



## La bellocracia en el siglo XXI

### Bellocracy in the 21st Century

**Magdiel Gómez Muñoz<sup>1</sup>**

Universidad de Guadalajara – CUCiénega

Ocotlán, Jalisco, México

<https://orcid.org/0000-0002-0709-3460>

[magdiel.gmuniz@academicos.udg.mx](mailto:magdiel.gmuniz@academicos.udg.mx)

**Alma Jessica Velázquez Gallardo<sup>2</sup>**

Universidad de Guadalajara – CUCiénega

Ocotlán, Jalisco, México

<https://orcid.org/0000-0001-9183-7727>

[alma.vgallardo@academicos.udg.mx](mailto:alma.vgallardo@academicos.udg.mx)

---

URL : <https://www.unilim.fr/trahs/5408>

DOI : 10.25965/trahs.5408

Licence : CC BY-NC-SA 4.0 International

---

**Resumen:** La presente investigación se enmarca en una sumatoria de supuestos derivados de un eje nuclear que es la belleza, como protagonista de una complejidad social del siglo XXI. Se busca reconocer elementos en torno a la dominación exógena de patrones estéticos, que obligan a cosificar experiencias nacidas desde lo instintivo en relación con los límites axiológicos. La belleza, bajo el enfoque de esta investigación, mercantiliza y cosifica el cuerpo femenino dentro de un mercado fluctuante entre oferta y demanda, con tabulaciones y precios definidos por la cultura occidentalizada. El costo de “ser bella” produce “espirales del silencio”, donde la degradación, la indiferencia, incluso la prohibición son elementos que distinguen el mundo de la transgresión y el culto al ego. El soberano frenesí del cetro y la corona completan rituales de veneración de lo estético, con las dificultades derivadas de una lógica amigo-enemigo. El otro, es una amenaza natural que, se debe derrotar en los certámenes y la pasarela. Lo anterior, enmarca a los elementos que se deben considerar para que los modelos de vida y vida de modelos sean

---

<sup>1</sup> Profesor Investigador de la Universidad de Guadalajara, adscrito al Departamento de Política y Sociedad en el Centro Universitario de la Ciénega (CUCiénega). Coordinador del Doctorado en Ciencia Política (CUCiénega). Integrante del Cuerpo Académico Consolidado UDG-CA-562: Educación, Políticas Públicas y Desarrollo Regional. Presidente de la Academia de Ciencia Política – CUCiénega. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1 (SNI 1-CONACYT). Perfil PRODEP. Integrante de: Red Internacional América Latina, África, Europa y el Caribe (Red ALEC); Laboratorio de Estudios Metropolitanos (LEMet-ColJal). Web site: <https://magdielgmuniz.wixsite.com/misitio> ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Magdiel-Gomez-Muniz>

<sup>2</sup> Profesora Investigadora de la Universidad de Guadalajara, adscrita al Departamento de Política y Sociedad en el Centro Universitario de la Ciénega (CUCiénega). Miembro líder del Cuerpo Académico Consolidado UDG-CA-562: Educación, Políticas Públicas y Desarrollo Regional. Presidenta de la Academia de Derecho Público – CUCiénega. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel “C” (SNI -CONACYT). Perfil PRODEP. Integrante de: Red de Estudios Latinoamericanos y Cultura Chicano – Ibérica (RELACI).

entendibles, como herencia de hábitos facultativos atrapados en ilusiones de autorrealización y desarrollo.

Palabras clave: belleza, certamen, cosificación, erotismo, poder

Résumé : Cette recherche s'inscrit dans une somme d'hypothèses dérivées d'un axe nucléaire qui est la beauté, en tant que protagoniste d'une complexité sociale du XXI<sup>e</sup> siècle. Elle cherche à reconnaître les éléments entourant la domination exogène des modèles esthétiques, qui forcent la réification des expériences nées de l'instinct par rapport aux limites axiologiques. La beauté, qui fait l'objet de cette recherche, marchandise et réifie le corps féminin dans un marché fluctuant entre l'offre et la demande, avec des tabulations et des prix définis par la culture occidentalisée. Le coût du "beau" produit des "spirales du silence", où la dégradation, l'indifférence, voire l'interdiction, sont des éléments qui distinguent le monde de la transgression et le culte de l'ego. La frénésie souveraine du sceptre et de la couronne complète les rituels de vénération de l'esthétique, avec les difficultés dérivées d'une logique ami-enemi. L'autre est une menace naturelle qu'il faut vaincre dans les concours et sur les podiums. Ce qui précède encadre les éléments qui doivent être pris en compte pour que les modèles de vie et la vie des modèles soient compréhensibles, en tant qu'héritage d'habitudes optionnelles piégées dans des illusions d'autoréalisation et de développement.

Mots clés : beauté, concours, objectivation, érotisme, pouvoir

Resumo: Esta investigação está enquadrada numa soma de pressupostos derivados de um eixo nuclear que é a beleza, como protagonista de uma complexidade social do século XXI. Procura reconhecer elementos em torno do domínio exógeno dos padrões estéticos, que forçam a reificação de experiências nascidas do instinto em relação aos limites axiológicos. A beleza, sob o foco desta investigação, comodifica e reifica o corpo feminino dentro de um mercado flutuante entre a oferta e a procura, com tabulações e preços definidos pela cultura ocidentalizada. O custo de "ser bela" produz "espirais de silêncio", onde a degradação, a indiferença e até a proibição são elementos que distinguem o mundo da transgressão e o culto do ego. O frenesim soberano do ceptro e a coroa completam rituais de veneração da estética, com as dificuldades derivadas de uma lógica amiga inimiga. A outra é uma ameaça natural que deve ser derrotada em concursos e na passarela. O acima exposto enquadra os elementos que devem ser considerados para que os modelos de vida e a vida dos modelos sejam compreensíveis, como uma herança de hábitos opcionais presos em ilusões de auto-realização e desenvolvimento.

