

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Reinas de belleza y mr. Músculos. Sociología de la exhibición corporal en concursos de pasarela.

Francisco Javier Cortazar Rodríguez.

Cita:

Francisco Javier Cortazar Rodríguez (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 Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/2157>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Reinas de belleza y mr. Músculos

Sociología de la exhibición corporal en concursos de pasarela

Dr. Francisco Javier Cortazar Rodríguez

Profesor-Investigador del Departamento

de Estudios Socio-Urbanos

Universidad de Guadalajara, México

fcovier@yahoo.com

Resumen

Los concursos de belleza femeninos tienen una historia que apenas se remonta a poco más allá de cien años, mientras que los concursos de musculatura masculinos son más recientes, algo así como unos sesenta años, aunque también cuentan con antecedentes que permiten remontar su historia más atrás.

Aquí me propongo anotar algunos de estos antecedentes, aunque mi interés principal se situará en aquello que ambos tienen en común: el artificio como recurso para lograr la perfección. Este artificio se alimenta de varios recursos tales como las cirugías plásticas, el ejercicio, las dietas, el control de la alimentación, la química y las técnicas del cuerpo adecuadas para su exhibición pública. Es decir, se trata de dominar el cuerpo mediante recursos que en el discurso social son cada vez más válidos, incluso deseables y exigibles.

Iniciaré este recorrido trazando primero las características de los concursos de musculación para después pasar a los concursos de belleza femeninos, concluyendo en el énfasis que ambos tienen como recurso para alcanzar el éxito y el reconocimiento social.

El *body-building*

También llamado musculación y físico-constructivismo, se trata de moldear el cuerpo mediante el incremento de la masa muscular a través del ejercicio físico en gimnasios, acompañando el esfuerzo con la vigilancia dietética y la ingesta de bebidas energizantes, complementos vitamínicos y, de manera creciente, con el auxilio de esteroides anabolizantes.

Además el cuerpo se ve sometido a una estética corporal que busca enfatizar los logros alcanzados: uso de aceites y bronceados para marcar aún más cada músculo, la depilación del vello, la ropa ajustada, el aprendizaje de poses corporales específicas, las distintas categorías de competición y los títulos a los que se aspira, muy semejantes a los de los concursos de belleza femeninos: Mr. Musculos, Mr. Universo, Mr. Atlas, etc.

Aquí el cuerpo es visto como una masa, una arcilla que debe ser moldeada a voluntad, sometida a un diseño hasta alcanzar una meta deseada, materia manipulable a través del ejercicio y el sacrificio, junto con la química de última generación. Esfuerzo interior puesto en marcha para alcanzar una apariencia exterior donde priman las representaciones fantasmagóricas de belleza, fortaleza, vigor y salud. No sólo para cambiar la mirada que nosotros tenemos sobre nuestro propio cuerpo, sino fundamentalmente para lograr la aprobación y la admiración en la mirada de los demás hacia nosotros.

Es la transformación del cuerpo en una máquina donde la identidad es trabajada a través de los músculos, vistos como un producto controlable, la grasa es vista como un parásito, la alimentación es una disciplina y el gimnasio representa el lugar donde el cuerpo es castigado para lograr su perfección. El entrenamiento es una práctica ascética (de renuncia a los placeres como vía de perfección) de una existencia dedicada a los músculos y a la apariencia. En el caso de los hombres es una demostración de masculinidad, mientras que en las mujeres es una práctica de igualdad frente al hombre, al menos en su apariencia. Las consecuencias negativas son los peligros para la salud por el uso masivo de esteroides anabólicos que pueden acarrear la muerte súbita, y para las mujeres es la pérdida de la feminidad (por la transformación de la masa corporal y la pérdida de la

menstruación). El espejo es el *alter-ego* que nos devuelve nuestra imagen. Mediante la ayuda de la alta tecnología, a través de los aparatos de musculación, la estructura muscular se hace visible bajo la piel, pieza por pieza. Es la escultura de sí (Esteveao y Bagrichevsky 2004; Heywood 1998).

En la práctica, esa masa corporal es inútil en la vida diaria, pues no se trata de ejercer la actividad física en sí, sino de una apariencia de fortaleza estética. El esfuerzo en los ejercicios tiene la dimensión simbólica del dolor. Entre más se sufre mejor los músculos se desarrollan y el resultado lleva a un goce de sí, a sentirse bien, a alcanzar el paraíso deseado en el mundo del aquí y ahora.

