



REVISTA DE FILOSOFÍA

I. ÉTICA, GLOBALIDAD CRÍTICA Y BIENESTAR HUMANO

II. DIMENSIÓN EPISTÉMICA Y DESARROLLOS CULTURALES

*III. LA EDUCACIÓN EN CONTEXTO INTERCULTURAL Y
DECOLONIAL*

*IV. REPENSAR LA EDUCACIÓN SUPERIOR: TEORÍAS Y
PRÁCTICAS*

Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Estudios Filosóficos
"Adolfo García Díaz"
Maracaibo - Venezuela

Nº 99
2021-3
Septiembre-Diciembre

Revista de Filosofía

Vol. 38, N°99, (Sep-Dic) 2021-3, pp. 49 - 64
Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela
ISSN: 0798-1171 / e-ISSN: 2477-9598

**Configuración de los discursos de poder a través de la ritualización
de la belleza en la sociedad contemporánea**

*Configuration of Discourses of Power Through the Ritualization of Beauty in
Contemporary Society*

Heidy Rico

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4509-6117>
Corporación Universitaria Americana
Barranquilla - Colombia
hrico@coruniamericana.edu.co

Santiago Bertel Mercado

Universidad del Norte
Barranquilla - Colombia
santiagobertel@uninorte.edu.co

Mario de la Puente

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0783-1267>
Universidad Del Norte – Barranquilla - Colombia
Mdelapuente@uninorte.edu.co

Este trabajo está depositado en Zenodo:
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5637758>

Resumen

El artículo analiza la imposición cultural de los discursos de poder a través de la ritualización de la belleza en la sociedad contemporánea. Denuncia las lesiones que los concursos de belleza significan contra los derechos humanos. Señala la enajenación sociocultural que implica la comercialización del cuerpo de la mujer. Junto a esto, subraya las relaciones que se establecen entre la cosificación de los haberes humanos y la implantación de la normalización social que las hegemonías requieren. Consecuentemente, promovemos el derecho de las comunidades de organizarse a través de la configuración de los basamentos epistémicos que animen las relaciones sociales. Con la finalidad de sustentar las afirmaciones examinamos *El Concurso Nacional de Belleza en Colombia*. El estudio es de carácter inductivo y descriptivo, desde el enfoque cualitativo de investigación.

Palabras clave: Configuración Nacional; Discursos de Poder; Ritualización de la Belleza.

Recibido 10-05-2021 – Aceptado 21-09-2021

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional
(CC BY-SA 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

Abstract

The article analyzes the cultural imposition of power discourses through the ritualization of beauty in contemporary society. Denounce the injuries that beauty pageants cause against human rights. It points out the sociocultural alienation that the commercialization of the woman's body implies. Along with this, it underlines the relationships that are established between the reification of human assets and the implementation of the social normalization that hegemonies require. Consequently, we promote the right of communities to organize themselves through the configuration of epistemic foundations that animate social relations. In order to support the claims, we examined The National Beauty Contest in Colombia. The study is inductive and descriptive, from a qualitative research approach.

Keywords: National Configuration; Discourses of Power; Ritualization of Beauty.

Introducción

En América, desde las sociedades precolombinas los concursos de belleza se han relacionado con festividades populares y rurales para celebrar el inicio de las cosechas, ferias, carnavales y otras celebraciones locales (Cortázar, 2009; Babys, 2021). Sin embargo, la posterior urbanización y altas concentraciones poblacionales generó cambios en estos eventos convirtiéndolos en reflejos de la superioridad económica, cultural y social de las clases acomodadas; ritos de representación de la identidad nacional y la posterior espectacularización de la mujer con la irrupción de los medios de comunicación y la mercadotecnia (Salamanca, 2006).

Solo hasta el año 1934, y con motivo de celebración del IV Centenario de la fundación de la ciudad, el cartagenero Ernesto Carlos Martelo dio inicio al Concurso Nacional de Belleza en Colombia, aglomerando los concursos de pueblos aledaños en uno solo. Por más de ocho décadas, el Concurso Nacional de Belleza ha congregado a los colombianos en torno a la belleza física de la mujer colombiana (Corporación Concurso Nacional de Belleza, 2004; Ging et al., 2019).

El certamen se convirtió rápidamente en una plataforma de representación en la que las atribuciones individuales son un estimulante de la variedad de expresiones nacionalistas. Un ritual cívico donde un público particular puede contar historias sobre sí mismo, además de un espectáculo mediático incrustado en la mercancía cultural y social de Cartagena (Banet-Weiser, 2006). Por todo esto, resulta pertinente analizar e identificar los aspectos más relevantes de la configuración cultural y el origen de los discursos de poder generados en la celebración anual del Concurso Nacional de Belleza.