Palavras chave: beleza, desfile, objectificação, erotismo, poder

Abstract: The present research is framed in a sum of assumptions derived from a nuclear axis which is beauty, as a protagonist of a social complexity of the XXI century. It seeks to recognize elements around the exogenous domination of aesthetic patterns, which force to reify experiences born from the instinctive in relation to the axiological limits. Beauty, under the approach of this research, commodifies and reifies the female body within a fluctuating market between supply and demand, with tabulations and prices defined by westernized culture. The cost of "being beautiful" produces "spirals of silence", where degradation, indifference, even prohibition are elements that distinguish the world of transgression and the cult of the ego. The sovereign frenzy of the scepter and the crown complete rituals of veneration of the aesthetic, with the difficulties derived from a friend-enemy logic. The other is a natural threat that must be defeated in contests and on the catwalk. The above, frames the elements that must be considered so that the models

of life and life of models are understandable, as an inheritance of optional habits trapped in illusions of self-realization and development.

Keywords: beauty, contest, objectification, eroticism, power

## Reseña reconstructiva

A partir de tres capítulos, se combinaron perspectivas disciplinares para abordar la belleza, así como sus alcances y significaciones. Se vuelve fundamental hacer énfasis en los rituales y las alegorías de lo hermoso, además de consagrar la fantasía y juicios incompletos surgidos desde la pretensión de nunca envejecer.

En el primer capítulo se construye la gramática del perder las bondades de la juventud, lo cual deja constancia de la debilidad del cuerpo y la fragilidad del ideal de belleza social, lo que genera pérdida de sentido de la vida con aspiraciones cimentadas en la construcción de lo apolíneo generacional del siglo XXI.

En el segundo capítulo, se plasma un acercamiento metodológico a las alegorías sobre lo estético, los límites de las fantasías relativas a fórmulas ajustadas a la idea de un eurocentrismo narciso, que todo aquello que no tiene una tonalidad de la *blanquitud*<sup>3</sup>, tiende a ser poco apreciado.

Y, por último, en el tercer capítulo, se imprime una evaluación sistemática y crítica al campo de la belleza desde las pasarelas en la Región de la Ciénega de Jalisco, México; en lo particular en el Área Metropolitana de Ocotlán. Para ello, se definió la muestra representativa de diez mujeres ganadoras en certámenes, celebrados de 2017 a 2022, donde se recuperan las experiencias desde la aplicación de un instrumento estructurado, el cual se compone por una batería de 15 preguntas, con una media de duración de 30 minutos por instrumento utilizado.

## Bondades de la juventud, debilidades de la vejez

[...] La piel que ayer fue suave está marchita. [...] El pelo que fue negro, encanecido. El corazón me pesa y las rodillas, que ligeras danzaban como ciervos, el peso de este cuerpo hoy no soporta. Es vano lamentar estos pesares: no puede el ser humano a la edad escapar.  
Cicerón, 2016.

La belleza ofrece un espectro de desarrollo interior que permite entender los contextos en donde se mercantiliza una supuesta tonalidad de piel, así como múltiples atributos aceptados desde el convencionalismo como algo digno de mostrarse y que provee un fetiche que planifica, organiza y controla los estereotipos capitalistas al cosificar tanto a hombres como a mujeres. Eres lo que aparentas.

Un rasgo dominante en la cosificación de la belleza se extiende desde el egocentrismo y la soberanía de somatotipos que replantean y hacen referencia a las circunstancias de enfrentarse a la necesidad de un mercado que ritualiza rutinas que abanderan la defensa del culto a lo agraciado; para el presente documento, el significado de belleza tiene connotaciones occidentalizadas que representan estructuras de ordenación contrapuestas a distintos territorios y culturas existentes en este siglo XXI.

Pero, ¿Qué es lo bello? Para Gilles Lipovetsky (2019):

---

<sup>3</sup> El término *blanquitud* en la presente disquisición, siguiendo con la idea de Echeverría (en Aguilar), hace referencia a lo siguiente: “es una forma de ser, existir y posicionarse socialmente sin estar necesariamente asociada al fenotipo europeo o blanco. En este sentido, la blanquitud es un espacio donde se privilegia todo lo asociado a lo occidental, lo blanco, lo europeo, lo “moderno”, lo “avanzado”, lo “civilizado” [...] tiene que ver con cómo te apellidas, en dónde estudiaste, cómo te mueves, cómo te expresas, cómo te vistes, a qué lugares vas, con quién te relacionas, etc.” (Aguilar, 2022).

En la belleza hay una conexión con la liviandad. Stendhal decía que la belleza es la promesa de la felicidad. Entonces la belleza estaría conectada con la liviandad. Frente a la belleza uno se siente en estado de gracia. Tomemos el arte de los expresionistas. Monet, Renoir: uno está delante de un paisaje expresionista y tiene una sensación de liviandad. Los colores son livianos, no hay negro ni blanco. Es una pintura de la felicidad. Pero la belleza plantea problemas. La imagen de la belleza femenina que difunden los medios es terrorista. Las fotos son retocadas y las mujeres no se ven como son. Eso produce que las mujeres no amen su cuerpo. Por eso hacen régimen y van al gimnasio para ser cada vez más flacas. La idea de que la belleza sea solamente conforme a un estándar de delgadez es terrorista. Hay más erotismo en las formas que en la ausencia de las formas; hay más erotismo en Marilyn Monroe que en las actuales *top models* anoréxicas. He visto campañas publicitarias donde se muestran mujeres más pequeñas y con más formas: me gusta. Pero soy prudente porque siempre ha fracasado. Empieza y luego decae. Hay que ser más pluralista para que las mujeres vivan mejor sus propios cuerpos. Este es un combate que el feminismo del futuro tendría que tomar (Infobae, 2019).

Por lo que se plantea como una manifestación que regula desde el individualismo mercados a conveniencia y propuestas de intervención a partir de los campos relacionados con superestructuras hedónicas y de agendas narcisistas, en circunstancias especiales, se roza en espectros de patologías, particularmente obsesas derivadas de logros sociales que tienden a la normalización de escenarios que bien pueden considerarse reductos de otros siglos o regímenes de gobierno. En voz de Finol (1999), la belleza y sus concursos evocan atmósferas que superan la idea teocrática de Dios encarnado en hombre:

Los concursos de belleza tienen una larga tradición mundial. La elección de reinas en el medio latinoamericano estuvo siempre asociada a los festivales, carnavales y festividades, tanto agrarias como urbanas. El reinado de la belleza, con el uso de coronas, báculos y trajes reales, constituye una imitación de las viejas monarquías europeas (Finol, 1999: 103).