Entre los adeptos de esta nueva religión del cuerpo se tiene la auto-percepción de ser un “hombre de acero”. Imaginario alimentado en parte por las estrellas de cine, televisión y comic (los superhéroes) de cuerpos hipertrofiados (desde el mítico Charles Atlas en la década de los años veinte del siglo pasado hasta los recientes Arnold Schwarzenegger y Sylvester Stallone). Aunque como tendencia el físico-culturismo se desarrolla a partir de los años 50 en Estados Unidos, pero no es sino hasta los años 70 y 80 que adquiere verdadera fuerza a través de la moda de los gimnasios como lugares consagrados al cultivo del cuerpo y su apariencia (Le Breton 1999). Más aún, es a finales del siglo XIX y principios del XX que podemos datar el surgimiento de este nuevo imaginario sobre la fortaleza física, con los circos itinerantes de entonces, donde junto a otros prodigios y maravillas se exhibía a la mujer barbuda, al hombre bala y, por supuesto, al hombre más fuerte del mundo, generalmente vestido con una piel de animal salvaje a la manera de un cavernícola, levantando unas enormes pesas y mostrando una expresión fiera.

Una tendencia que atestigua lo difundido de la práctica del físico-constructivismo la encontramos en la presencia cada vez más cotidiana de centros de nutrición que venden pastillas, medicamentos, complementos dietéticos, bebidas energéticas, suplementos, vitaminas de diseño y multivitamínicos adicionados para el cuidado corporal. Tanto para asiduos a los gimnasios como para los practicantes ocasionales, deseosos de adquirir la forma deseada en el menor tiempo posible y con poco esfuerzo.

Paradójicamente, cercano al epicentro de este fenómeno, encontramos este mismo deseo de tener un cuerpo perfecto gracias a la proliferación de aparatos y dietas milagrosas que juran que podemos acceder a él con poco esfuerzo, en poco tiempo, apenas con esfuerzo y siempre desde la comodidad del hogar. Todos se presentan como “científicamente probados” y nos garantizan el éxito en apenas unos pocos días. Su presencia abunda en los anuncios de la televisión y en revistas

de toda índole. Los aparatos de ejercicio domésticos (bicicletas estacionarias, aparatos de remos, gimnasios todo en uno y tablas de abdominales) representan una de cada cinco adquisiciones de telecompra y comienzan a imponer su presencia en los mercados virtuales de Internet¹, lo que también testifica el crecimiento de los deportes individuales, que carecen de reglamentaciones y exigencias competitivas y donde predomina el aspecto lúdico y distractivo.

Es paradójico que mientras odiamos o menospreciamos nuestro cuerpo por pasar tantas horas sentados viendo televisión añoremos tener un cuerpo “como los de la tele”. A lo anterior debemos añadir la representación del cuerpo en la publicidad y el canon de belleza occidental, tanto de hombres como de mujeres, que nos ofrecen promesas de perfeccionamiento, desde blanquearnos los dientes, tener un mejor aliento, una piel más suave o más blanca², un cabello más sedoso y un cuerpo bien depilado, de forma que parezca “natural” (Hoff 2005). Al mismo tiempo el discurso contemporáneo sobre el cuerpo se enfoca también en ideales de prevención: el cuerpo debe preservarse de enfermedades mediante vacunas, chequeos médicos, gimnasia y aire libre. Es sintomático que mientras en los años setenta en los puestos de revistas apenas sí existían revistas sobre salud hoy es posible encontrar decenas de ellas y numerosas secciones especializadas en otras tantas revistas dedicadas a otros temas.

Como otros tantos problemas que presenta el físico-culturismo actual se encuentra el uso de sustancias peligrosas y el la fuerte presión social por lograr metas y estéticas deseadas. Los desordenes de la alimentación en los deportistas de gimnasio suelen estar influenciados por estas colectivas en el logro de metas y el tener un cuerpo estético que muestre los avances logrados (Behar y Hernández 2002). Al mismo tiempo, muchos físico-constructivistas muestran baja autoestima, pues dependen del reconocimiento ajeno como mecanismo para obtener satisfacción (Restrepo et al, 2007). Por su parte, la vigorexia es el síndrome a través del cual las personas que lo padecen pasan largas horas en el gimnasio ejercitándose varios días a la semana, renunciando a mantener una vida social regular, así como en la presencia de trastornos de la conducta como la ansiedad, culpabilizándose si han faltado a alguna sesión (Arbinaga 2005).

