



## LOS DISCURSOS SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE LA FEMINIDAD DURANTE EL PERIODO DE INICIO Y CONSOLIDACIÓN DEL CONCURSO NACIONAL DE BELLEZA EN COLOMBIA: 1934- 1955

*Discourses on the construction of femininity during the period of initiation and consolidation of the National Beauty Contest in Colombia: 1934-1955*

**Hugo Ernesto Perdomo Colina**

[hugoperdomo2010@gmail.com](mailto:hugoperdomo2010@gmail.com)

*Universidad Autónoma de Madrid - España*

*Recibido: 03-03-2021*

*Aceptado: 07-06-2021*

### **Resumen**

El objetivo de este estudio es develar los discursos acerca del modelo reina de belleza y su influencia en la configuración de la feminidad de la mujer en Colombia durante el nacimiento y consolidación del Concurso Nacional de Belleza. El corpus utilizado fueron las ediciones de la revista *Cromos* de noviembre a diciembre de 1934 a 1955. La propuesta de análisis se formuló a partir del enfoque cualitativo y desde la perspectiva que posibilita el Análisis Crítico del Discurso (ACD). La variable feminidad y los conceptos asociados a esta guiaron la lectura del material seleccionado. Se concluye que la construcción de la feminidad en las mujeres de la época estuvo mediada por el discurso estético como expresión normativa hetero dominante de la estructura patriarcal.

**Palabras clave:** feminidad, reinas de belleza, Concurso Nacional de Belleza de Colombia, revista *Cromos*, patriarcado, mises, Miss Universo.

### **Abstract**

The objective of this study is to reveal the discourses about the beauty queen model and its influence on the configuration of the femininity of women in Colombia during the birth and consolidation of the National Beauty Contest. The corpus used were the editions of the magazine *Cromos* from November to December from 1934 to 1955. The analysis proposal was formulated from the qualitative approach and from the perspective that enables the Critical Discourse Analysis (CDA). The femininity variable and the concepts associated with it guided the reading of the selected material. It is concluded that the construction of femininity in the women of that time was mediated by aesthetic discourse as a hetero-dominant normative expression of the patriarchal structure.

**Keywords:** femininity, beauty queens, Colombian National Beauty Contest, *Cromos* magazine, patriarchy, misses, Miss Universe.

## 1. Introducción y estado de la cuestión

El Concurso Nacional de Belleza (CNB) es considerado por excelencia el símbolo de la estética femenina para el país. Allí han concurrido hace aproximadamente noventa años las representantes de toda Colombia a exponer sus dotes físicos basados en los imperativos femeninos determinados por los sistemas hegemónicos de los varones desde las estructuras de la comunicación. En el libro, *Las reinas: Historia de los setenta años del concurso nacional de belleza Colombia (2004)*, publicado por el mismo concurso refiere el 11 de noviembre de 1934 como fecha en la que se inicia este evento en Cartagena de Indias.

La idea nace de los hombres más importantes de la ciudad, cuyo interés era rendirle homenaje a la belleza de la mujer colombiana a través de la celebración de un reinado en el que el país entero estuviera representado por sus candidatas, y de paso conmemorar la independencia de la ciudad. En adelante, el concurso se ha posicionado como el evento social y cultural más importante de la nación. Perdomo Colina (2019: 684), señala respecto al reinado que:

“[...] este fenómeno ha sido mostrado como el ritual corpo-estético por excelencia, del que solo hacen parte un grupo exclusivo de mujeres: las que encarnan un patrón específico de belleza y feminidad, y que han logrado entronizar los cánones estéticos emanados de eventos internacionales como: Miss Universo, Miss Mundo o Miss Estados Unidos. En consecuencia, este modelo es reproducido por quienes ven en él no solo la aceptación y reconocimiento social, sino el camino expedito al triunfo. De esta forma, encuentra en los medios de comunicación una de las estructuras que coadyuvan en la transformación de las reinas de belleza en el arquetipo ideal de mujer”.

El significado de este certamen se extiende a otros espacios de la vida nacional como a la política, la economía e incluso es usado para fortalecer creencias religiosas ya que desde la semblanza iconográfica de la feminidad colombiana se instituyen dinámicas y se ratifican roles y comportamientos que involucran a la sociedad en general. Esta construcción sociocultural cobra sentido a partir de la implementación del discurso de un medio de comunicación escrito como el que representa la revista *Cromos* aliada del reinado desde su fundación en 1934.

De hecho, esta alianza le ha permitido al concurso emitir su propia literatura con la cual no solo busca ser protagonista de su propia historia, sino además convertirse en el custodio de la estética femenina nacional recreando los modelos de mujer, de belleza y de feminidad de la mujer colombiana desde la óptica de las reinas de belleza. Me refiero a los libros, *Las más bellas: Historia del concurso nacional de belleza, Colombia, 60 años (1994)* y *Las reinas: Historia de los setenta años del concurso nacional de belleza Colombia (2004)*.

Lo anterior ratifica que la comunicación es el principal agente de transformación humana dada su capacidad de generar todo tipo de intercambios, necesidades, imaginarios, comportamientos independientes del sistema social que sea, puede permear sus estructuras gracias a los procesos comunicacionales (Shoemaker y Reese 1991; Zallo, 2011).

La trascendencia socio cultural que han adquirido los reinados de belleza en las sociedades actuales no puede considerarse un fenómeno aleatorio, o uno de esos tantos movimientos que aparecen y desaparecen de acuerdo con las industrias que convoca el mundo de la moda. Por el contrario, esta es una de las múltiples características de la llamada «Aldea Global» tal como lo señalan McLuhan y Powers (2015). Aquí los medios se articulan valiéndose de una multiplicidad de procesos permitiendo así vivenciar en la inmediatez de sus comunicaciones los hechos que ocurren en otros lugares tal como si fueran en su propio entorno.

De este modo generan una especie de seducción informativa con la que cautivan a sus espectadores, oyentes y lectores. Esta amalgama de transformaciones que la comunicación muestra como un triunfo de la inmediatez y de su capacidad informativa está vinculada al éxito que los reinados de belleza han alcanzado. En este sentido Martín-Barbero (2002: 16-19) fundamenta estas articulaciones desde la categoría que él denomina «las mediaciones» que consisten en cada una de las formas, herramientas e instrumentos de los que se valen los sistemas de dominación para instaurar su poder y hegemonía en función de sus propios intereses, aprovechando la alienación social que el discurso genera.

Esto pone en evidencia que la belleza femenina se ha convertido en una de las principales expresiones culturales en las sociedades actuales (Madrazo, 2006; Heredia, y Espejo, 2009; Cabrera, 2010; Salinas, 2011; Aparicio, 2015). La imagen que se muestra enseguida denota la similitud en la construcción del ideal de feminidad entre las participantes en el reinado.

### Imagen 1. Las candidatas son exaltadas por su belleza a través de la ovación popular



Fuente: Cromos n° 1607 de 1947.