La presente investigación nace del interés que el certamen ha obtenido desde su fundación; ya que, al no tratarse únicamente de un simple festival de carácter lúdico, se hallan discursos implícitos que no solo hacen referencia exclusiva a la belleza, sino también a cuestiones relativas a la política, la economía, el género, la raza, la moda, la identidad y la nacionalización de las sociedades. Detrás del origen y el desarrollo de los

concursos de belleza, se encuentra una representación simbólica y una construcción progresiva del carácter social; escenarios de estética y de poder donde se ejecutan matrices y órdenes socioculturales, plataformas donde el cuerpo de la mujer se transforma en un icono nacional y donde se institucionalizan ciertos comportamientos de acuerdo con la distinción de clase social (Rutter-Jensen, 2005).

El método de estudio de la presente investigación es de tipo cualitativo, entendido según Taylor y Bogdan (1987), como uno que permite comprender el complejo mundo de la experiencia desde el punto de vista de los sujetos que la viven, permitiendo analizar de manera integral el fenómeno a estudiar, desarrollando conceptos, intelecciones y comprensiones partiendo de datos previamente establecidos. Así mismo, la investigación será de carácter inductivo y descriptivo. Busca identificar la relación que existe entre las variables anteriormente mencionadas identificando elementos individuales que permiten la construcción de un enunciado general; señalando también, la realidad del objeto de estudio y todos los factores que incidieron en su conformación (Caballero, 2014; Sy et al., 2021; Kratje, 2021).

Respecto a las técnicas de recolección de información, se implementó la técnica de análisis de contenido, el cual busca identificar las percepciones sobre el objeto de investigación; esto facilita explorar, describir y explicar la forma en la que se utiliza el lenguaje en la prensa para establecer posturas y relaciones de pensamiento (Portal Paula, 2020; Levy, 2020). De esta manera, se realiza una revisión documental, cuya finalidad es obtener datos e información clara a partir de fuentes documentales para analizar los elementos más relevantes de la incursión del Concurso Nacional de Belleza.

Asimismo, se llevará a cabo un análisis de prensa, estudiamos reportajes de importancia a lo largo de la historia del concurso; permitiendo identificar elementos claves del desarrollo de los patrones de belleza a lo largo del tiempo, la estructuración de este escenario como industria cultural e identitaria, y las diferentes relaciones de poder que han surgido dentro de este certamen (Cruz, 2021; Tran, 2020). Adicionalmente, recopilamos información de entrevistas previamente realizadas en libros, artículos, investigaciones, vídeos y documentales sobre el Concurso Nacional de Belleza de la mano de sus directivas, patrocinadores, colaboradores y seguidores.

Marco teórico

Veblen (1966) expuso la teoría de la clase de ocio y su representación del consumo conspicuo, que a su vez, hace referencia a la existencia de seres humanos irracionales y económicos, que persiguen el estatus social sin tener en cuenta su satisfacción subjetiva ni la de los demás. Así, según dicha teoría, que autores como Durán (2006) y Oster-Beal (2013) consideran de gran importancia para sus análisis e investigaciones, los individuos emulan los patrones de consumo de otros que se sitúan en puntos superiores de la

jerarquía societal. Este comportamiento surge porque para el individuo no basta con tener riqueza o poder, sino que exhibirlo es la clave de dicho escalamiento.

Es justamente el Concurso Nacional de Belleza el estadio que durante décadas ha reproducido este comportamiento; donde existen amplias distinciones de clase, educación. Exalta los supuestos atributos físicos femeninos deseables para el público local; en el que los bienes de lujo y los patrocinios terminan por capitalizar un supuesto prestigio social de una élite económico-política conformada desde sus orígenes alrededor del entretenimiento.

Duesenberry (1967) determina que el “efecto demostración” (o el interés por exaltar el bienestar económico como conspicuo) induce al colectivo a incrementar significativamente sus gastos de consumo de manera irracional. De acuerdo a lo expuesto en la investigación de Oster-Beal (2013) sobre la influencia de dicho efecto sobre los concursos de belleza, se crea entonces una clase ociosa, que instituye un esfuerzo claro por separarse de las clases económicas y sociales inferiores, consumiendo visiblemente el cuerpo femenino como elemento depositario de la identidad y representación (Perdomo, 2019). Como expone Pequeño (2014), un acto en el que se plasma un proceso de movilidad social; un ascenso de la clase emergente que se instala poco a poco en la escena pública y que atribuye la presencia de la mujer como un recurso metonímico de la representatividad nacional.

De esta manera, su cuerpo y su comportamiento terminan siendo símbolos de la patria. Respecto al segundo tema que atañe esta investigación, que es la nacionalización proclive de la sociedad como discurso político, es importante hacer mención del liderazgo o control social; pues recuerda uno de los principales tópicos de discusión entre los estudiosos de la formación del Estado y de la nación como procesos culturales (Bolívar, 2007; De la Puente Pacheco, 2012).

En el libro *Legisladores e Intérpretes* el sociólogo Zigmunt Bauman (1997) analiza las transformaciones sociopolíticas que la clasificación de los grupos sociales genera. Reseña las intensas luchas políticas implícitas y muestra cómo las clases populares son progresivamente expropiadas de sus posibilidades y capacidades para estructurarlos diversos a los que acceden los diferentes estancos que conforman la sociedad contemporánea.