¹ *La Vanguardia* (19 Marzo 2006) “El negocio de la salud y el deporte crecen a medida que se amplía la sociedad sentada”.

² *Clarín* (27 Diciembre 2006) “En la India, los hombres compran una nueva imagen para conseguir novias hermosas”.

El ansia por lograr un vientre plano, marcado, realizando abdominales, no está exento de mitos, pues sólo se ejercita un pequeño porcentaje de dichos músculos y casi no se quema grasa. Realizar 20 repeticiones de abdominales quema apenas 9 Calorías (Heredia Elvar 2004).

Más importante nos parece resaltar el discurso higienista sobre la rectitud corporal, que como ha señalado Vigarello (2005), viene desde el siglo XVIII, mediante el cual se buscaba “urbanizar” (disciplinar) a las clases populares organizándolas, antes que definiendo los modales, discurso no exento de una clara imagen militar: pecho de fuera, estrechez en la cintura, brazos bien extendidos, piernas firmes y caminar recto. Señalaremos también el componente de distinción social que implica acudir al ciertos gimnasios, pues algunos de ellos, los pertenecientes a las cadenas trasnacionales, llegan a pagar hasta 2 mil 500 pesos mexicanos al mes por una membresía (equivalentes a unos \$ 185.00 dls. en mayo de 2009).

Por último, en los concursos de musculación en pasarela, éste se realiza a través de la puesta en exhibición del cuerpo casi desnudo, a través de la adopción de poses ante un jurado y un público. El jurado debe discernir quién realiza las poses más espectaculares y quien a trabajado mejor los músculos a través del cierta apariencia de la “objetividad” dada por la “neutralidad” de las medidas anatómicas y la apariencia estética.

Aún nos resta señalar otros aspectos de esto, pero el espacio se nos acaba y debemos pasar a otros menesteres. Por lo que dejamos la pasarela para la exhibición de los concursos de belleza femeninos.

Los concursos de belleza femeninos

Antiguamente los concursos de belleza estaban relacionados con las festividades populares y rurales para celebrar el inicio de las cosechas, la feria del pueblo, el inicio del carnaval y otras. Pero la posterior urbanización de las ciudades motivó un cambio en los certámenes, convirtiéndolos en eventos primero de representación de las clases acomodadas, posteriormente en la irrupción de las nacientes clases medias, ritos de representación de la región y de la nación y en la posterior espectacularización del evento con la irrupción de la televisión y el reino de la imagen y la mercadotecnia (Salamanca 2006).

El fenómeno se volvería más “objetivo” con el ascenso de la “objetividad” y “neutralidad” que brindan los pesos y medidas, desarrollándose así la famosa dictadura de las medidas, que surge poco a poco desde los años 20 pero se consolidan definitivamente hasta los años 50 y 60³. La “objetividad” de las medidas perfectas es importante pues implica dos cosas como mínimo. Por una parte, cambia la relación entre estar gorda o “bien”, estar en línea o pasadita de peso. Por la otra, significa que de ahora en adelante la belleza es algo que se puede medir, pesar y mensurar (Vigarelo 2004).

Los primeros concursos de belleza modernos nacionales tienen sus orígenes en los años 20, pero no será sino hasta después de la II Guerra Mundial en que se institucionalizan plenamente. Miss Universo se establece en 1950 y Miss Mundo en 1951⁴. Por una parte, el anglicismo “miss” confirma la expansión de la cultura americana vehiculada a través de la imagen (por películas, revistas y portadas de discos). *Miss* es la expresión abreviada de *Mistress*, y en español se suele agregar el indicativo del plural “es” para hablar de *Misses* (Finon 1999: 120). En ciertos países como México aún se emplea el término “señorita”, que en su acepción cotidiana implica cierta moralidad y buenas costumbres pues también se emplea como sinónimo de virgen, no casada, de buena familia.

Si bien los concursos de belleza han perdido parte de su encanto siguen siendo, no obstante, un ritual muy difundido. Aquí el cuerpo se convierte en un espectáculo y se alienta entre las concursantes el aliento el ejercicio físico y la vigilancia permanente sobre el propio cuerpo.