A partir de diferentes hitos los modelos heredados del medioevo (escuelas, liceos y clubes no ortodoxos) asumen las responsabilidades de entablar una batalla que sea un secuestro del homosapiens por el homoerótico, y que, a lo largo de un recorrido turbulento, se confrontan diferentes intereses que, en su mayoría, son excluyentes, no adscritas a una currícula de unidad social. Por lo general, ser bello aleja de la inteligencia y viceversa; los formalismos atribuibles a esculpir el cuerpo y el intelecto, confrontan sus límites que, en vez de beneficiar al supuesto bello, lo inducen a comportamientos particulares con tintes de misantropía. Los procesos en los que se desarrolla la belleza, tienden a ser egoístas y priorizan un choque natural porque heredan el pecado original de saberse bellos, refutando al otro electo y, por tanto, a una eterna maldición de los contrarios.

Los certámenes de belleza son luchas sin cuartel que buscan la erosión de los límites de las realidades y reivindicaciones del desarrollo intelectual y paralelismos de autodesarrollo liderados por movilizaciones de aprendizaje. Lamentablemente, el

espacio abierto en el que se mueven los modelos (aquellos sujetos con particularidades estéticas superlativas) debilitan la inclusión y toda posibilidad de encajar y ser promotores de la integración social. El fracaso inicial de estos *modelos de vida*, enmascaran la fragmentación de eugenesia social. Para aproximarnos un poco más a lo bello, Vásquez (2009) empuja a definir una arquitectura epistemológica de supra-evolución humana, que presta atención a ideas de higiene racial y hegemonías de blanquitud euro-centralizada:

En cuanto a la “belleza” como categoría, se puede decir que esta es entendida como “todo lo que acomoda a criterios y cánones culturales establecidos”. Independientemente de la sociedad en que se viva, todas las culturas han determinado parámetros de belleza que contienen valores y virtudes, los cuales tienen como principal función el guiar a los individuos hacia modelos que se entienden como adecuados (Vásquez, 2009: 11-12).

Estos concursos de belleza, son puntos de referencia en las nuevas generaciones que buscan no solo aceptación, sino formarse como rituales simbólicos de lo que debe ser respetado en todo momento por las masas, o, como lo menciona Troccoli “los concursos de belleza femenina son espacios que ofrecen una plataforma para la exhibición de ideales hegemónicos de belleza” (2013: 6).

Lo anterior, va sujeto a representaciones sociales que expresan valores aceptados como estos ritos, en las que, la sociedad del siglo XXI debe verse inmersa y adaptarse a los nuevos estereotipos de belleza, medios sociales, expresiones y valores fundamentales en la sociedad y las imposiciones a las que se ven sumergidas, los cuales, permean estructuras culturales, políticas y hegemónicas para la transformación de las nuevas realidades en el espacio humano, cada vez más recurrente, “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” (Rico, Bertel y de la Puente, 2021: 50). La masificación de estas celebraciones, se debe, en algunas ocasiones, a oportunidades y mayores dimensiones globales a una explotación comercial de la belleza, donde se siguen esquemas rigurosos.

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 (Rico, Bertel y de la Puente, 2021: 57).

La semiótica de la belleza, refleja el orgullo nacional y la identificación de prosperidad de salir adelante, persistencia, concurrentes y hasta posibilidades de una democracia en la elección de sus “dirigentes de belleza”, para lo cual, es igual de importante apuntar a normas que deben seguir las candidatas, que Cardona menciona lo siguiente:

De acuerdo con Lipovetsky (1999), existen dos normas que caracterizan la belleza ideal que las mujeres de nuestro tiempo quieren alcanzar: el antipeso y el antienvjecimiento, lo cual se evidencia en el aumento de las ventas de productos faciales y corporales, al igual que en la democratización de la cirugía estética, entre las cuales, la liposucción es la más solicitada (2015: 29).

El grado de satisfacción que trae consigo el modelaje como un tributo a la belleza, le permite al sujeto construir una supra imagen de autocomplacencia favorable para vivir en la ficción de la imagen. Cuando una persona que se considera bella no se le toma en cuenta o rinde pleitesía, tiende a exagerar o a distorsionar el fracaso de no ser el centro de atención; por el contrario, no se trata de una “baja autoestima”, ni tampoco de creencias negativas, sino a una distorsión de percepciones a partir de una lógica de mercado que premia una serie de facciones dando importancia a lo subjetivo y el falso *self* de lo simbólico.

## Rituales de belleza

Georges Bataille (2000) sostenía que la belleza se vincula con el deseo y, por tanto, con la posibilidad de posesión del objeto apreciado. Dentro de sus afirmaciones, sustentaba:

Al hablar de la belleza de una mujer, evitaré hablar de la belleza en general sólo quiero comprender y limitar la belleza en el erotismo. En rigor, es posible admitir de manera elemental que, en la vida sexual de los pájaros, sus plumajes multicolores y sus cantos desempeñan una función precisa. No hablaré de lo que significa la belleza de esos plumajes o de esos cantos. No quiero entrar a discutirla; y, del mismo modo, admitiré que unos animales son más o menos bellos según la respuesta que den al ideal de la forma correspondiente de la especie. Pero no por ello la belleza es menos subjetiva; varía según cuál sea la inclinación de quienes la aprecian... En ciertos casos, podemos creer que unos animales la aprecian como nosotros pero la suposición es arriesgada... Sea como fuere debía tomar nota de un elemento muy simple, que entra en juego tanto en la apreciación que hace un hombre de la belleza animal como de la humana. En general a un hombre o a una mujer se les juzga en la medida que sus formas se alejan de la animalidad (2000: 148).

Las variables inherentes a la construcción de evidencias suficientes, llegan a justificar la auto descalificación, la definición de políticas y la información incompleta, que conducen a dimensiones socio-analíticas que centran la reflexión desde lo formal instituido y el quehacer de las mujeres:

Porque Eros y la fealdad están siempre en guerra... Y, en efecto, Eros jamás se detiene en lo que no tiene flores o que las tiene ya marchitas ya sea un cuerpo o un alma o cualquiera otra cosa; pero donde encuentra flores y perfumes, allí fija su morada. Podrían presentarse otras muchas pruebas de la belleza de este Dios, pero las dichas bastan (Larroyo, 2009: 514)

Lo anterior, da apertura a la belleza y su idealización en una persona, a partir de sus brillantes aplomos y que pueda seducir a distintas personas desde el relato de lo estético. Sus contribuciones gramaticales se hacen visibles cuando a la buena imagen se le acompañan rasgos de personalidad suficientes para calificarse como narciso frente a la rivalidad del otro que se asume bello y en plena competencia buscan continuamente desarrollar un papel en su afán por gustar. Sus comportamientos están enfocados a conseguir la aceptación y el amor con su mejor pose o sonrisa.