Es innegable la importancia que han desempeñado los medios de comunicación en la masificación de un evento como el reinado de belleza. Martín Barbero (2010) afirma que los procesos mediante los cuales se incorporaron las clases populares a la cultura hegemónica en la mitad del siglo XIX fueron decisivos para la formación de las dinámicas que dieron origen al

nacimiento de la cultura de masas. La industria de los relatos resultó clave debido a la demanda que suscitaba lo cual generó la necesidad de desarrollar tecnologías de impresión para colmar las expectativas populares.

El folletín no solo es considerado el precursor de estas tecnologías sino el primer texto escrito dirigido a las masas con el cual se satisfacía la necesidad de estar informada. En adelante los medios de comunicación se constituirán en el principal referente de lo masivo; sus discursos, con todo y sus cargas ideológicas además de su retórica social se convertirán en la inspiración que pondrá a soñar a los pobres el sueño de los ricos. Beatriz Sarlo (1990: 34) ya lo había señalado cuando indicó que “donde llegan los mass-media, no quedan intactas las creencias, los saberes y las lealtades”. Esta función que cumplen los medios se evidencia en los discursos que por ejemplo, *Cromos* comunica sobre las participantes en el concurso de belleza al masificar un ideal de feminidad, de mujer y convertirlo en el único modelo que responde a la estética de la mujer moderna.

Al respecto, Patricia Soley-Beltrán (2015) revela la manera como el cuerpo de la mujer ha sido convertido en una de las principales representaciones sociales de la feminidad. Este paradigma confirma el estereotipo de belleza dominante con el cual el patriarcado identifica a la mujer y responde a la normativa que se espera de los géneros. En efecto, el imaginario estético que los medios transmiten aprovechando la difusión de imágenes relacionadas con el consumo visual tiene como fin último validar la iconografía femenina ideal.

La autora indica que las modelos son quienes representan este ideal por medios de figuras esbeltas y estilizadas que no solo corresponden a la perfección estética que ellas simbolizan, sino a la apropiación de unos supuestos relacionados con el bienestar económico y el triunfo social. No obstante, detrás de ellas se esconde todo un andamiaje de poder y dominación masculina que las usa para su propio usufructo y para mostrarle a la sociedad la supremacía patriarcal usando la distinción entre hombres y mujeres. La relación que existe entre modelos y reinas frente a la construcción del ideal estético es evidente. El texto de la autora se convierte en una gran herramienta académica para abordar la investigación que suscita el propósito de este artículo.

En términos de esta construcción que deviene del poder y capacidad que engendra el discurso para modificar el pensamiento colectivo es que nace el interés por estudiar un evento estético que, no solo es transversal al condicionamiento de la belleza y la feminidad de la mujer colombiana sino además a la vida política, cultural, religiosa y económica del país: el Concurso Nacional de Belleza.

Por lo tanto, la siguiente es la pregunta a la cual se espera dar respuesta en la presente investigación: ¿Qué relación existe entre los discursos de las participantes en el Concurso Nacional de Belleza de Colombia en su periodo de inicio y consolidación (1934-1955), asociados a los imaginarios estéticos de las construcciones sociales e históricas de la feminidad y de las relaciones de género? Por consiguiente, el propósito de este estudio es develar las construcciones discursivas de las participantes en el Concurso Nacional de Belleza asociadas a los imaginarios estéticos de las concepciones sociales e históricas de la feminidad y de las relaciones de género.

Para llevar a cabo este propósito el reinado se abordó desde el año de su inauguración en 1934 hasta su consolidación en 1955.

Conviene señalar que, la incidencia de este certamen como fenómeno social puede considerarse fundamental para la construcción de identidad nacional tal como lo menciona Bolívar (2007) dadas las interacciones y el concepto de representación asignado a las candidatas que concurren a este evento en nombre de sus regiones. De acuerdo con lo anterior, la identidad del país estaría forjada a partir de un modelo de mujer vertido esencialmente desde unos condicionamientos de la feminidad como se advierte gracias a uno de sus símbolos más representativos, el himno del reinado que se presenta a continuación.

### **Las mujeres de mi tierra**

Autor: Francisco Zumaqué

Intérprete: Totó La Momposina

Ellas son las mujeres de mi tierra... Señorita Colombia  
 Las mujeres de mi tierra somos frutos del amor  
 todas semejantes a esta gran nación (bis)  
 Somos fuertes, somos bellas, somos grandes como ella (bis)  
 La bella es Colombia, la Reina es Colombia (bis)  
 Somos mar caribe, somos selva virgen,  
 somos llano grande, ríos y montañas (bis)  
 Gocen la pollera mujeres de Colombia...  
 Las mujeres de mi tierra son del valle o la sabana,  
 son caribe, son andinas, son semillas del mañana (bis)  
 Somos blancas o morenas, recatadas o coquetas (bis)  
 Que bella es Colombia,  
 que grande es Colombia (bis)  
 Somos ilusiones de paz y confianza,  
 somos corazones llenos de esperanzas (bis)  
 Mujeres y esto se hizo pa' que lo bailen en un solo ladrillo cha cha cha  
 Esa es, esa es Colombia  
 Somos fuertes, somos bellas,  
 somos grandes como ella (bis) (Concurso Nacional de Belleza, s.f.).

Por medio de las concursantes se engloba la condición femenina como resultado del amor lo cual las insta en efecto a ser mujeres amorosas, complacientes, entregadas; tal como la letra se refiere a ellas: recatadas, coquetas, vírgenes, pacíficas, confiadas, alegres, bellas. Es decir, reproductoras del rol al que históricamente el patriarcado las ha asignado bajo las clasificaciones de lo masculino y lo femenino de acuerdo con lo advertido por autores como: Scott (1996), Butler (2005, 2007), Guasch (2006, 2008) o Lamas (2013). En la imagen 2 las concursantes evidencian algunos de los códigos asignados a la construcción del ideal de feminidad: siluetas estilizadas y rostros armónicos.

**Imagen 2. Los elementos principales que componían la belleza femenina de este periodo**



*Fuente: Cromos n° 1607 de 1947 y n° 4909 de 2014.*

Lipovetsky y Serroy (2015), refieren que en las sociedades actuales el concepto de belleza está vinculado de manera directa al sexo femenino y allí toma forma a partir de la anatomía corporal que le es asignada a la mujer. Es decir, sobre un cuerpo que responda a las exigencias de los cánones estéticos imperantes es que recae no solo la definición de belleza sino la validez de ser mujer, tal como lo indica Yolanda Cabrera (2010: 229): “poseer un cuerpo esbelto, joven y sano, permite sentirse integrado en la sociedad de consumo que rechaza los cuerpos que no se rigen por los códigos imperantes”.