Simbólicamente estos concursos *encarnan* una imitación de las viejas monarquías europeas a través del uso de coronas, capas, báculos y títulos; Reina, Princesas, Damas de compañía, Corte de honor (Finol 1999).

Un motivo recurrente por el que las chicas participan en estos concursos es que lo ven como una entrada al mundo del modelaje y la televisión, acompañado de un tren de vida rutilante: viajes, cenas, vestidos de noche, maquillajes, joyería, relaciones importantes, contratos publicitarios y

³ En un inicio se consideraba un peso ideal de 60 kilos para 1.60 mts. de estatura para cambiar posteriormente a 55 kilos para la misma altura. De hecho, una diosa de la pantalla de plata como Marilyn Monroe sería hoy severamente criticada pues sus medidas corresponderían hoy a lo que se entiende por “estar llenita” o “pasadita de peso”. Hoy, una modelo de pasarela internacional mide fácilmente 1.80 mts. y pesa alrededor de 54 kgs.

⁴ El primer concurso de Miss Mundo, rival de Miss universo, exhibió a las concursantes en bikini, debido a la reciente introducción de esa prenda, medida que cambió al año siguiente por el traje de baño ante las inconformidades del público.

premios. Cada una de las chicas que ha logrado la admisión como candidata, cumpliendo los respectivos requisitos que cada organizador marca, es enseñada a caminar, sentarse, sonreír, conservar la línea mediante dietas, modales de etiqueta y maquillaje y seguir una rutina de ejercicios varias horas al día, y deben firmar contratos con la organización estipulando sus deberes y ella se encargará de llevarlas a los distintos concursos internacionales. Hasta hace muy pocos años las bases de los distintos concursos de belleza estipulaban que las candidatas deberían tener una belleza “natural”, hoy ese criterio ha cambiado y ya se permiten las cirugías plásticas, pero sólo para corregir pequeños “defectos”, para alcanzar la “perfección”, nunca para realizar un cambio radical.

El ritual de los concursos de belleza, según José Enrique Finol (1999), sigue varias etapas. Entre ellos el de dotarlos de cierta dignidad y respetabilidad cultural, alejándolo de la mera representación carnal. Cada aspirante debe ser entrevistada para resaltar su dominio de idiomas, estudios realizados, autores favoritos, pasatiempos y sus deseos para mejorar el mundo.

Aparentemente las concursantes son todo sonrisas y camaradería, las imágenes nos las muestran en distintos eventos divirtiéndose y apoyándose, alegres y despreocupadas. Pero, tras la máscara del consenso y el compañerismo se encierra una fiera competencia, envidias y golpes bajos. Las perdedoras deben simular con su sonrisa que están conformes, aplauden a la ganadora y la felicitan en medio de abrazos y besos⁵.

Por su parte, los jurados suelen ser representantes de los distintos sectores sociales interesados en el concurso: empresarios, patrocinadores, políticos, publicistas, directivos de medios, ex-misses y actores/actrices. Los animadores/anfitriones median entre las candidatas y los jurados y el público. Ellos orientan y dirigen todo el proceso, presentan a las candidatas, las interrogan, marcan los cortes publicitarios, generalmente se trata de un hombre y de una mujer y suelen vestir de etiqueta y traje de noche. A veces se cuenta con comentaristas en el plató de televisión para enfatizar distintos aspectos de la velada y hacer pronósticos sobre las favoritas. El público presente es entusiasta, muchos de ellos son familiares o co-terruños de alguna de las concursantes y organizan porras para animarlas.

⁵ Osmel Sosa, organizador del concurso Miss Venezuela, declaró a un periodista en 1983: “te podrás imaginar el cuadro: veinte narcisistas, una sola gana y el resto pierde. Las perdedoras se ofenden y empiezan a criticar para quedar bien ellas” (citado en Finol, 1999: 107). En el concurso de Miss Universo 2008 fue noticia internacional que la candidata de tal país afirmó que su vestido de noche fue impregnado con pimienta antes del desfile respectivo. A propósito, no podemos dejar de citar la comedia norteamericana “Muerete bonita” (*Drop Dead Gorgeous*, 1999) que muestra los golpes bajos que se dan entre sí las concursantes de un certamen regional.