Bauman menciona la conflictiva lucha por la autoridad social que tiene como escenario las festividades; estas significan principalmente la búsqueda del derecho a tener la iniciativa social, a ser el sujeto de acción. Un derecho, que las clases dominantes quieren sólo para sí mismas; esto tiene como resultado la reducción del *pueblo* a ser simple espectador de los acontecimientos públicos. En tal sentido, estos se convierten en ejercicio de poder, de influencia y de modelaje de la personalidad individual y colectiva (Bauman, 1997: 94; Kumara et al., 2018. Sanabria-Landazábal et al., 2017).

El Concurso Nacional de Belleza se institucionalizó en medio de una batalla constante por el liderazgo público. Destaca Elías (1994) que la puga por la normalización de la belleza es estandarizada socialmente a través de los patrones que los concursos implantan en la sociedad; está relacionada con la tensión entre las imposiciones de los intereses económicos y la libertad que los pueblos tienen de decidir los estándares socioculturales que se dan.

La belleza como evento se convierte en el espacio seleccionado por las *familias ilustres* pertenecientes a la alta sociedad colombiana para vincularse a las tradicionales festividades populares del 11 de noviembre. El concurso busca normalizar específicos modos culturales de ser; beneficiando las concepciones de determinadas clases sociales. En el caso que nos atañe, de la burguesía colombiana. Se busca la imposición de entramados códigos y lenguajes para conducir la expresión de ciertas representaciones sociales, políticas y culturales (King-O'Riain, 2006; Rasch, 2020).

De este modo, la narrativa de historia de reinas se convierte en historia de superación personal avalada implícitamente por clases sociales (usualmente vinculadas a actividades económicas ilegales, en el caso colombiano) (Pequeño, 2004; Nasser, 2012). Según Jaramillo (2013) en Colombia los reinados se asocian a la manifestación de la modernidad y la consolidación de una identidad nacional.

A pesar que los discursos multiculturalistas oficiales reconocen que es un derecho humano fundamental el tejido de la sociedad como coexistencia de diferentes culturas; las diversas culturas tienden a someterse en última instancia a patrones socioculturales que se asignan. Francamente tratan la diversidad a partir de las normas etnocéntricas occidentales; siendo los concursos de belleza abierta expresión de la imposición.

Consecuentemente, buscamos conocer la influencia de las expresiones de poder político y social sobre el Concurso Nacional de Belleza y la evolución de su concepción con la irrupción de nuevas formas de entretenimiento. La hipótesis de estudio es que la sociedad política y económicamente más influyente de Colombia busca instaurar una identidad mancomunada basada en el elitismo; siendo el Concurso Nacional de Belleza una de las estrategias empleadas.

Desarrollo

La dictadura de la belleza

A pesar de que la belleza física es una propiedad subjetiva y cambiante; el ideal de esta se ha permeado a lo largo del tiempo por estereotipos con características fenotípicas definidas. Los estereotipos se imponen a partir de las construcciones que el imaginario

colectivo establece. Frente a esto, destacan las imposiciones respecto a cómo debe lucir una mujer para triunfar social y económicamente (Mejía et al., 2012).

Ahora bien, la belleza se experimenta y no está circunscrita a precisos patrones estéticos, sino transformacional. Frente a esto, destaca el hecho que de cánones rígidos, estructurados por la clase social más influyente de Cartagena, se da paso de manera flexible a un concepto de belleza cada vez más inclusivo.

Con la aparición de los cuestionamientos feministas respecto al papel de la mujer en los concursos de belleza, es claro afirmar que los eventos han perdido relevancia durante los últimos años; siendo esto evidente en la disminución constante del rating televisivo a nivel nacional (Ver Tabla 1). Esto genera la renuncia de múltiples marcas patrocinadoras. No cabe duda que ha disminuido la gran cantidad de dinero que en épocas pasadas movía este tipo de eventos. Solo quedan los recuerdos e imágenes de épocas caracterizadas por el derroche; estas se evidenciaban en los altos gastos de las comitivas, las actividades preliminares y los patrocinadores.

Tabla1: Ediciones del Concurso Nacional de Belleza en relación con el Rating televisivo nacional.

Ediciones del Concurso Nacional de Belleza	Rating televisivo
2019	8,7
2018-2	11,4
2018-1	6,6
2017	10,6
2016	NR
2015	10,4
2014	10,2
2013	9,8
2012	12,7

2011	NR
2010	NR

Nota. La tabla muestra la proyección del desempeño durante la última década de las ediciones del Concurso Nacional de Belleza en términos de Rating televisivo.

Fuente: Revista Semana (2017)

La competencia entre la televisión por cable, el internet, las plataformas digitales y las redes sociales, ha ocasionado que la noche de coronación sea solo un segmento más dentro de la programación del día. La baja popularidad del concurso empezó a escalar por el espacio que le dedican los medios de comunicación; se evidencia en el poco flujo de turistas en temporada novembrina, e incluso, la indignación que se sigue generando frente a estos eventos por ser considerados sexistas (Revista Semana, 2017).