Asimismo, desde el sondeo de los rituales, se producen bríos de corrientes eróticas, que, siguiendo a Bataille (2000):

Hay, en la búsqueda de la belleza, al mismo tiempo que un esfuerzo para acceder más allá de una ruptura, a la continuidad, un esfuerzo para escapar a ella. Ese esfuerzo ambiguo nunca deja de serlo. Pero su ambigüedad resume y reproduce el movimiento del erotismo. Si la belleza cuyo logro es el rechazo de la animalidad, es apasionadamente deseada, es que en ella la posesión introduce la mancha de lo animal es deseada para ensuciarla. No por ella misma, sino por la alegría que se saborea en la certeza de profanarla (2000: 150).

En consecuencia, la belleza y su autopoiesis es solo vista como un espectáculo que, en muchas ocasiones, solo se trata de adornar, exhibir, fabricar y comercializar “cuerpos, caras y siluetas” perfectas en objetos socialmente aceptados, generando crisis de identidad reales en donde, hoy por hoy, dejan de alimentar sueños y acrecientan frustraciones de felicidad y difusión digital masiva.

## Metodología

En la investigación de campo realizada, se utilizó el enfoque cuantitativo, A partir de los supuestos positivistas, la investigación cuantitativa asume una realidad objetiva, para cuyo estudio es una condición fundamental la separación de quien investiga respecto al objeto de estudio. Tal como señalan Sautu, Boniolo, Dalle, y Elbert “La distancia frente a aquello que se pretende investigar es vista como condición necesaria para alcanzar un conocimiento objetivo” (2005: 40).

En cuanto a los criterios metodológicos positivistas que sustentan la investigación cuantitativa (Sautu, Boniolo, Dalle, y Elbert, 2005: 40), señalar los siguientes rasgos principales:

- Utilización de la deducción en el diseño y la inducción en el análisis.
- Modelos de análisis causal.
- Operacionalización de conceptos teóricos en términos de variables, dimensiones e indicadores y sus categorías.
- Utilización de técnicas estadísticas.
- Generalizaciones en términos de predictibilidad.
- Confiabilidad en los resultados a partir de estrategias de validación internas.

Metodológicamente, el enfoque cuantitativo de investigación se caracteriza por privilegiar la lógica empírico-deductiva, a partir de procedimientos rigurosos, métodos experimentales y el uso de técnicas de recolección de datos estadísticos.

Con relación a lo anterior, Hernández, Fernández y Baptista (2010:11), señalan los siguientes aspectos respecto a la recolección de los datos desde el enfoque cuantitativo de investigación:

- La recolección se basa en instrumentos estandarizados.
- Es uniforme para todos los casos.
- Los datos se obtienen por observación, medición y documentación de mediciones.

- Se utilizan instrumentos que han demostrado ser válidos y confiables en estudios previos o se generan nuevos basados en la revisión de la literatura y se prueban y ajustan.
- Las preguntas o ítems utilizados son específicos con posibilidades de respuesta predeterminadas.

En la definición del sujeto objeto de estudio se optó por encuestar a mujeres que por lo menos alguna vez en su vida hubieran participado en algún certamen de belleza, sin importar cual fuera. Asimismo, se estableció un parámetro de edad de no mayores de 30 años y no menores de 18 años. Estas definiciones fueron operacionalizadas en forma de preguntas filtro en el cuestionario aplicado.

Se aplicó un cuestionario auto administrado que constaba de 11 preguntas de opción múltiple y 4 preguntas abiertas, en las que se destacan los siguientes ejes principales:

1. Perspectiva de los certámenes de belleza a lo largo de los años,
2. Metas que pensaba llegar a lograr de pequeña,
3. Interés de las redes de apoyo con las que contaba en su infancia (familia),
4. Cualidades distinguidas para participar en certámenes de belleza,
5. Motivación principal para tomar la decisión,
6. Experiencia en la formación,
7. Consejos a nuevas postulantes.

La recolección de información se llevó a cabo desde la plataforma virtual de Google Forms, en donde, a cada participante, se le solicitó contestar las preguntas desde su perspectiva y con las elecciones que más conveniente le resultaran. Cabe hacer mención que las entrevistadas decidieron guardar su anonimato a lo largo de la investigación, por lo que se conocerán como: 1. *Alma*, 2. *Berenice*, 3. *Citlali*, 4. *Dulce*, 5. *Estefanía*, 6. *Flor*, 7. *Guadalupe*, 8. *Hilda*, 9. *Ileana*, 10. *Jazmín*.

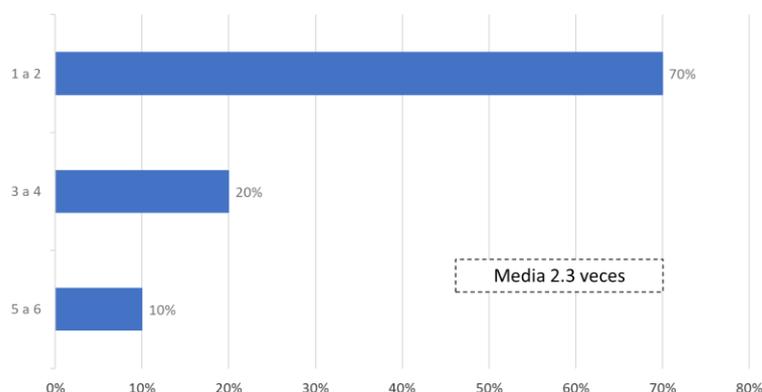
Desde distintos enfoques teóricos y producciones socioculturales, se reconocen las diferentes ambigüedades sobre evidencias estructurales que exponen la fragilidad epistemológica de la belleza como postura crítica, con una predicción, acompañada de un margen de error que reta al objeto de estudio a entender que los imaginarios colectivos instituidos, son poco probable que sean desfazados pese a que pasen los años.