Es espectáculo suele componerse de tres desfiles que otorgan puntos para la competencia, crean identificaciones y dan respetabilidad: la primera presentación de las candidatas es un número musical, que aspira a marcar en la memoria del espectador la coordinación y gracia de las candidatas al tiempo que las presenta una a una. El musical crea una identificación entre el baile, la música y la alegría creando una atmósfera de fiesta y exuberancia. A veces aparecen niños que las acompañan, lo que refuerza la imagen de espectáculo inocente apto para todo el público, al tiempo que proyecta las imágenes de inocencia y futuro prometedor.

El primer desfile es en traje típico, que sirve para presentar a la candidata de cada país como si fuera una mujer más, una mujer típica del país al que representa y crea un vínculo de representación simbólica pues el traje representa a todo un país y se vuelve vehículo de nacionalismo.

El segundo desfile es en traje de baño, que crea un vínculo entre ellas y los paisajes exóticos que les sirven de marco, así las bellezas naturales geográficas quedan ligadas con la belleza física de la mujer. Aspecto importante económicamente hablando pues el país anfitrión desea atraer turistas en busca de locaciones exóticas

El último desfile presenta a las candidatas en traje de noche, dándole un toque de sofisticación y elegancia, evento de alta clase social al enfatizar aquello que pueden ser las chicas; codearse con la crema y nata y no desmerecer.

La elección de las semifinalistas hace insistencia en la imagen consensual del evento (“todas merecen ganar”). La última entrevista pretende “revelar” algo más de su personalidad, lo que el jurado aquilataría para su veredicto final. Deben mostrar que son algo más que un cuerpo, que también hablan y piensan por sí mismas.

Los premios corresponden a las empresas patrocinadoras cuyo mercado se centra en el mercado de la apariencia corporal; cruceros, jacuzis, teléfonos celulares, relojes, viajes, *resorts*, tarjetas de crédito. La coronación de la triunfadora es la “prueba glorificante”, la coronación de un largo esfuerzo iniciado mucho tiempo atrás al tiempo que humaniza a la reina: abrazos, risas, lágrimas y emoción.

Las técnicas corporales

El antropólogo francés Marcel Mauss denominó como “técnicas del cuerpo” los recursos a través del cual nuestro cuerpo aprende, encarna y hace cuerpo nuevas habilidades y aprendizajes de forma que parezcan “naturales” y no aprendidas, algo “innato” antes que algo que requirió de inversión de tiempo, esfuerzo y dinero. Así aprendemos nuevos pasos de baile, a andar en bicicleta, a nadar o montar a caballo. Al principio el cuerpo es torpe y a medida que aprendemos y practicamos introyectamos el saber y lo hacemos propio (Mauss 1979).

Esta idea es importante pues en los concursos de belleza y en los concursos de musculación los participantes aprenden múltiples técnicas del cuerpo para dominar mejor éste y hacerlo parecer como natural. Hay dos tipos de técnicas del cuerpo que otorgan distinción: la educación y la imitación prestigiosa (Op cit). Una de estas técnicas la vemos en acción en los desfiles, se aprende y se imita la forma de caminar de los modelos de pasarela: desplazamiento lento, ondulación de las caderas, torsión de los hombros y de la cabeza, adelantamiento de una pierna sobre otra, etc. (Finol 1999: 111).

La presentación del cuerpo y los recursos para perfeccionarlos (cuidados, rutinas, disciplinas, ejercicios y artificios) lo presentan como algo natural, vía lo artificial, lo que legitima los productos y los procesos y los productos (perfumes, ropa, alimentos dietéticos, maquillajes, hidratantes, jabones, afeites, etc.).

El desfile en traje de baño sirve para medir el cuerpo (tasar, ponderar, pesar y mensurar la medida de la perfección, lo que incluye la edad, es decir, antes de ser “viejas” o “viejos” de más de 22 o 24 años). El cuerpo es visto en movimiento y de él se juzgan sus magnificencias, ondulaciones, gracia y movimientos, así como la forma de las extremidades, cintura y cadera. La estatura y el peso son otros criterios contemporáneos para sopesar la belleza pues a unos y otros se les exigen mínimos de estatura y el peso debe ser rigurosamente controlado⁶. Mientras que las medidas “objetivas” permiten controlar, divulgar y reforzar patrones supranacionales de belleza que, si se tienen, abren las puertas al competitivo y efímero mercado internacional de la belleza.