Según Cunin (2008), el que Cartagena de Indias haya sido escogida hace 87 años como sede del concurso no fue producto del azar. Las conmemoraciones del Movimiento de Independencia del 11 de noviembre de 1811, la inauguración de los primeros muelles marítimos de la ciudad, así como el apoyo gubernamental al fomento del turismo en Cartagena, son algunos de los factores que explican el origen y el desarrollo de este evento.

Entre las dicotomías y tensiones entre el conservadurismo y la modernidad, la puesta en escena de la mujer colombiana como ente modelador de conductas, refleja los conflictos entre las clases sociales. El concurso de belleza se constituye en torno a la clase ociosa situada en el punto superior de la jerarquía social, la que busca instaurar una identidad mancomunada; a su vez el elitismo como entidad que norma la sociedad.

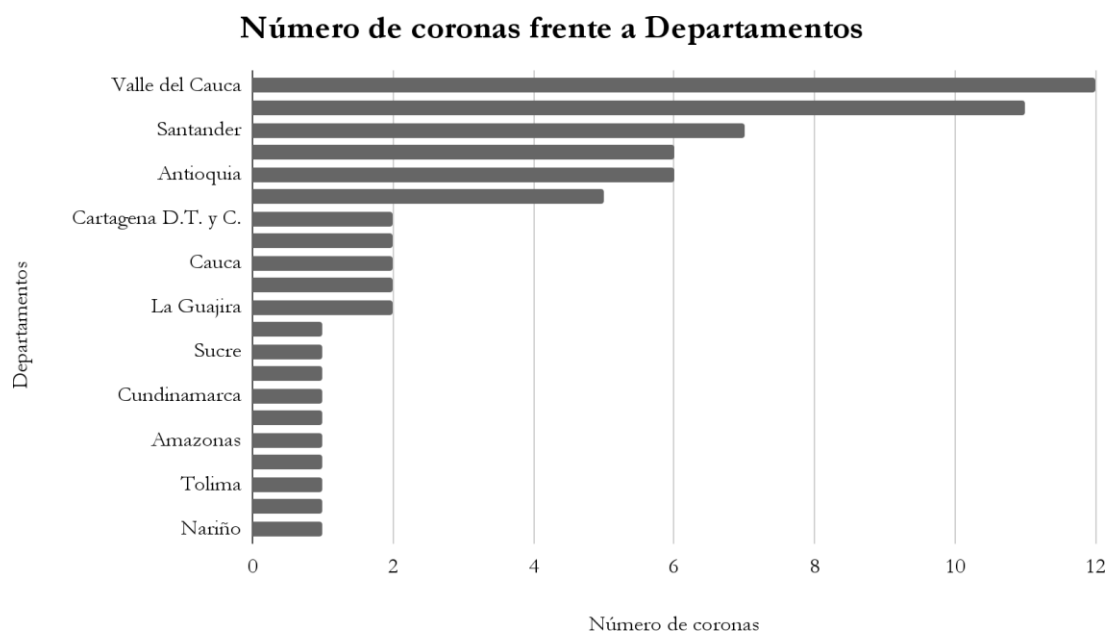
Según Bolívar (2007) el uso del pronombre *nosotros* ejemplifica que más allá de la proximidad geográfica y temporal entre concursos de belleza de otras regiones del país, se reafirma una distinción de centro/periferia, élite/pueblo, orden/desorden, apropiación/representación. Por otro lado, el presidente del certamen Raimundo Ángulo expresa en el libro *Las Más Bellas, Historia del Concurso Nacional de Belleza* (1994), que no fue una simple coincidencia el hecho de que el evento hubiese iniciado cuando el país se encontraba en una etapa histórica de modernización durante los años treinta.

El juicio de la belleza se consolidó rápidamente como uno de los signos de la modernización del país. Han sido sesenta y siete las ganadoras del título Señorita Colombia, repartidas en 21 departamentos y distritos (Tabla 2). Las influencias políticas y económicas de las familias de las candidatas y los gobiernos departamentales han influido frecuentemente en la decisión de entregar el título a ciertas candidatas. Por ejemplo, la revisión de las revistas semanales *Cromos* y *Semana* ayudan a precisar mediante los artículos publicados en el desarrollo del concurso, qué tipo de familias protagonizan los

eventos; comprender mejor los niveles de vinculación de los distintos sectores sociales con el reinado.