De esta manera, se da por hecho que una sociedad anclada en las asignaciones de género donde se exalta y se premian formas acordes al cumplimiento de mandatos estéticos mientras se castiga y rechaza a quienes difieren de estos, construye su realidad desde la sexualización corporal como lo afirma Bourdieu (2000). Marilú Esteban (2004: 54) reitera que todas las prácticas e interacciones sociales de los individuos deben ser procesadas como prácticas corporales debido a que el cuerpo “es el lugar de la vivencia, el deseo, la reflexión, la resistencia, la contestación y el cambio social en diferentes encrucijadas económicas, políticas, sexuales, estéticas e intelectuales”. El cuerpo se convierte en el epicentro principal desde donde se escenifican y se refrendan muchas de las prácticas e interacciones que dan sentido e identidad a la vida social.

Ahora bien, hablar del mundo de los reinados implica inevitablemente referirse al cuerpo femenino como el objeto desde el cual se establece y determina quien posee y quien carece de belleza. Walzer y Sanjurjo (2016), afirman que el cuerpo es en suma el mediador que define el nivel de feminidad en proporción con su belleza y capacidad de seducción de acuerdo con la avidez del mercado. Este aspecto queda en evidencia en el el Reinado Nacional de Belleza (RNB) donde el discurso estético está en constante exaltación al cuerpo segmentado por determinadas

formas y características específicas de edad, medidas, color de piel, raza en clara alusión a nuevas percepciones corporales como lo informa Pedraza (2011), Rutter-Jensen (2005), Heredia y Espejo (2009), Pérez-Lugo, Gabino-Campos y Baile (2016).

Estos aspectos son formas de expresar la interiorización de una sociedad patriarcal donde la exaltación de la belleza de la mujer es usada como gancho para avivar el mundo femenino. De este modo, y a través de la recreación simbólica magnificada que connota el título de reinas de la belleza, bien sea a nivel de departamentos o nacionales, se engloba el mundo de la mujer en el universo de lo masculino. Concurro con Martínez Lirola (2010: 163) al sostener que:

“En muchas ocasiones, los medios se centran en representar el cuerpo de la mujer y asociar el valor de dicho cuerpo y de la mujer en su totalidad con la belleza que tiene. Esto pone de manifiesto que la mujer ha sido educada en la “otredad”; en que es, y su identidad se configura, en función de si gusta o no a “los otros”.

Esta clase de construcciones sociales en las que a la mujer se le da un valor de acuerdo con sus atributos físicos y de esta manera se la hace merecedora aparente de un espacio en la sociedad, forma parte de las estratagemas de las que se valen las estructuras patriarcales para imponer sus mandatos y decidir sobre las mujeres. Por consiguiente, este concurso es un lugar no solo donde se recrean las concepciones acerca de los géneros; también es el espacio desde el cual se reglamentan las funciones que cada uno debe cumplir. Perdomo Colina (2019: 685-686) advierte al respecto que,

“[...] la celebración de este reinado es una evidencia más de las estrategias de subordinación patriarcal mediante las cuales el hombre legitima a través de la exaltación de la belleza femenina y de sus atributos la dominación que históricamente ha ejercido sobre la mujer. Este tipo de prácticas son además la validación social de esas estrategias que han merecido enormes momentos de lucha, promovidos desde las diferentes olas del feminismo, y desde otras instancias. Sin embargo, y a través de un evento como este, modelos como el eterno masculino y el eterno femenino aseguran su existencia y tienen garantizada su reproducción social”.

En las siguientes imágenes se ratifican los mandatos de género cuando refieren que la belleza femenina está asociada al deleite y aprobación de los varones. En el reinado se observa la institucionalización de los modelos dominantes masculinos que encuentran en las reinas su recreación ideal. Esto lo ha convertido en un espacio generador por excelencia de violencia contra las mujeres, lo que, de acuerdo con Galarza, Cobo y Esquembre (2016: 820) es denominado “violencia simbólica patriarcal”.

La violencia se reproduce a través de los medios de comunicación y de los imaginarios de la cultura patriarcal. Se vale de estereotipos y roles que no corresponden a la realidad de las mujeres para mostrarlas como seres sexuados, de poco valor, invisibilizarlas socialmente y condicionar su femineidad al antojo de los varones.

**Imagen 3. Coronación de la reina nacional de la belleza de 1953 y 1955**



Fuente: *Cromos* n° 1903 de 1953 y 2007 de 1955.

En este sentido, conceptos como el de ideología y poder clave en el ACD son base fundamental para abordar los análisis propuestos en esta investigación. Por esta razón, concuerdo con autores como Van Dijk (1977, 1981, 2009, 2011) y Fairclough (1995, 2006.) y Fairclough y Wodak (2000) cuando refieren la importancia de analizar el discurso para conocer sus verdaderas intencionalidades como en el caso de *Cromos*.

## 2. Antecedentes y fundamentación teórica

*Cromos* toma partido de manera directa en la construcción de los estereotipos de lo masculino y femenino en el país valiéndose de sus procesos discursivos. De esta manera ha incidido históricamente en la consolidación del sistema social colombiano mediante la racionalización del *deber ser* hombre y del *tener que* ser mujer. Esta revista en sus casi cien años de incursión mediática en el cubrimiento del RNB ha dejado claro que su discurso está íntimamente vinculado con categorías de las que se ocupa el ACD, tales como ideología y poder de acuerdo con Fairclough (1995) y hegemonía como lo señala van Dijk (1997).

Asimismo, en *Cromos* se constata que “los medios de comunicación no solamente delimitan las fronteras sino que también aportan el material de construcción para el consenso público, y de este modo fijan las condiciones de establecimiento y mantenimiento de una hegemonía ideológica” (van Dijk, 1997: 70), cuyo fin es implantar las redes de poder a través de las cuales se instauran los mecanismos de control y dominación social. Así como se muestra en estas imágenes en las que aparecen algunas de las portadas que la revista publica anunciando la celebración del evento.

La influencia histórica del concurso nacional de belleza en la construcción de la identidad colombiana es latente, gracias a la función que cumplen los medios de comunicación como el caso de la revista *Cromos* al hacer las veces de instrumentos socializadores de los sistemas hegemónicos por medio de los discursos públicos.

Imagen 4. Portadas de la revista *Cromos*



Fuente: *Cromos* n° 2007 de 1955 y 2009 de 1955.

Esto demuestra que, “la lengua conecta con lo social por ser el dominio primario de la ideología y por ser tanto el interés principal como el lugar en que tienen lugar las luchas de poder” (Fairclough, 1989: 15), o como lo señala Martínez Lirola (2012: 109), “la lengua es, pues, una herramienta para expresar un significado”. Desde esta posición de poder, los medios transforman sus procesos discursivos en verdades absolutas o mentiras creíbles dependiendo de los intereses de los grupos hegemónicos.