Se contó con la participación de 10 mujeres que participaron en algún certamen de belleza representando al municipio de Ocotlán, Jalisco. El tamaño de la muestra representa al 85% de las mujeres que han representado al municipio en algún certamen de belleza, por lo que la muestra es válida.

## Principales hallazgos

Como primer hallazgo, tenemos que las mujeres que participan en los certámenes de belleza son asiduas a ello. Es decir, que se genera un sentimiento de competitividad al igual que en los deportes. La gráfica 1 señala que la media de participación de las mujeres en este tipo de eventos de 2.3 veces. Podemos interferir que se convierte en una inevitable adicción.

Gráfica 1. Cantidad de certámenes de belleza



**Fuente:** elaboración propia

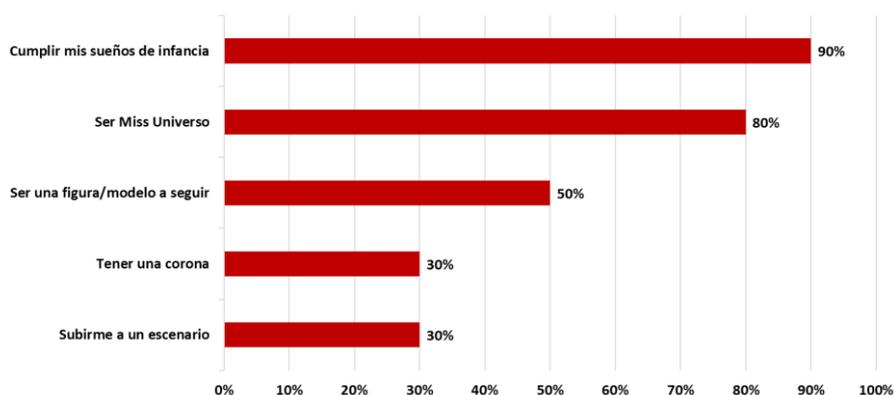
Un punto importante a destacar es que las mujeres participantes de certámenes de belleza terminan la licenciatura. Se presenta una alta correlación entre la participación en los certámenes y la eficiencia terminal a nivel licenciatura. El 70% de las mujeres terminan la licenciatura. Podemos concluir que a las mujeres se les despierta el deseo de superación personal, partiendo de la educación académica. En el certamen de belleza existe la tendencia en la actualidad de hacer preguntas a las concursantes, ellas buscan no ser ridiculizadas, por lo que se “preparan”.

“Te despiertas temprano, vas al gimnasio con rutinas específicas para tonificar, y después continúas con cursos de oratoria, maquillaje, estilismo y cultura general”

Señala una de las encuestadas<sup>4</sup>.

En la gráfica 2 se observan las motivaciones que tienen las concursantes. En primer lugar, observamos que el 90% de ellas siempre quiso ser las más bellas, la princesa, por lo que el ser ganadora cumpliría sus sueños de la infancia. En segundo lugar, con 80% de las menciones encontramos que buscan ser la mujer más bella del mundo, ser coronada como “Miss Universo”.

Gráfica 2. Principales intereses para participar en certámenes de belleza



Respuesta múltiple.

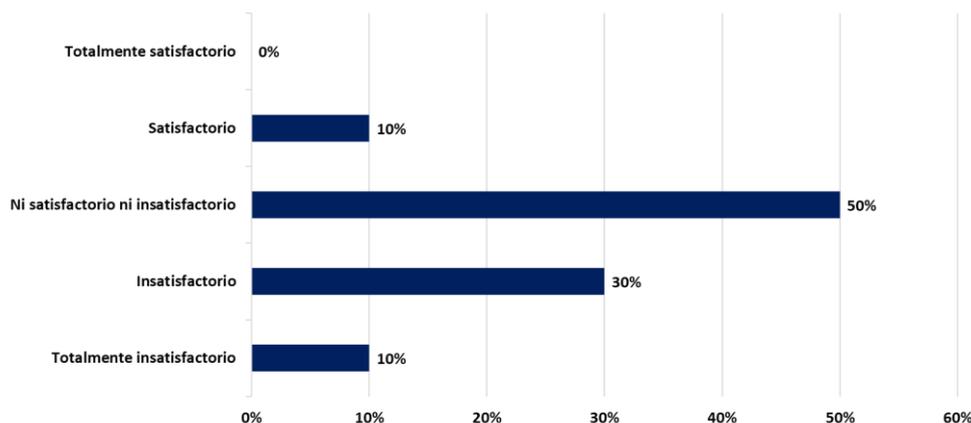
**Fuente:** elaboración propia

---

<sup>4</sup> Alma (comunicado personal, 04 de enero de 2023).

El grado de satisfacción personal por haber participado en certámenes de belleza que muestra la gráfica 3 nos lleva a concluir que no son lo que las participantes esperaban. Esto se aprecia en la satisfacción media que presentan en promedio. Podemos inferir que las concursantes no “llenaron su alma” o el vacío que pretendían cubrir.

Gráfica 3. Grado de satisfacción personal por haber participado en certámenes de belleza



Fuente: elaboración propia

En la gráfica 4 encontramos que las participantes de los certámenes de belleza sí sienten presión por cumplir con los estándares de belleza impuestos; sin embargo, también saben que cuentan con la gran mayoría de ellos. La presión se materializa con la cantidad de cirugías estéticas a las que se han sometido. La gráfica 5 nos muestra que las participantes se han sometido en promedio a 1.7 cirugías estéticas. Entre las cirugías que menciona encontramos: implantes, reducción de abdomen, fundas en los dientes y liposucción de mejillas.

“No me importa hacerme todas las cirugías plásticas que hagan falta ni adelgazar todo lo que me pidan si con eso logró ganar el certamen menciona una encuestada.