Los artículos que las revistas publican abundan en detalles sobre la trayectoria de cada una de las candidatas a quienes se refieren precisamente como hijas de las más notables e ilustres familias colombianas. Familias que con orgullo exhiben su legado de preeminencia regional y recalcan con su presencia los lazos que las unen a la clase política e intelectual más influyente del país (Bolívar, 2007; Pozo-García et al., 2020; de la Puente Pacheco et al., 2019). Esas familias se ofrecen mutuamente el reconocimiento de pares y contendientes dotados de poder político y social; afianzando sus capacidades de influencia económica engrandeciendo sus inversiones en el concurso como parte de la disputa por el liderazgo social en un contexto popularmente reconocido. Asimismo, esta influencia también podría ser ejemplificada desde el crecimiento económico y el aporte de cada departamento o distrito al PIB Nacional (imagen 1).

Imagen 1: Conteohistórico de las coronas obtenidas por los Departamentos y Distritos de nuestro país en el Concurso Nacional de Belleza.



Nota. Latablamuestraunconteohistórico (numérico) de las coronas obtenidas por los Departamentos y Distritos de nuestro país en el Concurso Nacional de Belleza.

Fuente: Revista Semana (2017).

Tabla 2: Departamentos y Distritos con más coronas adquiridas en relación con el PIB de cada entidad.

Departamentos con más coronas adquiridas	PIB por departamento (2019)
Valle del Cauca	103.097
Atlántico	46.668
Santander	69.248
Bolívar	38.373
Antioquia	153.379
Bogotá D.C.	273.941

Nota. La tabla muestra los Departamentos y Distritos con más coronas adquiridas en competencia con relación al PIB de la entidad para el año 2019.

Fuente: Revista Semana (2017).

Con todo, dicha atribución al liderazgo social y económico en las festividades es de gran importancia, pues recuerda uno de los principales tópicos de la teoría fundamental que respalda esta investigación, la teoría de la clase ociosa. El principio identifica la existencia de seres humanos irracionales y económicamente influyentes, que persiguen un estatus social dentro de la jerarquía social; como señala Bauman (1997), expropian las posibilidades de las clases populares de escalar socialmente. Tratamos con prácticas alienantes que la suma involucra renunciar a las exigencias por justicia y equidad social en favor de la validación de las élites como figuras de autoridad.

Así, tras la práctica de los concursos de belleza se oculta una representación simbólica de la identidad nacional; a su vez la implantación de las jerarquías sociales. Pues, se imponen a través de la propaganda matrices y órdenes socioculturales que expresan y permiten influencias políticas y relaciones de poder. De esta manera, por ejemplo, personajes políticos y gobernantes, pero en especial narcotraficantes y cabecillas del paramilitarismo en Colombia, inundaron las pasarelas del concurso; convierten a sus candidatas en un elemento de posesión, no exentas de conflictos y negociaciones entre bandos. Entre las décadas de los ochenta y noventa del siglo pasado, la belleza se asimila a la perfección y resaltan los cuerpos esbeltos de mujeres que luchan por el título de Señorita Colombia utilizando cirugías, dietas severas, maquillaje llamativo y prendas ajustadas que se ciñen a sus cuerpos.

La belleza sexualizada

Muchas de esas candidatas son patrocinadas por narcotraficantes y líderes de carteles de coca, los cuales no escatimaban en gastos por ver a su apoyada alzarse con el anhelado título de la mujer “más bella” de Colombia. Estos personajes comenzaron a hacer evidente su presencia cuando “jovencitas” provenientes de departamentos y familias muy pobres participaban en el concurso con vestidos de alto costo, prendas y zapatos de lujo, excelentes maquilladores y cirujías, con la finalidad de acoplarse al parámetro de belleza normalizado en la época.

El Concurso, que se ha mostrado a lo largo del tiempo como una organización que abre caminos a las nuevas costumbres y a lo moderno, se ve inmerso en medio de escándalos de corrupción, junto a una gran cantidad de candidatas de concursantes patrocinadas por dineros del narcotráfico. Aún con toda esta información relacionada a los dos ejes más importantes de este artículo investigativo, no se puede desconocer el amplio bagaje con que goza el concurso para la identificación de estándares y parámetros socioculturales en su ejecución y en la influencia que ha adquirido en sociedad. Por tanto, resulta necesario entrar a discutir más a fondo los resultados previamente expuestos.

El empeño por ceñirse a un determinado fenotipo; la inclusión de elementos como la competencia de trajes de baño, son un medio para exhibir versiones sexualizadas del cuerpo con la excusa de celebrar la belleza de las mujeres. El Concurso Nacional de Belleza demuestra unacompleja disposición de relaciones sociales, un ritual cívico donde un sector particularmente influyente, incrustado en la mercadería cultural, busca representar de manera simbólica la identidad nacional. Concomitante, institucionalizar precisos comportamientos socioculturales y valores morales.

Entre la distinción de centro/periferia, la mujer colombiana de todos los orígenes se enfrenta con las imposiciones culturales de una clase privilegiada. En tanto, la libertad media a través de reivindicar la dignidad frente a fútiles pretensiones. Se trata de retar y quebrar la normalización de las exigencias emanadas desde los discursos de dominación.