⁶ Concursantes, modelos y actrices y actores que han sufrido problemas de sobrepeso conocen virulentos ataques por su “dejadez” y falta de disciplina, como se puede ver en cualquier sección noticiosa dedicada a los chismes de la farándula.

Conclusiones

Los concursos de belleza femeninos no han estado exentos de polémica. Desde las voces feministas que los juzgan aberrantes al considerarlos como pasarelas de muñequitas descerebradas que solo ensalzan la carne y son reflejo de los valores patriarcales, la identificación de la belleza femenina como imagen de la nación y la identidad (Pequeño 2004: 115), la representación de emergentes clases sociales (Bolívar 2007) y grupos étnicos ignorados (Moreno 2007), la denuncia de patrones de belleza occidentales (Assayag 1999), o la emergencia de concursos alternativos indígenas (Goetschel 2004).

Por su parte, mientras que los concursos de *body-building* siguen siendo más discretos, el imaginario sobre la apariencia del cuerpo tonificado gana terreno. La hipertrofia muscular aún no gana los corazones y los bolsillos de la mayor parte de la gente, pero sigue avanzando. En todo caso nos interesa más señalar algunas conclusiones de ambos tipos de concursos.

En efecto, los concursos de pasarela corporal son fenómenos complejos; mapa de las representaciones sociales, imagen de la nación, de momentos históricos de construcción de la identidad nacional, ilustran disputas, conflictos y tensiones, las cambiantes reglas e imaginarios sobre lo que debe ser bello y cómo medirlo, las técnicas necesarias para conservarlo, la invasión del marketing corporal, imagen del éxito y de la movilidad social, explotación del nacionalismo, disputa de los preceptos religiosos y morales, reflejo de la modernidad alcanzada por una nación, la visibilidad o invisibilidad social, rectitud moral, laxitud individual, etc.

Uno de los mayores problemas es que la imagen de la mujer ha quedado demasiado ligada a la belleza física, lo cual ha generado numerosas críticas por sus numerosas implicaciones, entre ellas la eugénesis social. La eugénesis busca el “mejoramiento” de la raza al buscar ciertas características deseables y la eliminación otras mediante los genes (la genética). En efecto, los concursos de belleza, la publicidad y los medios de comunicación proyectan modelos físicos específicos como ejemplo para los demás generando así una eugénesis social.

Por otra parte, los concursos de pasarela física rompen con el paradigma de cuerpo-mente, privilegiando el cuerpo. Ambos constituyen la puesta en escena del *espectáculo del cuerpo*, pura exhibición objeto del escrutinio de la mirada humana y de la cámara. Esta última tiene la posibilidad de observar el cuerpo desde distintos ángulos, en todos sus movimientos y atuendos que lo cubren

y lo des-cubren. El cuerpo aparece como descerebrado, pues poco importa la palabra de los concursantes, mientras menos hablen mejor, son cuerpos mudos hechos solamente para ser contemplados, sin discurso ni reivindicaciones, son cuerpos conformes, satisfechos de sí mismos.

El espectáculo del cuerpo es aquí objeto de admiración y vanagloria, expresión máxima de la tecnología corporal contemporánea de la presencia y de la belleza. El cuerpo aquí es vehículo y expresión de la tecnología de la belleza, del lenguaje de las apariencias, del *look*, del modelaje, de las técnicas de caminar, sonreír, gesticular, pararse y moverse para resaltar ciertas partes. Cuerpos fabricados, amaestrados y expuestos. No hay personalidad, solo apariencia que entra por los ojos, cuerpos idealizados objeto del deseo y contemplación.

Los rituales de pasarela nos informan sobre los nuevos valores que la sociedad espera y desea, al alcance de quien se discipline y consuma los productos que le darán la forma deseada, sujetos de admiración y envidia. El cuerpo, en el mundo contemporáneo, es una arcilla, moldeable a voluntad, donde cada quien puede aspirar al auto-moldearse el cuerpo que desee a condición de imponerse la disciplina necesaria para lograrlo. Pero el cuerpo hoy no es sólo mercado, es ante todo un fenómeno social y cultural de gran envergadura, objeto digno de ser mostrado, exhibido, visto, comercializado, mejorado, moldeado e incrementado a voluntad. Instrumento de comercialización y contemplación, vehículo de representaciones colectivas de la nación y de la política, no exento de conflictos y negociaciones.