Estos actúan como agentes sociales que regulan por decir menos, los procesos humanos dada su posición jerárquica para definir el contenido de las noticias, la pertinencia o no de lo que se debe saber, las informaciones relevantes o no, y en general, son quienes definen lo que es objeto de interés para la sociedad y la manera como lo comunican. Fairclough y Wodak (2000: 390), enfatizan en la necesidad de comprender la capacidad que tiene el discurso para incidir en la constitución de las dinámicas sociales.

Por tanto, el discurso se convierte en el mecanismo con el cual los procesos sociales toman forma ya que a través del lenguaje dominante se ostenta y se reproduce el poder, se constituyen las representaciones sociales y, en consecuencia, se estructuran las identidades individuales y colectivas en función de determinados grupos de poder, puesto que, “la manipulación no solo involucra poder, sino específicamente abuso del poder, es decir, dominación” (van Dijk, 2006: 51).

En otras palabras, el discurso es la pieza del lenguaje bien sea escrita, oral, gráfica o una variedad de las anteriores, que incide en la modificación de las relaciones sociales casi siempre de manera no positiva debido a las mismas articulaciones de poder y desigualdad que se establecen por medio del discurso. Van Dijk (2016: 147) lo afirma al decir que:

“El discurso juega un rol esencial en el ejercicio del poder. Es como cualquier otra acción social que puede controlar a los (miembros de los) grupos dominados, por ejemplo, mediante leyes, órdenes y prohibiciones, así como sus discursos. Pero el discurso también expresa cognición social y puede así «manejar las mentes» de otros grupos y sus miembros”.

El discurso se constituye en la herramienta lingüística y social a partir de la cual se elaboran las ideologías propias de cada cultura y se conforman los procesos sociales de los que se nutre. En efecto, “uno de los medios para analizar las ideologías de una cultura es analizar sus discursos” (van Dijk, 1980: 44) teniendo en cuenta que los contenidos ideológicos cobran sentido en la medida en que se articulan como tal los procesos discursivos.

En concordancia con van Dijk (1980: 43), “las ideologías, por definición, son sistemas generales, compartidos por grupos amplios o culturas. Esto significa que deben ser adquiridas

#### **Imagen 5. Desfile de una de las participantes en la noche de elección y coronación**



**LILIA DE LA TORRE,** de Cundinamarca, fue la favorita del diario y de don Guillermo Cano. Aquí la candidata durante el desfile en el Teatro Cartagena.

Fuente: Cromos n° 1802 de 1951.

(aprendidas) y cambiadas en *contextos sociales*, tales como la escuela, comunicación de masas e interacción diaria”. Dicho de otra forma, las ideologías son el referente de identidad social mediante el cual se advierten los significados, valores, apropiamientos representativos que cada cultura defiende y vive como suyos independiente de la manera como les han sido transmitidos o de los procesos de «aprendizaje» mediante los cuales son asimilados. En la imagen cinco se puede observar la manera como las candidatas entronizan uno de los aspectos asociados a la feminidad: la elegancia.

Es procedente señalar la inexistencia de literatura que relacione de manera directa los modelos estéticos con las denominadas mises o reinas de belleza en Colombia y sus

repercusiones sociales a excepción del artículo: Aproximación discursiva a la construcción de la feminidad en el Concurso Nacional de Belleza de Colombia: 1977–2018 (Perdomo Colina, 2019). El autor indaga los discursos publicados por *Cromos* en este periodo con el fin de conocer las representaciones de la feminidad en la sociedad colombiana a partir de la representación iconográfica de las participantes en el reinado de belleza.

Sin embargo, el libro *En cuerpo y alma. Visiones del progreso y de la felicidad: educación, cuerpo y orden social en Colombia (1830–990)* escrito por la investigadora colombiana, doctora Zandra Pedraza Gómez (2011). La autora aborda la revista *Cromos* precisamente como uno de sus corpus de estudio desde donde se enfoca en el análisis de los discursos sobre los ideales del cuerpo. Su objetivo es evidenciarlo como un agente fundamental para comprender la modernidad en Colombia a partir de la segunda mitad del siglo XIX en Colombia. Aunque el corpus en mención no está relacionado con los discursos de las reinas de belleza, si resultó fundamental además para comprender por ejemplo los conceptos de belleza interior/belleza exterior.

### 3. Metodología

La presente investigación ha sido formulada desde el enfoque cualitativo, el corpus de estudio escogido corresponde a textos sobre el RNB en Colombia publicados en las ediciones de la revista *Cromos* emitidas en los meses de noviembre y diciembre de 1934 a 1955. El material seleccionado se revisó teniendo en cuenta los principios que señala el Análisis Crítico del Discurso (ACD) con base en los aportes de autores como van Dijk, Fairclough y Ruth Wodak.

La pertinencia de una perspectiva como el ACD radica en las herramientas de análisis que proporciona con el fin de desvelar entre otros, los abusos y relaciones de poder que los sistemas de dominación implementan en sus discursos mediante los cuales transforman la manera de percibir la realidad social. Por ello, se espera que estas herramientas ayuden a interpretar los contenidos de los discursos que *Cromos* históricamente ha emitido sobre las participantes en el reinado reafirmando la cultura hetero patriarcal a partir de la normativa de género en la sociedad colombiana.

Las categorías de análisis se construyeron en tres momentos: el primero correspondió a una lectura inductiva en la cual se ubicaron los textos relacionados con la variable feminidad. En el segundo se hizo una lectura exploratoria de la cual se originaron las tres categorías en torno a las cuales se articuló la investigación: cualidades físicas compuesta por las descripciones de rostro y cuerpo; cualidades morales y espirituales relacionadas con los comportamientos sociales y las concepciones religiosas y finalmente, cualidades de clase y distinción a través de las cuales se describe el origen social de las concursantes.

En el tercer momento se realizó una lectura más sistemática con el propósito de asociar estas categorías a los discursos que *Cromos* divulga sobre la condición femenina teniendo en

cuenta la recurrencia de algunas palabras que describen dicha condición. Producto de este análisis se origina el periodo que se aborda en esta investigación (1934–1955); en razón a la similitud de descripciones encontradas en los discursos durante estos años y asociadas a las categorías mencionadas. Esto permitió denominarlo el periodo en que nace y se consolida el concurso de belleza. En siguiente Tabla se relaciona la información general sobre la revista *Cromos*.

**Tabla 1. Ficha técnica de la publicación analizada**

Nombre de la revista	<i>Cromos</i>
Origen	Colombia
Año de fundación	1916
Tipo de revista	Magacín de variedades
Temas principales	Belleza y moda
Tiempo de circulación	105 años
Tipo de circulación	(1) Semanal (2) quincenal (3) mensual
Cubrimiento del reinado	Octubre a noviembre
Periodo de estudio	1934 a 1955
Número de años revisados	6
Número de años analizados	6
Número de artículos revisados	30
Número de artículos analizados	20

Fuente: Elaboración propia a partir de Perdomo Colina (2019).