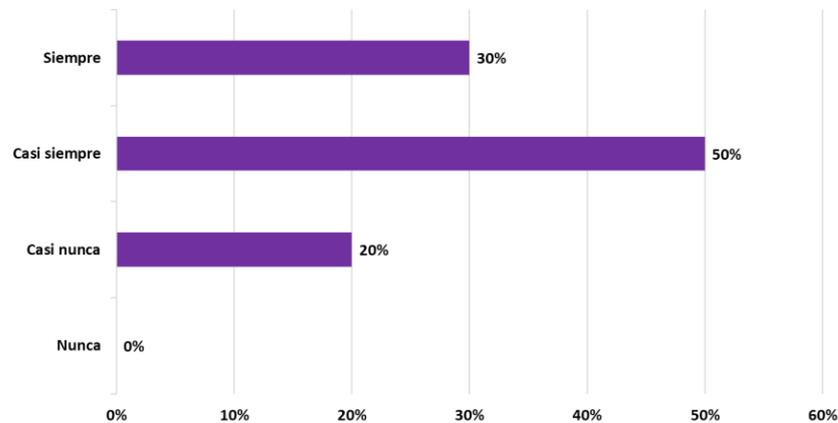
Diseño de sonrisa, dietas estrictas, implantes mamarios, rinoplastía y hasta liposucción de mejillas. Pasar por el bisturí es válido a la hora de coronarse”

Señala otra encuestada. <sup>5</sup>

---

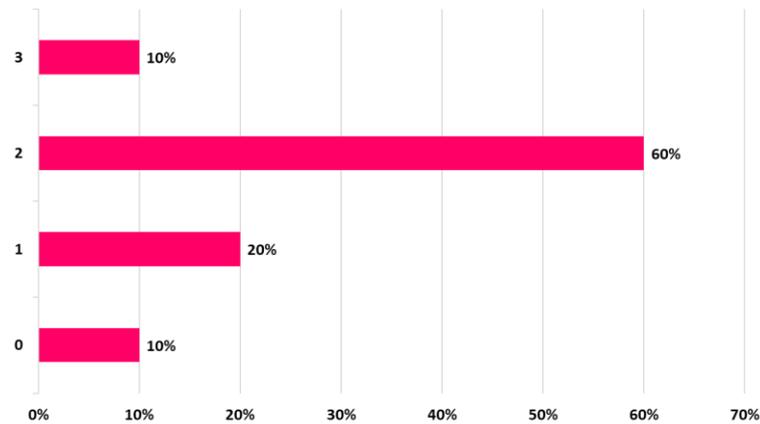
<sup>5</sup> Berenice (comunicado personal, 12 de diciembre de 2022).

Gráfica 4. Sentimiento de presión en las participantes por los estándares de belleza de los certámenes de belleza



Fuente: elaboración propia

Gráfica 5. Cantidad de cirugías estéticas que se han realizado

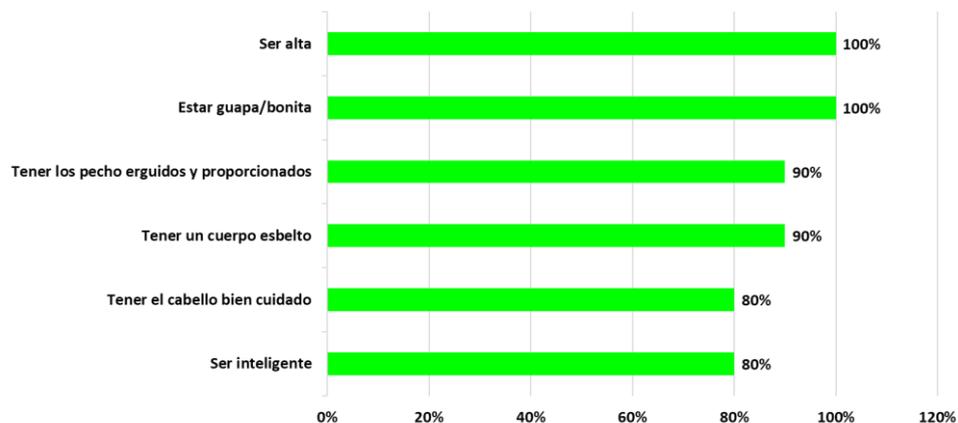


Fuente: elaboración propia

Al realizar pruebas de correlación de variables encontramos una fuerte correlación positiva entre el nivel de presión sentido por las participantes y la cantidad de cirugías estéticas realizadas. A mayor presión sentida, mayor cantidad de cirugías realizadas.

La estética es el fin: altas, esbeltas, una cabellera voluminosa, sonrisa amplia, facciones angulosas, pechos erguidos, elegancia al caminar y un poco de inteligencia son las cualidades que señalan las participantes. Lo anterior lo podemos apreciar en la gráfica 6. Además de las cualidades físicas, deben tener una serie de actitudes aparejadas a la belleza: autocontrol, compromiso, confianza, estabilidad emocional y sacrificio. Estas actitudes las podemos ver de forma jerárquica en la gráfica 7.

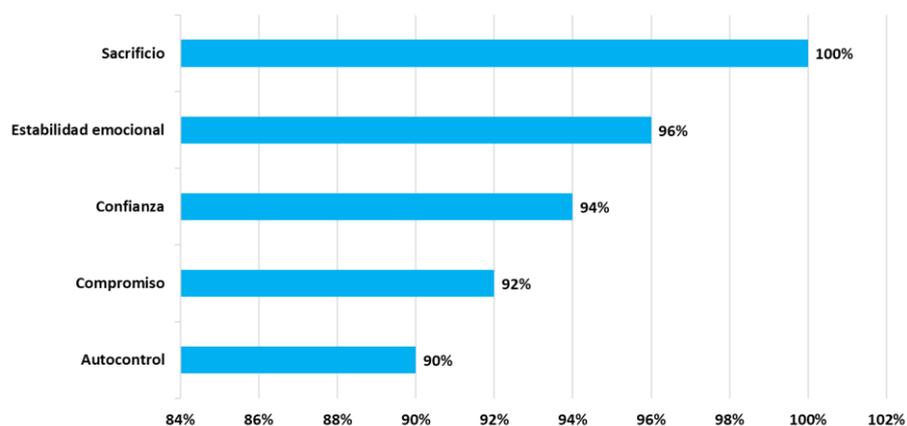
Gráfica 6. Cualidades físicas que deben tener las concursantes de los certámenes de belleza



Respuesta múltiple

Fuente: elaboración propia

Gráfica 7. Actitudes que deben tener las concursantes de los certámenes de belleza

