

Semiótica del cuerpo: El mito de la belleza contemporánea

"Apártense las crisis,
cesen los cantos agoreros,
las reinas de una noche
tan linda están aquí...

Miss Venezuela,
¿qué haríamos sin ti?"

R. Carreño

José Enrique Finol

*Universidad del Zulia Laboratorio de Investigaciones Semióticas
y Antropológicas (I.I.S.A) Facultad de Ciencias Apartado 526.
Maracaibo, Venezuela. E-mail: Jefinol@ven.net*

Resumen

En el presente artículo se analiza el mito de la belleza a través de los concursos de belleza, uno de los rituales contemporáneos más difundido en el mundo entero. Para lograr nuestro objetivo se describe y analiza, desde un punto de vista semiótico, el Concurso de *Miss Venezuela* realizado en Caracas el 6 de Septiembre de 1996. Se parte de la hipótesis de que en el ritual contemporáneo de la belleza, el cuerpo constituye un espectáculo, en consecuencia éste se convierte en pura corporeidad, escenario para la aplicación fetichista de toda la tecnología contemporánea de la belleza, la cual va desde la cirugía plástica hasta el *jogging* y el *fisico-culturismo*. Pero también, en el particular escenario social venezolano, los concursos de belleza, aprovechando el éxito internacional de las reinas venezolanas, también forman parte de una estrategia semio-políti-

ca destinada a manipular una sociedad ávida de encontrar esperanzas perdidas.

Palabras clave: Belleza, mito, rito, semiótica, cuerpo.

Semiotics of the Body: The Myth of Contemporary Beauty

Abstract

This paper analyzes the contemporary myth of beauty through the beauty pageants, one of the most well known contemporary rituals, practiced all over the world. In order to achieve our goal we describe and analyze, from a semiotic point of view, the Miss Venezuela Beauty Pageant held September 6th 1996, in Caracas. According to our hypothesis, in the contemporary beauty ritual, the body is taken as an spectacle, and accordingly the body becomes a pure corporeity, scenario where the entire *technology of beauty* finds grounds for a fetishistic application. This *technology of beauty* goes from plastic surgery to jogging and body-building techniques. Also, in the particular Venezuelan scenario, beauty pageant, taking advantage of the international success of Venezuelan queens, becomes a semio-political strategy whose final objective is to manipulate a society eager of recoverign lost hopes.

Key words: Beauty, myth, ritual, semiotics, body.

INTRODUCCIÓN

Pocos comportamientos simbólicos son tan expresivos de los valores sociales como los ritos. En nuestras sociedades, el rito, aunque se haya modificado para adaptarse a nuevos tiempos y a nuevos medios, sigue cumpliendo su función fundamental de ser expresión, y al mismo tiempo modelo, de valores fundamentales de la sociedad que los genera o de los medios que los imponen a las sociedades. Esos ritos encarnan a menudo los *mitos de nuestro tiempo*. El tema de la belleza permea toda la estructura de la cultura planetaria contemporánea, en particular gracias a su apropiación sistemática por parte de los medios de difusión masiva,

encargados de re-fabricar el mito, transformarlo y adaptarlo a las necesidades, reales o creadas, de la sociedad. Su expresión fundamental, más allá de la enorme industria planetaria dedicada con particular acento a la belleza femenina, son los concursos regionales, nacionales e internacionales que anualmente ocupan el espacio de la cultura humana en forma recurrente. En la presente investigación se hace un análisis de los valores implícitos en el concepto de belleza y de la sintaxis del ritual del concurso donde se encarna el *mito de la belleza*. Para alcanzar esos dos objetivos, se analiza el concurso de *Miss Venezuela*, realizado en Caracas el 6 de Septiembre de 1996 y transmitido a través de la cadena de televisión Venevisión, propiedad del Grupo Cisneros¹.

1. DE LAS REINAS A LAS MISSES

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. Gracias a la penetración de culturas que se expresan en inglés se dejó de llamar "reinas"² a las jóvenes electas y se las comenzó a llamar "*Misses*"³. Hoy la televisión ha sustituido al entarimado de las ferias agrícolas y escolares. La belleza ha sido presa de una organización planetaria que la explota como una manera más del negocio. Después de los reinados que a diferentes niveles de la sociedad los organizadores de ferias y festivales crearon, los dueños de los medios de difusión masiva los incorporaron a una mayor escala, con mayores dimensiones y en mejores oportunidades de sintonizarse con "la aldea global" que McLuhan predijo.