Es importante aclarar que en el periodo referido (1934–1955) solo se llevaron a cabo seis reinados debido factores internos en el país que impidieron su celebración de manera anual. Esta es la razón por la que aparece en un periodo tan amplio la revisión únicamente de 6 años. El total de textos analizados tal como aparece en la tabla anterior fueron 20.

#### 4. Resultados

El relato de *Cromos* fija las fronteras entre lo femenino y lo masculino a partir de las descripciones que revelan a mujeres físicamente ideales, soñadas, perfectas y acompañadas de cualidades que complementan ese modelo que toda mujer debe seguir. Mientras tanto, a los hombres los propone como los grandes y necesarios conquistadores de esa belleza; son ellos quienes deben apoderársela en virtud de su condición de varones.

El discurso de esta primera etapa del reinado convoca a reafirmar las distinciones de género desde un cuerpo femenino diferenciado y cargado de virtudes por los hombres. En esa medida ellos reafirman su condición masculina «natural» que les asigna el rol de conquistadores,

galantes, enamoradizos, seductores. La exaltación de la belleza física se distingue difícilmente del elogio a la belleza interior y se refiere fundamentalmente al rostro y a la silueta.

Los resultados permiten identificar por lo menos dos tipos de elaboración del ideal de belleza femenina que les sirve a las élites nacionales compuestas por las estructuras patriarcales para mostrar un dominio más allá de las connotaciones de su clase social, o su figuración en los discursos que *Cromos* ensalza y valida. El primero opone belleza interior y belleza exterior, predominando en este periodo la primera. El segundo opone el modelo hispánico tradicional de mujer y de feminidad a un nuevo modelo de mujer moderna. Esta posición interior–exterior probablemente esté asociada con la división cristiana de cuerpo y alma. De esta manera el ideal de belleza y feminidad en este período gira en un primer momento en torno a la belleza innata, la que emana del interior de cada mujer.

Los valores espirituales son las únicas cualidades que definen estos ideales, y en la misma proporción refieren las maneras masculinas hacia las mujeres, esto es el trato de caballeros hacia quienes se saben de hecho frágiles, susceptibles y necesitadas de protección. En la imagen 6 las candidatas aparecen desempeñando su rol social de mujeres elegantes, finas, femeninas en un evento social.

Este ideal es encarnado en un modelo de mujer tradicional hispano, cuya esencia reposa

en el discurso y su característica fundamental es la subordinación a la autoridad masculina. La moral sexual como parte de la dominación sexual masculina desemboca en el dechado de virtudes necesarias para mantenerse dignas en sociedad. Estas son características inequívocas de castidad y entrega femenina.

Otro de los aspectos que revela este modelo es la imagen de esposas y madres dedicadas a las tareas exclusivas del hogar, al cuidado de hijos donde la maternidad es concebida como el principal culmen de felicidad y realización femenina con el atenuante del matrimonio como símbolo connatural a este propósito. Estos sellos sociales que se les ponen a las mujeres son precisamente producto de las relaciones desiguales con que se les concibe dentro de ese espectro social. La Tabla 2 relaciona las concepciones del modelo de mujer construido a partir del discurso de *Cromos*.

**Imagen 6. Las candidatas engalanan la fiesta de graduación de los marines**



Fuente: *Cromos* n° 1607 de 1947.

**Tabla 2. Reproducción discursiva del eterno femenino en *Cromos***

Modelo de mujer	
Ideal de	Asociado a
Felicidad	Madres, esposas, hogar, hombres e hijos.
Proyección	Servicio y entrega a causas sociales.
Futuro	Construcción de vida y de valores.
Realización	Procesos secundarios y dependientes de la figura masculina.
Rol social	Mensajeras de paz, amor y de reconciliación.
Éxito personal	Reconocimiento social a través de la belleza.

Fuente: *Elaboración propia a partir de Perdomo Colina (2019).*

En los discursos iniciales sobre el reinado el ideal de mujer tradicional es expresado en las cualidades que los articulistas otorgan a las reinas y en las aspiraciones que ellas manifiestan – siempre en función de ser felices al lado de un hombre–. Este aspecto podría ser considerado una tercera referencia al ideal de belleza femenina que se advierte en las descripciones que muestran a las candidatas como princesas de cuentos de hadas, de fantasía, y a la vez ideadas en un mundo de mujer bella, buena, inconsciente de una revelada superioridad natural.

A su lado, como complemento necesariamente deberá estar un hombre, un príncipe para que ella sea feliz. Este imaginario que comparte las creencias sexistas acerca de la poca valía que adquiere una mujer si no tiene un hombre a su lado hace parte de esa estructura de dominación ideológica que la masculinidad ha edificado, y que se presenta de modo evidente en los discursos de las candidatas que *Cromos* transmite en este periodo.

A finales de esta etapa el modelo de belleza interior –alma– empieza a ser desplazado por el de belleza exterior –cuerpo–. Las relaciones entre las dos oposiciones interior/hispana, exterior/moderna se pueden interpretar mediante el honor que espiritualiza y que desencarna a la mujer blanca de clase media mientras sexualiza a la mulata, mestiza o negra.

Sumadas las distintas referencias se observa el surgimiento de un ideal de belleza dominante caracterizado por la mujer blanca de clase alta: casta, virgen, futura madre y esposa que se opone a la mujer popular negra. En la siguiente imagen aparecen algunas reinas nacionales de la época caracterizadas con atuendos que representaban el ideal de feminidad: el color blanco no solo de sus vestidos sino de sus pieles y algunas partes de sus cuerpos medianamente descubiertos.

**Imagen 7. La reina nacional de la belleza es considerada el modelo ideal de feminidad en Colombia<sup>1</sup>**



*Fuente: Cromos n° 4909 de 2014, 1903 de 1953 y 2007 de 1955.*

Estos modelos de belleza, interior y exterior están igualmente atravesados por la distinción social sostenida de forma exclusiva en este período en el origen social de las concursantes, reflejado por medio de signos evidentes de distinción siempre en función de un modelo masculino que cada vez reclama nuevas mujeres, nuevos estereotipos, nuevas formas de ser complacido. Aquí el desenvolvimiento en sociedad, la elegancia, el señorío, el porte, la nobleza y la infaltable discreción y sencillez femenina, junto a un adecuado manejo de vestimenta, maquillaje y accesorios que aún no les quitan protagonismo a las características interiores, hacen de las concursantes mujeres perfectas que encarnan el ideal femenino de acuerdo con lo que los varones esperan de ellas. La Tabla 3 contiene los elementos que simbolizan la feminidad asociados a los discursos de la revista *Cromos*.

<sup>1</sup> En la imagen las ganadoras de 1934, Yolanda Emiliani Román; 1953, Luz Marina Cruz Lozada y 1955, Esperanza Gallón Domínguez.