El concurso se estructura en torno a los valores de una clase social y política ambiciosa, la cual propicia la creación y ejecución de órdenes previamente establecidos desde el modelo occidental; una plataforma donde se hallan implícitos discursos que involucran a la mujer y su trayectoria profesional para convertirla en un icono simbólico nacional. Dicha institución que por años ha gozado de gran influencia logra instaurar la figura femenina como parte del proyecto de modernización nacional desde los años treinta.

A pesar de haber estado inmerso en grandes escándalos, problemas financieros y pérdida de atención, el concurso continúa su trabajo de manera constante, implementando reglas que para algunos son consideradas obsoletas; pero que tienen el claro objetivo de salvaguardar el bienestar de todas sus participantes. De esta forma, afirman que el talento

junto a la debida formación de todas sus candidatas se considera un elemento esencial para promover la belleza desde un enfoque social y humanitario.

La hipótesis que sustenta esta investigación se corrobora, pues evidenciamos la imposición del discursopolítico, económico y social; así como la configuración cultural y la nacionalización de la sociedad a través de la ritualización de la estética mediada por el concurso de belleza. Estamos ante una práctica social que permite continuar generando conocimientos respecto a la relación de la belleza, la cultura y el poder, en la sociedad contemporánea.

Con el pasar del tiempo, este evento de gran magnitud se convierte en un medio de producción cultural, de nacionalización de la identidad y generación de discursos de poder en torno a la política, la belleza, el género y la influencia social. Aunque disminuye la importancia de este tipo de eventos en el ser social debido al hecho que los movimientos feministas subrayan la cosificación del cuerpo, la promoción de una sociedad machista regulada a través de valores patriarcales, los innumerables escándalos de corrupción y destitución de candidatas por nexos con el narcotráfico en la década de los ochenta; no puede obviarse su impacto en la normalización social.

A pesar de juzgando por la presencia en los medios digitales se evidencia la pérdida de importancia de los eventos de belleza. Sumando la renuncia de decenas de patrocinadores para la financiación del mismo; esta específica ritualización de belleza aún media los cánones estéticos en el social. Más allá, se constata la actualización de los cánones a lo largo del tiempo.

Creado en 1934, el Concurso Nacional de Belleza se presenta a sí mismo como el reflejo de las transformaciones de la mujer colombiana; de amas de casa, mujeres abnegadas y obedientes, a profesionales creativas, independientes y competentes que conquistan todos los espacios sociales que antes les estaban vetados. Es un hecho que el entusiasmo de su defensa es incapaz de obviar la cosificación, la mercantilización del cuerpo, que promueve. Entonces, más que emancipación se constata la sumisión del cuerpo de la mujer al consumismo promovido por la sociedad de mercado. Invariablemente, las normalizaciones impulsadas por el concurso de belleza significan vulnerar los derechos humanos.

Consideraciones finales

El Concurso Nacional de Belleza, si bien es un evento mediático por el tratamiento que desde los medios de comunicación posee, se percibe como un escenario que expresa el imaginario social, en tanto expresa las aspiraciones y acciones de una élite que enuncia desde la mercantilización cultural. Intenta consolidar una específica identidad nacional con base a la influencia de la cultura occidental a través de identidades colectivas que se reproducen dentro del escenario.

El reinado intenta desde sus inicios expresar la activación y dinamismo de la economía nacional, como proyecto modernizador, vector de integración entre las diferentes regiones de Colombia, promotor de paz, fuente de ayuda para los más necesitados, plataforma de exposición para las candidatas. La presente investigación es pertinente toda vez que identifica las falencias de esta específica manera de ritualizar la belleza.

Denunciamos la mercantilización de la belleza como instrumento de alienación sociocultural, al reivindicar contravalores que atentan contra la dignidad humana. Junto a esto, identificamos la imposición de conductas cónsonas con los modos contraéticos contemporáneos.

En tal sentido, el análisis de los discursos de belleza que suceden en las sociedades sirve de estrategia epistémica que permite dilucidar las formas en la que el poder acontece; así como la configuración cultural y la conformación de la identidad nacional. Seguidamente, se recomiendan estudios que identifiquen los ejercicios de poder como entramado que opera en las comunidades; los recursos empleados para subsumir la dignidad humana a los requerimientos de las hegemonías.

Tratamos con el mayor reto de la sociedad contemporánea, el derecho que las comunidades tienen de tejer estrategias para enfrentar los diversos modos de control que desde el poder emanan. Insistimos en identificar las formas de adoctrinamiento y alienación que las élites socioeconómicas disponen para concentrar las disposiciones políticas en beneficio.

Destacamos la necesidad individual y social de anteponer los derechos humanos a las estrategias de control que las sociedades totalitarias implantan. El rescate político de los sujetos media por enfrentar la estandarización de los modos de ser y estar que se configuran desde el ejercicio arbitrario del poder. Reivindica el derecho que las comunidades poseen de darse las mejores formas de vida que dispongan.

