021, September 14). Alexandria Ocasio-Cortez viste una importante declaración política en la Met Gala 2021. *CNN en Español*.

<https://cnnespanol.cnn.com/2021/09/14/alexandria-ocasio-cortez-met-gala-trax>

Indeksonline. (2021). The message Chancellor Merkel gives through the color of her jacket, what she wore in Serbia. *Indeksonline.net*.

<https://indeksonline.net/en/The-message-that-Chancellor-Merkel-gives-through-the-color-of-her-jacket--what-did-she-wear-in-Serbia/>

Kilstrup, M. (2015). Naturalizing semiotics. *Progress in Biophysics and Molecular Biology*, 119(3), 563–575.

<https://doi.org/10.1016/j.pbiomolbio.2015.08.013>

Mamenko, T. (2025). La teoría semiótica de la verdad de Charles Sanders Peirce y sus explicaciones modernas: aspectos científicos y educativos. *Filosofiya osvity. Philosophy of Education*, 31(1), 221–236.

<https://doi.org/10.31874/2309-1606-2025-31-1-13>

Marrone, G. (2021). Roland Barthes: El sentido de la moda. *Indumenta: Revista del Museo del Traje*, 4, 21–32.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8320142>

Martínez, A. C., & Gómez, G. N. (2019). *De la semiótica visual a la semiótica de la moda: Identificando el color durante la Ruta Libertadora*. Universidad de Boyacá.

<https://repositorio.uniboyaca.edu.co/handle/uniboyaca/246>

McClendon, B. (2021, August 17). The smooth compromise: How Obama's iconography obscured his omissions. *The Guardian*.

<https://www.theguardian.com/us-news/2021/aug/17/smooth-compromise-obama-iconography-obscured-omissions-pete-souza>

Murray, C. (2023). Mexican president's populism looms over scientist protégé.

Financial Times.

<https://www.ft.com/content/4a09a167-1722-4dd3-965f-07f38315b343>

Nannini, V. (2016). *Moda, comunicación y poder: ¿Qué vestimos, por qué y qué queremos decir con eso?* Universidad de Palermo.

<http://hdl.handle.net/2133/6618>

Ospina, P. (2024). La resiliencia de Daniel Noboa. *Nueva Sociedad*, 313, 4–11.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9752260>

Rana, N. (2024). Fashion Diplomacy: The Role of Fashion in Cultural Exchange.

International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field, 10(1), 1-5.

https://www.researchgate.net/publication/377334520_Fashion_Diplomacy_The_Role_of_Fashion_in_Cultural_Exchange

Sádaba, T., & Ambás, G. (2023). Vestir para ganar: Moda y campañas electorales en América Latina. *Revista Panamericana de Comunicación*, 5(1), 11–22.

<https://doi.org/10.21555/rpc.v5i1.2858>

Salazar-Escorcia, L. S. (2020). Investigación cualitativa: Una respuesta a las investigaciones sociales educativas. *Cienciamatria*, 6(11), 101–110.

<https://doi.org/10.35381/cm.v6i11.327>

Santaella, L. (2001). *A teoria geral dos signos: Semiose e autogeração*. Ática.

https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1668-81042001000200024&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Sklar, M., Autry, S., & Klas, L. (2021). Fashion cycles of punks and the mainstream: A US-based study of symbols and silhouettes. *Fashion Practice*, 13(2), 253–

274.

<https://doi.org/10.1080/17569370.2020.1794314>

Statovci, A. (2025). The role of fashion in social movements: Clothing as a language of resistance and change. In *Proceedings of the UBT International Conference*.

<https://knowledgecenter.ubt-uni.net/conference/2025UBTIC/ID/1>

Stillo, M. (2025). ¿Sabe comunicar la izquierda? Lecciones del discurso de Claudia Sheinbaum. *La Diaria*.

<https://ladiaria.com.uy/opinion/articulo/2025/7/sabe-comunicar-la-izquierda-lecciones-del-discurso-de-claudia-sheinbaum/>

Sumedha, T. (2024). Indira Gandhi: India's first female PM's fashion style. *Indiatimes*.

<https://www.indiatimes.com/lifestyle/style/indira-gandhi-a-style-icon-as-indias-first-female-prime-minister/articleshow/122453275.html>

Thurman, J. (2021). What counts as protest fashion? *The New Yorker*.

<https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/what-counts-as-protest-fashion>

Ubilluz, I. (2021). La ideo-estética en la indumentaria de Rafael Correa. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 148.

<https://doi.org/10.18682/cdc.vi148.5485>

Velázquez, M. T. (2013). La semiótica como herramienta teórica en el proceso de conceptualización de un taller de diseño. *Insigne Visual*, 2(22).

<https://www.anahuac.mx/mexico/files/investigacion/2013/may-jun/12.pdf>

Xie, F. (2023). *El vestido como forma y proceso semiótico en el cine* [Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid].

<https://hdl.handle.net/20.500.14352/88086>

Zambrana, M. (2023). Necrológicas del periodismo. *Letras Libres*, 265, 21–23.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9343094>