**Tabla 3. Los aspectos que constituyen la femineidad de acuerdo con los discursos de Cromos**

La femineidad				
Belleza integral	Definido por	Asociado a	Características	
Exterior	Rostro	Ojos	Hechizantes Conquistadores	
		Cabello	Oscuro y en contraste con las formas del rostro.	
		Piel	Tersa Suave Blanca	
		Perfiles	En proporción a los ángulos del rostro.	
		Labios	Sensuales Rojos Provocadores	
		Boca	Pequeña Seductora	
	Silueta	Cintura	Redonda Marcada	
		Caderas	Anchas Llamativas	
		Hombros	Pequeños Preferiblemente descubiertos.	
	Distinción social	Origen	Evidencia la procedencia social y el capital económico.	
		Porte	Denota la apariencia personal y la manera de llevar el cuerpo.	
		Elegancia	Relaciona el buen gusto en lo que se usa o se pone.	
		Indumentaria	Los vínculos directos con la moda internacional.	
	Interior	Espirituales	Fe	Obediencia Subordinación Cumplimiento
		Recatadas	Pudor	Honestidad Fidelidad Virginidad
		Tradicionales	Matrimonio	Esposas Madres Cuidadoras
Solidarias		Servicio	Sacrificio Entrega Bondad	
Amorosas		Felicidad	Realización femineina. Encontrar el hombre soñado.	

Fuente: Elaboración propia.

El modelo de belleza en este período se encuentra en una etapa que de acuerdo con las posturas de las candidatas y expresadas en los discursos se revela con tintes de modernidad. Sin embargo, aún se halla limitado a un discurso cortesano el cual es referencia obligada para su conceptualización. Este contexto se comprende al recordar que tan solo hasta a mediados de siglo pasado la cultura señorial queda atrás no sin antes sentar las bases definitivas para el asentamiento de la modernidad.

Estas descripciones muestran a las participantes como seres supeditados a la valía masculina en la medida en que es «potestativo» de los hombres el aprobar o no sus rasgos y comportamientos femeninos, como también reconocer en ellas otras cualidades diferentes a las estéticas. Así, opinar, expresarse, reír o interactuar que son acciones connaturales a los seres humanos aparecen descritas por los articulistas como algo novedoso; puede explicarse como una mirada de alerta a la dependencia masculina en que se encontraban las mujeres en estos años. Las elaboraciones discursivas más importantes asociadas a la construcción y deconstrucción de la feminidad aparecen sintetizadas en la Tabla 4.

**Tabla 4. Cualidades principales de la feminidad según los discursos de *Cromos*.**

Rol de género	Feminidad			
	Cualidades Físicas	Cualidades Espirituales	Cualidades Morales	Cualidades Sociales o de Distinción
<b>Construcción</b>	Frágiles Blancas Siluetas perfectas Ojos hechizantes Rostros atractivos	Piadosas Creyentes Recatadas Virtuosas Compasivas	Respetuosas Hacendosas Sencillas Hogareñas Solidarias	Elegantes Finas Distinguidas Altivas Dignas
<b>Deconstrucción</b>	Delgadas Negras Habladoras	Desconfiadas Prevenidas	Irreverentes Contestatarias	Vulgares Pobres

*Fuente: Elaboración propia.*

A modo de resumen, el derrotero de este primer periodo da cuenta en estos primeros años de una mujer cobijada por las telas del recato que a media que se van develando inicia un proceso donde su aliado principal, el cuerpo, se va llenado de capital simbólico, capital cultural y capital social a través de su evolución cultural, propiciando así el surgimiento de otros estereotipos de belleza. La consolidación estética de esos nuevos modelos se irá consolidando de acuerdo con la influencia de concursos internacionales como Miss Universo, Miss Mundo o Miss Estados Unidos que son los que revelen los prototipos de belleza y feminidad a los que las mujeres deberán acogerse.

## 5. Discusión

*Cromos* describe el reinado como el lugar de esparcimiento nacional más importante y lo muestra como la única posibilidad de descanso que tiene el país a sus problemas. Además, lo vincula políticamente al encuentro entre regiones a partir de muchas de las concepciones con que la masculinidad concibe a las mujeres: pacíficas, ardientes, divertidas, bellas, elegantes. Por tanto, los varones aprovechan un espacio social como el reinado para refrendar estos ideales y de paso, reforzar su propia condición masculina mediante de un discurso que va más allá de un encuentro nacional motivado por los encantos femeninos. Allí se articulan los mandatos y se reafirman los condicionamientos de género de los cuales los sistemas hegemónicos se valen para imponer sus doctrinas. *Cromos* referencia, incluso el cubrimiento que otros medios de comunicación hacen sobre el reinado como una forma de validar la construcción discursiva sobre la belleza de la mujer colombiana.

Desde la narrativa de estos discursos la mujer es descrita a partir de los roles tradicionales que la masculinidad le ha asignado y que el modelo reina simboliza: el servicio y la entrega a otros incluyendo el deleite de los varones. Por ello, *Cromos* incentiva la reproducción de este modelo de mujer en el país basado en los discursos que año tras año transmite. Las reinas de belleza son emuladas por una gran cantidad de niñas, jóvenes y demás mujeres que consideran apropiado y valedero un proyecto de vida a partir del ser reina por la cercanía al triunfo que la sociedad exige. Esta clase de modelos que los discursos han posicionado de este ideal de mujer no son saludables para la sociedad colombiana teniendo en cuenta que hacen parte de una estrategia del sistema patriarcal para dominar no solo a las mujeres, sino para implantar su sistema hegemónico.

La manera de concebir los roles tanto de hombres como de mujeres dentro de las relaciones de género ha sido producto de las construcciones que históricamente han ideado las estructuras patriarcales, debido entre otros aspectos a que encuentran nichos propicios para la divulgación de la masculinidad. Estas construcciones determinan el orden social establecido para los géneros: vigilan comportamientos, censuran y aprueban conductas y establecen los límites entre dichas relaciones. Desde estos espacios no solo se favorece su reproducción sino que se exalta de forma consiente e inconsciente, directa o indirectamente y por medio de estrategias discursivas.

Estos procesos de dominación encuentran en la comunicación los padrinazgos desde los que se estructuran relaciones de desigualdad e inequidad no solo entre hombres y mujeres sino entre los mismos hombres. Uno de estos epicentros es el RNB que en complicidad con una organización de industrias de la cultura en este caso con uno de los medios de comunicación considerado su aliado, la revista *Cromos*, ha logrado perpetuar gracias a sus discursos este ritual estético como una expresión sociocultural de la nación que ha promovido la sana competencia entre regiones, el esparcimiento y la alegría en torno a la belleza de la mujer colombiana.

Sin embargo, desde esta perspectiva podría pensarse que este es un evento más de los que reúnen y convidan a la sociedad para sumarse a su celebración como efectivamente se ha hecho

desde su inauguración en 1934. Pero ahondando en sus discursos sobre la estética femenina hay toda una estructura de dominación que si bien no se le puede responsabilizar de muchos de los males de nuestra sociedad, son susceptibles de ser analizados en busca de esas relaciones de poder y de inequidad que a lo largo de su historia se ha legitimado al idear, construir y reforzar un sistema de dominación encarnado en las distintas formas de masculinidad a costa de la estetización de la mujer.