El ejercicio del poder desde las comunidades enfrenta por un lado las imposiciones alienantes; por otro, se atreve a articular las propias nociones, categorías que permiten organizar la sociedad de manera concomitante con la dignidad que la vida posee. Porque, las sociedades que manifiestan libertad renuncian a repetir las formas enajenantes de ser en beneficio de lugares más habitables al ser justos y equitativos.

Los concursos de belleza al ser la promoción e instauración de cánones de bellezas modelados desde las élites socioeconómicas, lesionan el derecho de las comunidades de manifestar los marcos conceptuales que manifiestan la libertad. Consecuentemente, el derecho a la libertad invalida la belleza basada en la delgadez enfermiza, el cuerpo como solo objeto de deseo sexual; más precisamente, cancela el comercio del cuerpo femenino.

La compraventa del cuerpo significa una de las lesiones más graves que a los derechos humanos se le puede hacer; a ver manifiesta forma de prostitución y esclavitud. Enajena la condición sentipensante de la mujer, la circunscribe a la repetición del mercado

de sí como forma francamente alienante de validación. Perpetúa la cosificación como expresión de la sociedad consumista.

La emancipación sociocultural de las comunidades implica el rescate de la belleza de la cosificación que el mercado promueve. En tanto, significa a su vez la apropiación del derecho humano de formular y establecer las nociones que norman las sociedades. Sabiendo siempre que el ejercicio del poder por parte de las comunidades no atenta contra la expresión de los derechos humanos, justamente al ser coordinado desde las necesidades, requerimientos, exigencias y características de las sociedades.

Por lo que la condición de autenticidad se presenta como la fortaleza de las nociones normativas establecidas desde el seno de las comunidades. Estas se contraponen a las imposiciones que las élites de poder establecen. Así, promovemos el rescate del derecho humano de autodeterminación de la soberanía como virtud de las sociedades emancipadas.

Referencias bibliográficas

- BABIS, D. (2021). Inclusion and Beauty Pageants? The Filipino Migrant Worker Community in Israel. *Gender, Place & Culture.*, pp. 1-33.
- BAUMAN, Z. (1997). *Legisladores e Intérpretes*. Universidad Nacional de Quilmes. Buenos Aires. Argentina.
- BANET-WEISER, S. (2006). *The Most Beautiful Girl in the World: Beauty Pageants and National Identity*. University of California Press.
- BOLÍVAR, I. (2007). Reinados de Belleza y Nacionalización de las Sociedades Latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, (28), pp. 71-80.
- CABALLERO, A. (2014). *Metodología Integral Innovadora para Planes y Tesis. La Metodología de cómo Formularlos*. Cengage Learning.
- CORPORACIÓN CONCURSO NACIONAL DE BELLEZA. (2004). *Las Reinas: Historia de los Setenta años del Concurso Nacional de Belleza*. Junta Organizadora del Concurso Nacional de Belleza. Cartagena de Indias.
- CORTÁZAR, F. (2009). *Reinas de belleza y Mr. Músculos. Sociología de la exhibición corporal en concursos de pasarela*. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornada de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires. Argentina.
- CRUZ, H. T. (2021). Beyond Crowns, Sashes, and Heels: Factors Associated with Self-esteem and Achievement Motivation among Local Beauty Pageant Candidates in the Philippines. *International Journal of Recent Advances in Multidisciplinary Topics*, 2(6), pp. 193-199.

- CUNIN, E. (2008). *IdentidadesaFlor de Piel*. Observatorio del Caribe Colombiano. Universidad de los Andes. Bogotá. Colombia.
- DE LA PUENTE PACHECO, M. A., GUERRA FLOREZ, D., DE ORO AGUADO, C. M., & LLINAS SOLANO, H. (2019). Does Project-Based Learning work in different local contexts? A Colombian Caribbean case study. *Educational Review.*, pp. 1-20.
- DE LA PUENTE PACHECO, M. A. (2012). Inversión Pública y Restricción Presupuestaria en la Infraestructura de Transporte en Colombia: 1960-2011. *Revista de Economía del Caribe*, (10)., pp. 160-202.
- DÍAZ, P. Y MUÑIZ, C. (2007). *Valores y Estereotipos Femeninos Creados en la Publicidad Gráfica de las Marcas de Moda de Lujo en España*. Madrid: Análisis 35., pp. 27-45.
- DUESEN BERRY, J. (1967). *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior*. (Vol. 180). Oxford University Press.
- DURÁN, L. (2006). *Reinado Nacional de Belleza - Discusiones Políticas en Torno a un Evento Social*. Tesis de Licenciatura. Universidad de los Andes. Bogotá. Colombia.
- ELIAS, N. (1994). *Ensayo Teórico Sobre las Relaciones entre Establecidos y Marginados*. La Civilización de los Padres y otros Ensayos. Editorial Norma, Bogotá. Colombia.
- GING, D., KIELY, E., KITCHING, K., & LEANE, M. (2019). Slane Girl, Beauty Pageants and Padded Bras: Flashpoints in the Sexualisation of Children Debate in Irish Media and Political Discourse. *Feminist Media Studies*, 19(3)., pp. 412-427.
- JARAMILLO, L. (2013). *La Bella y la Bestia: Concurso Nacional de Belleza y Realidad Colombiana*. Tesis de pregrado. Universidad Nacional de Colombia. Medellín. Colombia.
- KING-O'RIAIN, R. (2008). Making the Perfect Queen: The Cultural Production of Identities in Beauty Pageants. *Sociology Compass*, 2(1)., pp. 74-83.
- KRATJE, J. (2021). The Sexual Politics of Beauty: Reflections on Contemporary Argentine Cinema. *Latin American Perspectives*, 48(2)., pp. 33-46.
- KUMARA, H. I. G. C., & JAYAWARDHANA, R. A. W. D. (2018). International Beauty Pageants and the Construction of Hegemonic Images of Female Beauty. *Sri Lanka Journal of Social Sciences*, 41(2)., pp. 123-136.
- LEVY, J. A. (2020, May). The Beauty of African Business: Gender, Beauty Pageants, and Black Entrepreneurship in Apartheid South Africa. In *18th Berkshire Conference of Women, Genders and Sexualities: Environments*. BERKS.
- MEJÍA, C., ROJAS, A. Y ORDOÑEZ, F. (2012). *Estereotipo de Belleza Física que Tienen los Adolescentes de Diferente Género y Estrato Socio-Económico Pertenecientes a Colegios de la Localidad de Suba*. Tesis de Grado. Instituto Alberto Merani. Bogotá. Colombia.
- MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA (2002). *Encuesta Nacional de Cultura Lecturas 2002*.