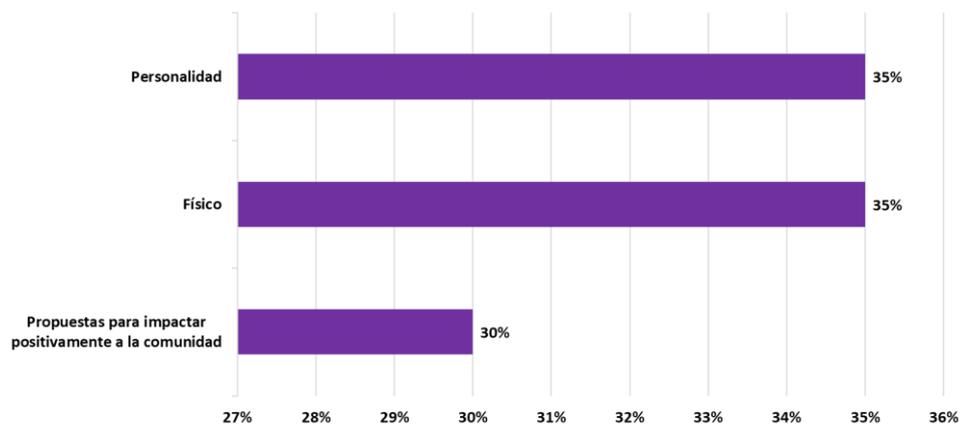


Respuesta múltiple

Fuente: elaboración propia

Quienes han participado en certámenes de belleza señalan que el físico y la personalidad son aspectos que deberían ser valorados con el mismo peso. Añaden un tercer elemento que son las propuestas para mejorar a la sociedad. Si lo analizamos desde otro ángulo, el 65% de las cualidades que evaluarían no están relacionadas con la belleza física. Este sería un cambio de visión en los certámenes de belleza.

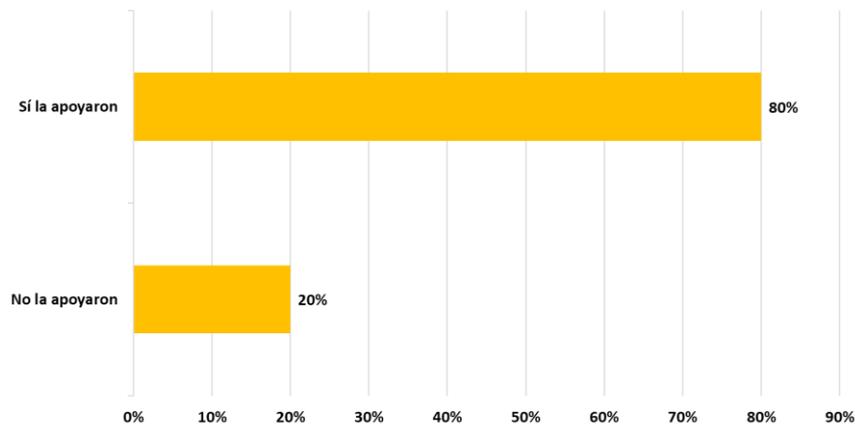
Gráfica 8. Propuesta de cambio en la visión de los certámenes de belleza



Fuente: elaboración propia

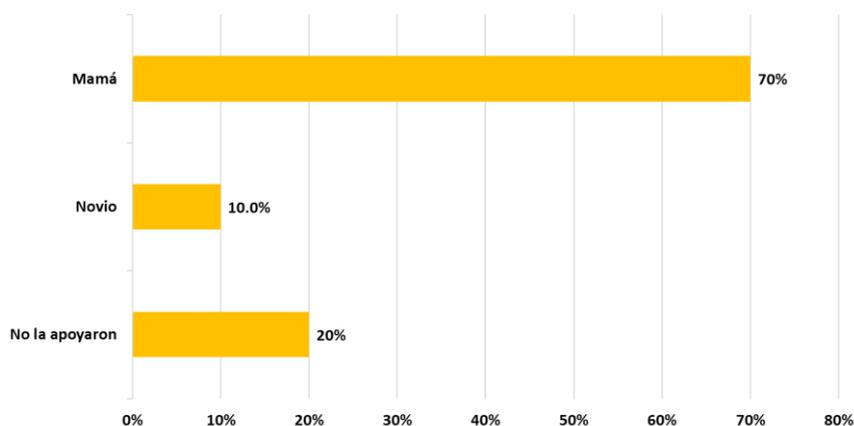
La mayoría de las jóvenes participantes son impulsadas por madres que buscan un mejor futuro para ellas y la familia. Las madres piensan que los certámenes de belleza le darán valiosas lecciones y habilidades a sus hijas, así como encontrar a un hombre rico que solventará sus necesidades, y que esta experiencia la usarán en su vida en un futuro, además de fomentar cuestiones esenciales como la confianza en sí misma y los beneficios que reporta el trabajo duro. Estos aspectos los inferimos de las gráficas 9 y 10.

Gráfica 9. Apoyo a la participante en todo el proceso del certamen de belleza



Fuente: elaboración propia

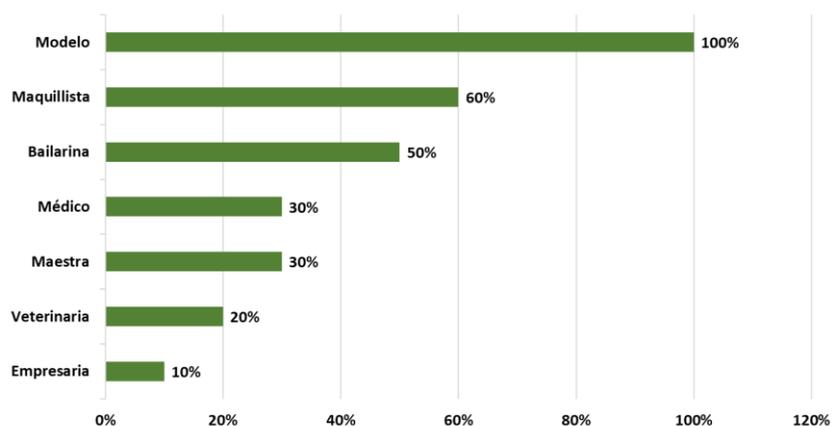
Gráfica 10. Personas que apoyaron a la participante en todo el proceso del certamen de belleza



Fuente: elaboración propia

De la gráfica 11, podemos inferir que, el gusto por el modelaje es el factor con más gusto e interés entre las concursantes y que, la formación profesional poco importaba debido a que la preferencia era dedicarse a las pequeñas y medianas empresas antes que transitar por las aulas universitarias. Sin embargo, el tema por ser reconocida por la belleza siempre estuvo presente.