## 6. Conclusiones

En esta investigación se abordaron las construcciones discursivas de las participantes en el Concurso Nacional de Belleza asociadas a los imaginarios estéticos de las concepciones sociales e históricas de la feminidad, y de las relaciones de género. El periodo de estudio fue de 1934 a 1955. Se encontró que por intermedio de este ritual estético nacional que empieza a mostrar sus prolongaciones se observa cómo los grupos de poder se valen y se justifican en esta celebración para imponer sus ideologías. En la ciudad de Cartagena en nombre de la belleza se convoca a algo más independiente de que los medios muestren o quieran que se lea. Un proceso discursivo como el examinado en el corpus propuesto en *Cromos* nos permite inferirlo teniendo en cuenta que el RNB fue creado con el objetivo de conmemorar cada noviembre la independencia de Cartagena para lo cual se consideró propicio realizar un concurso que exaltara la belleza de la mujer colombiana proveniente de todas las regiones del país, es decir, las razones de su creación fueron políticas y estéticas en apariencia.

Así, las mujeres se constituyeron en motivo de unión nacional en torno de las cuales se convocó la fiesta patria en la que sus atributos sosegaban los recuerdos de las batallas libradas durante la guerra hispánica. Ellas han alentado con su belleza a un país en el que los hombres necesitan una razón para la celebración y de paso para refrendar sus dotes masculinos por intermedio del elogio y aprobación de la condición femenina. Esta clase de procesos en los que aparecen los hombres ostentando, disfrutando el poder se han convertido en ejemplos para configurar las relaciones de género en el resto del país dada la magnitud nacional que ha alcanzado el concurso en los medios de comunicación.

En concordancia con esto, la responsabilidad periodística trasciende los límites de la función establecida desde los procesos informativos y se disuade en los intereses y propósitos de las ideologías que promueven los grupos dominantes. Dicho de otro modo, el verdadero interés de *Cromos* es perpetuar los estereotipos con los que se le vincula a la masculinidad y a la feminidad, acentuando los determinantes de los roles de género e incidiendo en la manera como se deben establecer las relaciones entre hombres y mujeres. El resultado es la segregación social, política, cultural, económica a la que se condena a quienes subvierten o alteran este tipo de órdenes establecidos desde estas ideologías.

En consecuencia, se infiere que los discursos de *Cromos* contienen algo más que la mera información periodística que puede suscitar un evento como el cubrimiento del RNB como se ha indicado anteriormente. El discurso que promueve este medio se constituye sin ambigüedades y de manera clara en un elemento de dominación que se sabe parte del sistema patriarcal. Si bien es cierto que este es la herramienta de transmisión que la ideología ha usado para hacer ver el RNB como una práctica cultural, ahora toma partido y se convierte en un elemento fundamental para legitimar las relaciones de poder que se articulan desde el concurso de belleza. De este modo, y pese a que el reinado desde su inauguración ha sido considerado un espacio social, de élites porque allí se pone en juego la elección y coronación de la mujer más bella del país, los mecanismos de racialización de la belleza hacen su aparición en función de mantener una hegemonía de clases.

El propósito es permitir solamente la participación exclusiva de candidatas con rasgos distintivos que perpetúen los elementos de dominación que el sistema propone. Esta es una manera no solo de blindar y perpetuar el concurso sino a quienes hacen parte de este, incluyendo a las candidatas y toda su estructura real de posibles intromisiones entre estas la incursión de otro tipo de mujeres, por ejemplo las negras e indígenas. Para tal propósito los medios de comunicación convierten sus discursos en una fuerza social de dominación y sometimiento para imponer a través de estos la hegemonía que los grupos de poder requieren mantener o perpetuar. De tal manera, las relaciones de poder que usualmente no se alcanzan a distinguir cuando el objetivo aparente en el discurso que revela *Cromos* es mostrar mujeres bellas, preparadas, ejemplos sociales y causa momentánea para que un país esté en armonía, van más allá y corresponden a la inclinación que dichos grupos tienen en mantener su posición hegemónica sobre otros.

Como se pudo evidenciar, en el reinado no solo se construye un ideal de mujer, de feminidad y a su vez de masculinidad, sino además un modelo de sociedad heteronormativa a partir del imaginario: reina de belleza. Se resalta que los discursos de *Cromos* internalizan ideas y códigos acerca del cumplimiento obligatorio de unos parámetros estéticos femeninos impuestos a las concursantes, y definidos a partir de unos ideales venidos de la moda o de concursos internacionales de belleza. En este sentido se puede afirmar que el nacimiento del reinado significó para la sociedad colombiana la oficialización de un espacio de legitimación de las concepciones femeninas y masculinas, basadas en el control y ordenamiento de los cuerpos de las mujeres. Esta es una de las razones de su creación y perpetuación a lo largo del tiempo en el país.

Asimismo, los discursos revelan la asignación y ratificación de actividades y funciones de acuerdo con los mandatos de género definido para hombres y mujeres con el objetivo de preservar los ordenamientos que la cultura, la historia, la religión, la biología han establecido válidos. De igual manera, se analiza que las estructuras de poder de la cual hace parte la revista *Cromos* les interesa mantener vivo el mito histórico de los estereotipos de lo masculino frente a lo femenino: hombres superiores, mujeres inferiores; hombres en lo público, mujeres en lo privado; hombres fuertes, mujeres débiles etc. Estos desequilibrios de género buscan como se evidencia en los discursos sobre el reinado de belleza refrendar el tipo de mujer, de hombre, y de relaciones de género que el sistema patriarcal le interesa para mantener su hegemonía social.

**Agradecimientos**

*Este artículo se llevó a cabo bajo la supervisión de la investigadora, doctora María Martínez Lilora de la Universidad de Alicante. Su generosidad académica resultó fundamental para la realización.*

**BIBLIOGRAFÍA**

Aparicio Martín, Encarnación (2015): “Los medios de comunicación en la violencia contra las mujeres: El paradigma de la delgadez”. En: *Historia y Comunicación Social*, vol. 20, n.º. 1, pp. 107-119. Disponible en: [https://doi:10.5209/rev\\_HICS.2015.v20.n1.49550](https://doi:10.5209/rev_HICS.2015.v20.n1.49550) [11/02/2021].

Bolívar Ramírez, Ingrid (2007): “Reinados de belleza y nacionalización de las sociedades latinoamericanas”. En: *Iconos: Revista de Ciencias Sociales*, vol. 28, pp. 71-80. Disponible en: <https://doi:10.17141/iconos.28.2007.229> [19/02/2021].

Bourdieu, Pierre (2000): *La dominación masculina*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Butler, Judith (2005): “Regulaciones de Género”. En: *La ventana*, vol. 3, n.º. 23, pp. 7-35. Disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-94362006000100007&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362006000100007&lng=es&tlng=es) [19/02/2021].