Bibliografía

- Amadeu, Jean-François (2002) *Le poids des apparences. Beauté, amour et gloire*, París, Odile Jacob.
- Arbiaga Ibazábal, Félix (2005) "Ansiedad física social en varones que se inician al entrenamiento de la musculación: un estudio exploratorio", *Revista Brasileña de Ciência e Movimento*, (13) 1, pp. 51-60.
- Assayag, Jackie (1999) "La glocalisation du beau. Miss Monde en Inde, 1996", *Terrain*, 32, Marzo, pp. 67-82 (<http://terrain.revues.org/index2743.html>).
- Behar A., Rosa y Patricia Hernández T. (2002) "Deportes y trastornos de la conducta alimentaria", *Revista Médica de Chile*, (130) 3, Marzo.
- Bolívar Ramírez, Ingrid Johanna (2007) "Reinados de belleza y nacionalización de las sociedades latinoamericanas", *Iconos*, No. 28, Quito, Mayo, pp. 71-80.
- Cartoccio, Eduardo (2004) "Efectos culturales de la proliferación de los gimnasios en la década de 1990", *EF y Deportes*, (10) 78, Noviembre (<http://www.efdeportes.com/efd78/gimnas.htm>).
- Finol, José Enrique (1999) "Semiótica del cuerpo: El mito de la belleza contemporánea", *Opción*, 15 (28), pp. 101-124.
- Goetschel, Ana María (2004) "Musas ondinas y misses: estereotipos e imágenes de las mujeres quiteñas en los años 30 del siglo XX", *Iconos*, No. 20, Flacso-Ecuador, Quito, pp. 110-113.
- Heredia Alvear Juan Ramón y Miguel Ramón Costa (2004) "Medias verdades, ¿grandes mentiras? en el entrenamiento de la musculatura abdominal: una visión integradora", *EF y Deportes*, (10) 71, Abril (<http://www.efdeportes.com/efd71/abdom.htm>).
- Hoff, Tania (2005) "O corpo imaginado na publicidade", *Cadernos de Pesquisa*, No. 1, Sao Paulo, ESPM, pp. 9-64.
- Hoyas Luna, Marta (2008) "Miss España 2008", *Crítica 3: Revista de Cultura Popular*, No. 1, 2008.
- Le Breton, David (1992) *La sociologie du corps*, París, Presses Universitaires de France, Col. Que sais-je? No. 2678.
- Le Breton, David (1999) *L'Adieu au corps*, París, Métailié.
- Mariani, Luis I. y Pablo Y. Chapur () "Síndrome del fisicoculturista: ¿nuevo trastorno de la conducta alimentaria?", *Alcmeon*, 14 (http://www.alcmeon.com.ar/4/14/a14_09.htm).
- Moreno, María (2007) "Misses y concursos de belleza indígena en la construcción de la nación ecuatoriana", *Iconos*, No. 28, Mayo, Flacso-Ecuador, Quito, pp. 81-91.
- Mauss, Marcel, (1979) "Técnicas y movimientos corporales", en *Sociología y antropología*. Madrid, Tecnos: 335-356.
- Pequeño, Andrea (2004) "Historia de misses, historia de naciones", *Iconos*, 20, Flacso-Ecuador, Quito, pp. 114-117.
- Pérez Restrepo, Victoria, et. al. (2007) "Acerca de un caso de dismorfia muscular y abuso de esteroides", *Revista Colombiana de Psiquiatría*, (36) 1, pp. 154-164.
- Salamanca, Juan "Un siglo de soberanas de belleza colombiana", *Credencial Historia*, 196, Abril 2006 (<http://www.lablaa.org/blaavirtual/revistas/credencial/abril2006/belleza.htm>).
- Vigarello, George (2004) *Histoire de la beauté. Le corps et l'art d'embellir de la renaissance à nos jours*, París, Seuil, Points.
- Vigarello, George (2005) *Corregir el cuerpo. Historia de un poder pedagógico*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Documentales

- *Bigger, stronger, faster* (2008) Dir. Chris Bell. Documental sobre el uso y abuso de esteroides en la cultura norteamericana como medio para alcanzar el éxito social.