Gráfica 11. Tres profesiones que querían ser de grandes



Fuente: elaboración propia

## Reflexiones finales

La idea de ser bello (a) en la actualidad sigue patrones que han acompañado la historia de la humanidad; a la belleza se la asocia con el poder y con las representaciones sociales que están presentes en la cultura y en el imaginario colectivo en el que quien es bello “cumple” con los estándares y/o cánones de la belleza, por lo que se consideran especiales, “aptos” para la mayoría de los grupos y serán visibles para el resto de la comunidad o sociedad en la que habitan y se desenvuelven, lo que les dará proyección y aceptación.

Asimismo, en el imaginario del ser bello(a) y el ser parte de un certamen de belleza que les dará oportunidades laborales y/o de relacionarse con las personas que detentan el poder o la riqueza, lo que les abrirá otra serie de posibilidades en su desarrollo (ser modelos o promotoras de anuncios para comercializar productos),

por lo que los sacrificios, y la presión que sienten en dichos certámenes de belleza son el “precio” que debe pagarse para llegar a la meta: reconocimiento social y oportunidades.

Los sacrificios se reducen a dos conceptos: ser delgado(a) y ser joven son las características que acompañan a la belleza, de ahí que las dietas, el ejercicio físico, las cirugías a las que se someten y en su caso la inversión económica que ello conlleva, se aceptan y admiten en la búsqueda del reconocimiento, aceptación y hoy en día de los “likes” y los seguidores en redes sociales, antaño “la fama”.

La competencia es fuerte, ya que cada participante pretende llegar a la meta, “ser el (la) más bella (o), por tanto, los esfuerzos realizados y la lucha encarnizada que se lleva a cabo en los certámenes de belleza, provoca que cuando la persona pierde el concurso, trae consigo frustración y auto-descalificación, incluso crisis de identidad, por lo cual no siempre les resultan positivas las experiencias en dichos eventos. Mientras que otros lo toman como un reto y continúan en la búsqueda del anhelado primer lugar y continúan compitiendo.

El ansia de belleza y de concursar por ser el más bello es producto también de un concepto de belleza “idealizado”; puedes llegar a ser como la princesa del cuento y lograr fama, reconocimiento y una vida ideal, ya que siempre habrá un final feliz, y el anhelo de ser siempre la persona más bella. En el presente siglo, si el concurso de belleza pide que además se preparen académicamente, las y los participantes de este estudio lo realizan sin ser su vocación primaria, ya que en realidad desean dedicar su vida a explotar su belleza.

En este estudio se subraya la cosificación del cuerpo y la concepción de que la competencia de belleza los hará brillar y deslumbrar al resto de las personas, concepciones que deben cambiar al decir de las encuestadas, ya que refieren que no se debe pretender la delgadez y perfección como cánones de belleza, sino que se debe evaluar en el mismo porcentaje la personalidad y las propuestas para mejorar su entorno, es decir, que las personas concursantes deben ser proactivas y propositivas y no solo “bellas”, con lo cual habría una mayor inclusión de participantes.

“La belleza”, sigue siendo una categoría en el imaginario simbólico para la aceptación social y la vida en redes sociales y el mundo digital ha venido a incrementar ese estereotipo. Mientras que en la presente investigación ser o participar en certámenes de belleza no ha sido siempre una excelente experiencia, es decir, la vida de modelo no siempre es el mejor modelo de vida.

## Referencias

- Aguilar, J. (2022, 23 de febrero). *¿Qué es la blanquitud?* La-Lista. <https://la-lista.com/opinion/2022/02/23/que-es-la-blanquitud>
- Bataille, G. (2000). *El erotismo*. (2ª ed.). TusQuets.
- Cardona, J. (2015). *Cánones de belleza: la alienación femenina*. Revista de Filosofía Ariel, 16, pp. 26-30.  
<https://www.calameo.com/read/001570941ae7154bb969a>
- Cicerón. (2016). *El arte de envejecer. Un manual de sabiduría clásica para la segunda mitad de la vida*. (1ª ed.). Kóan.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. y Elbert, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. (1ª ed.). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

[https://eva.fic.udelar.edu.uy/pluginfile.php/29590/mod\\_resource/content/1/Manual-de-Metodologia-R-Sautu.pdf](https://eva.fic.udelar.edu.uy/pluginfile.php/29590/mod_resource/content/1/Manual-de-Metodologia-R-Sautu.pdf)

- Finol, J. (1999). *Semiótica del cuerpo: el mito de la belleza contemporánea*. Opción, 15(28), pp. 101-124.  
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/6207/6195>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ª ed.). Mc Graw Hill.
- Infobae. (2019, 16 de mayo). Gilles Lipovetsky: “La belleza femenina que difunden los medios es terrorista”. Infobae. Recuperado de:  
<https://www.infobae.com/cultura/2019/05/16/gilles-lipovetsky-la-belleza-femenina-que-difunden-los-medios-es-terrorista/>
- Larroyo, F. (2009). *Platón: diálogos (13A)*. (1ª ed.). Editorial Porrúa.
- Rico, H., Bertel, S., de la Puente, M. (2021). *Configuración de los discursos de poder a través de la ritualización de la belleza en la sociedad contemporánea*. Revista de Filosofía, 38(99), pp. 49-64.  
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/filosofia/article/view/37006/40145>
- Trocchi, A. (2013). *Ideales hegemónicos de belleza femenina y concursos de belleza* [Trabajo de titulación, Universidad San Francisco de Quito – Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas]. Repositorio Institucional.  
<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2952/1/109696.pdf>
- Vásquez, T. (2009). *Belleza con un propósito o propósito de la belleza. Virtud de ser bella* [Monografía de grado, Universidad de los Andes]. Repositorio Institucional.  
<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/23844/u343611.pdf?sequence=1>

## Entrevistas

Ocotlán, Jalisco, México, 12 de diciembre de 2022 - 04 de enero de 2023.