Butler, Judith (2007): *El género en disputa: El feminismo y la subversión de identidad*. Barcelona: Paidós.

Cabrera García, Yolanda (2010): “El cuerpo femenino en la publicidad: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia”. En: *Icono 14*, vol. 8, pp. 223-243. Disponible en: <https://doi:10.7195/ri14.v8i3.236> [11/02/2021].

Concurso Nacional de Belleza (1994): *Las más bellas: Historia del concurso nacional de belleza, Colombia, 60 años*. Cartagena de Indias: Junta Organizadora del Concurso Nacional de Belleza.

Concurso Nacional de Belleza (2004): *Las reinas: Historia de los setenta años del concurso nacional de belleza - Colombia*. Cartagena de Indias: Junta Organizadora del Concurso Nacional de Belleza.

Esteban, Mari (2004): *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.

Fairclough, Norman (1989): *Language and Power*. Londres: Logman.

\_\_\_\_\_. (1995): *Critical Discourse Analysis: the Critical Study of Language*. Londres: Logman.

\_\_\_\_\_. (2006): *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.

Fairclough, Norman y Wodak, Ruth (2000): El Análisis Crítico del Discurso. En: Teun A. van Dijk (coord.): *El discurso con interacción social: estudios del discurso, introducción multidisciplinaria*, pp. 367-404. Barcelona: Gedisa.

Galarza, Emelina, Cobo, Rosa y Esquembre, Mar (2016): “Medios y violencia simbólica contra las mujeres”. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 71, n°. 8, pp. 818-832. Disponible en: <http://doi:10.4185/RLCS-2016-1122> [20/01/2021].

Guasch, Óscar (2006): *Héroes, científicos, heterosexuales y gays*. Barcelona: Bellaterra.

\_\_\_\_\_. (2008): “Los varones en perspectiva de género. Teorías y experiencias de discriminación”. En: *Asparkia*, n°. 19, pp. 29-38. Disponible en: <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/467> [17/02/2021].

Heredía, Nicolás y Espejo, Gladys (2009): “Historia de la belleza”. En: *Acta de Otorrinolaringología & Cirugía de Cabeza y Cuello*, vol. 37, n°. 1, pp. 31-46. Disponible en: <https://doi.org/10.37076/acorl.v37i1.322> [06/02/2021].

Lamas, Marta (2013): “Usos, dificultades y posibilidades de la categoría “género”. En: Marta Lamas (comp.): *El género: La construcción cultural de la diferencia sexual*. Ciudad de México: PUEG, pp. 327-366.

Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean (2015): *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama.

Madrazo, Jorge (2006): “Belleza, sí, pero ¿qué es eso?”. En: *Atenea*, n°. 493, pp. 11-22. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-04622006000100002> [06/02/2021].

Martín-Barbero, Jesús (2002): “Pistas para entre-ver medios y mediaciones”. En: *Signo y pensamiento*, vol. 21, n°. 41, pp. 13 – 20. Disponible en: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2778> [22/05/2021].

Martín-Barbero, Jesús (2010): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Anthropos Editorial.

Martínez Lirola, María (2010): “Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación”. En: *Palabra Clave*, vol. 13, n°. 1, pp. 161-173. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10045/15646> [10/02/2021].

Martínez Lirola, María (2012): “Aproximación a la interacción virtual: el caso de la red social Badoo”. En: *Palabra Clave*, vol. 15, n°. 1, pp. 107-127. Disponible en: <http://DOI:10.5294/pacla.2012.15.1.5> [18/01/2021].

McLuhan, Marshall; Powers, Bruce (2015): *La aldea global. Transformación en la vida y en los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI. La globalización del entorno*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Pedraza Gómez, Zandra (2011): *En cuerpo y alma. Visiones del progreso y la felicidad: Educación, cuerpo y orden social en Colombia (1830-1990)*. Bogotá: Universidad de los Andes.

Perdomo Colina, Hugo (2019): “Aproximación discursiva a la construcción de la feminidad en el Concurso Nacional de Belleza de Colombia: 1977 – 2018”. En: *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, n°. 14, pp. 681-704. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.18002/cg.v0i14.5845> [20/01/2021].

Pérez Lugo, Ana, Gabino Campos, María y Baile, José (2016): “Análisis de los estereotipos estéticos sobre la mujer en nueve revistas de moda y belleza mexicanas”. En: *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, vol. 7, n.º. 1, pp. 40-45. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2016.02.001>. [02/02/2021].

Rutter-Jensen, Chloe (2005): *Pasarela paralela: escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Salinas Ressini, Daniela (2011): “Los medios de comunicación, los ideales de belleza y la manifestación de anorexia”. En: *Punto Cero: Universidad Católica Boliviana*, vol. 16, n.º. 23, pp. 18-24. Disponible en: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762011000200004&lng=es&tlng=e](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762011000200004&lng=es&tlng=e) [05/02/2021].

Sarlo, Beatriz (1994): *Escenas de la vida posmoderna, intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires: Ariel.

Scott, Joan (1996): “El género: Una categoría útil para el análisis histórico”. En: Marta Lamas (comp.): *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. Ciudad de México: PUEG, pp. 265-302.

Shoemaker, Pamela y Reese, Stephen (1991): *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. New York: Longman.

Soley Beltran, Patricia (2015): *¡Divinas! modelos, poder y mentiras*. Barcelona: Anagrama.

Van Dijk, Teun (1977): *Text and Context: Exploration in the Semantics and Pragmatics of discourse*. Londres: Logman.

\_\_\_\_\_. (1980): “Algunas notas sobre la teoría y la ideología del discurso”. En: *Semiosis*, n.º. 5, pp. 37-53. Disponible en: <http://cdigital.uv.mx/handle/123456789/5918> [22/01/2021].

\_\_\_\_\_. (1981): *Studies in the Pragmatics of discourse*. New York: Mouton. Van Dijk, Teun (2009): *Discurso y Poder*. Barcelona: Gedisa.

\_\_\_\_\_. (1997): *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.

\_\_\_\_\_. (2006): *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.

\_\_\_\_\_. (2011): *Sociedad y Discurso. Cómo influyen los contextos sociales sobre el texto y la conversación*. Barcelona: Gedisa.

\_\_\_\_\_. (2016): “Estudios Críticos del Discurso: Un enfoque sociocognitivo”. En: *Discurso & Sociedad*, vol. 10, n.º. 1, pp. 137-162. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5640506> [18/01/2021].

Walzer, Alejandra y Sanjurjo, Pablo (2016): “Los medios de comunicación y el tatuaje contemporáneo”. En: *Comunicación y Sociedad*, vol. 29, n.º. 1, pp. 69-81. Disponible en: <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/40173/1/Alejandra%20Walzer.pdf> [15/02/2021].

Zallo, Ramón (2011): *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.