de la Encuesta Nacional de Cultura de Colombia. Colección Cuadernos de Nación. Ministerio de Cultura. Bogotá. Colombia.

- NASSER, M. (2012). *Feminized Topographies: Women, Nature, and Tourism in Colombia es Pasión*. *Revista de Estudios Colombianos*. 40(1), pp. 15-25.
- OSTER-BEAL, M. (2013). *Preserving Tradition: Analyzing the Commoditization of Cultural Identity Through Beauty Pageants Among Ethnic Minority Groups in Kathmandu*. Independent Study Project (ISP) Collection.
- PEQUEÑO, A. (2004). *Historias de Misses, Historias de Naciones*. *Iconos* No 20. Flacso, Ecuador., pp. 114-117.
- PORTAL PAULA. (2020). *Técnicas de Investigación*. <http://portalpaula.org/tecnicas-de-investigacion>. Recuperado el 3 de junio de 2020.
- POZO-GARCÍA, E. D., DE LA PUENTE PACHECO, M. A., FERNÁNDEZ-CORNEJO, J. A., BELOPE-NGUEMA, S., RODRÍGUEZ-JUÁREZ, E., & ESCOT, L. (2020). Whether Your Name is Manuel or María Matters: Gender Biases in Recommendations to Study Engineering. *Journal of Gender Studies*, 29(7), pp. 805-819.
- RASCH, E. D. (2020). Becoming a Maya Woman: Beauty Pageants at the Intersection of Indigeneity, Gender and Class in Quetzaltenango, Guatemala. *Journal of Latin American Studies*. 52(1), pp. 133-156.
- REVISTA SEMANA. (2017). *Los Reinados ya no son lo de Antes*. Revista Editorial Semana. Bogotá. Colombia.
- SY, M. P., MARTINEZ, P. G. V., & TWINLEY, R. (2021). The Dark Side of Occupation Within the Context of Modern-Day Beauty Pageants. *Work*, (Preprint), pp. 1-11.
- TRAN, T. (2020). Imagining the Perfect Asian Woman Through Hate: Michelle Phan, Anti-Phandom, and Asian Diasporic Beauty Cultures. *Communication, Culture, and Critique*. 13(3), pp. 349-366.
- RUTTER-JENSEN, C. (2005). *Pasarela Paralela: Escenarios de la Estética y el Poder en los Reinados de Belleza*. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. Colombia.
- SALAMANCA, J. (2006). *Un Siglo de Soberanas de Belleza Colombiana*. Credencial Historia. Colombia.

SANABRIA-LANDEZÁBAL, N. J., DE LA PUENTE-PACHECO, M. A., CERVERA-CÁRDENAS, J. E., ACOSTA-PRADO, J. C., & BELTRÁN-CÁRDENAS, J. M. (2017). Análisis de la Función Social y Aspectos Evolutivos del Conflicto y la Paz en Colombia. *Revista ESPACIOS*. 38(31).

TAYLOR, S. J., YBOGDAN, R. (1987). *Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación*. (Vol.1). Paidós. Barcelona. España.

VEBLEN, T. (1966). *Teoría de la Clase Ociosa*. Fondo de Cultura Económica.



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA

REVISTA DE FILOSOFÍA

N° 99-3 _____

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada en octubre de 2021, por el **Fondo Editorial Serbiluz**, Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela*

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
www.produccioncientificaluz.org