En Venezuela el gran impulso para la masificación de los concursos de belleza se remonta a 1944, cuando "la delegación criolla precisaba de una reina para la VII Serie Mundial de Béisbol, y a alguien se le ocurrió hacer una elección masiva, para que el país escogiera entre Oly Clemente y Yolanda Leal. La primera, tersa dama, sobrina del Ministro de la defensa del gobierno de(1) (General Isaías) Medina Angarita, antes de que fuera tumbado por los adecos⁴. La segunda, reina de los volibolistas de Monte Piedad" (Fátimo 1996:11). Así, aunque no se involucró todavía a la incipiente televisión, la elección se hizo a nivel de todo el país, con padrones y cuadernos electorales y tras una campaña en la que los miembros de la elite

acuñaron el eslogan "Oly Clemente para la gente decente, Yolanda Leal para la gente vulgar". Como es de imaginarse, Yolanda Leal ganó por una abrumadora mayoría, pues era la candidata popular. Desde entonces, la pasión por los concursos populares de belleza ciertamente ha decaído y ha sido asumida por los medios de difusión masiva, en particular por la televisión, que ha visto en esos certámenes una excelente oportunidad para la publicidad que tiene que ver con la estética corporal.

La televisión ha asumido así, en nuestros tiempos, el rol de "producir" la belleza y no sólo de divulgar el espectáculo. En tal sentido, como veremos, para producir el "espectáculo de la belleza", la televisión debe recurrir a otros atributos que lo justifiquen. El ideologema de fondo, en la producción del espectáculo de la belleza, es que ésta no basta por sí sola sino que es necesario llenarla con otros atributos que la "dignifiquen". Una década atrás, para ser una reina de belleza no bastaba con ser bonita, era necesario cubrir la belleza del cuerpo con los atributos de la cultura: "Es para atenuar la presunta 'grosería' del cuerpo desnudo o semidesnudo que se pretende arroparlo con los signos de la cultura" (Finol 1982). En efecto, en ese tiempo, uno de los componentes obligados del rito del concurso de belleza era una breve entrevista a cada una de las candidatas, así como la lectura de un breve *curriculum* de cada una de ellas. Allí era importante destacar condiciones de "persona culta", y para ello se resaltaba el dominio de idiomas extranjeros, los autores favoritos, así como los más sofisticados *hobbies*. En medio de la presión de las cámaras era fácil predecir que alguna de ellas, al preguntársele por su músico preferido, respondiese con el nombre de Shakespeare (Finol 1982). Aunque se mantiene el mecanismo de recubrir a las reinas con otros atributos que vayan más allá de la belleza, éstos han cambiado y se han adaptado, como veremos, a las necesidades de una élite político-empresarial que cada vez más alimenta a su público con los productos culturales de la televisión masiva, ya no sólo local sino también global.

2. LOS ACTORES

El Concurso de Belleza, para darle nombre y apellido propios a este ritual anual, cumple un esquema riguroso, donde no hay espacio para la espontaneidad ni los inesperados. Podría decirse que en él intervienen cuatro actores fundamentales: las concursantes, el jurado, los animadores/anfitriones y el público, tanto el presente como el televidente⁵. Las

concurstantes han sido elegidas en sus respectivos estados: *Miss Miranda*, *Miss Carabobo*, *Miss Nueva Esparta*, *Miss Lara*, etc. Son veintiocho jóvenes deslumbradas por la posibilidad de acceder al modelaje y al rutilante mundo internacional de la televisión, además de la oferta de premios y viajes sin límite. Todas giran entre los 16 y los 20 años. Han sido recibidas por la Organización *Miss Venezuela*, dirigida por Osmel Sousa, quien se encargará de enseñarlas a caminar, a sonreír y a conservar la línea. Al concursar deben firmar contratos con esa organización que se encargará de llevarlas a los diferentes concursos internacionales para los cuales serán elegidas.

El jurado está integrado por cerca de cincuenta personas de las distintas esferas sociales de la capital venezolana. Allí aparecen empresarios, a menudo directivos de las compañías que patrocinan con su publicidad el evento, miembros del cuerpo diplomático, la Alcaldesa de Chacao, Irene Sáez, ex-*Miss Universo* 1981 y quien fuera candidata a la Presidencia de la República, otras ex-*misses* y modelos internacionales, ministros y funcionarios gubernamentales, publicistas, directivos de periódicos, etc.

Los animadores/anfitriones juegan un papel de mediadores entre las concursantes, por un lado, y el jurado y el público por el otro. Son ellos quienes orientan y dirigen todo el proceso, quienes presentan las candidatas y señalan los cortes publicitarios que, por cierto, son interminables. En el *Miss Venezuela* se trata siempre de un hombre, Gilberto Correa, y de una mujer. En esta oportunidad se ha escogido a una ex-*Miss Universo* y hoy modelo, la venezolana Bárbara Palacios.

El público televidente y presente se vuelca masivamente sobre el espectáculo del *Miss Venezuela*. El índice de sintonía es casi absoluto, las calles de las ciudades quedan semi-desiertas y los demás canales de televisión, a pesar de sus esfuerzos, obtienen pírricos *ratings*. Los venezolanos, hombres, mujeres y niños, ven masivamente el *Miss Venezuela* porque es quizás uno de los pocos escenarios donde el país, en los últimos años, ha sido exitoso. Las *misses* venezolanas, además de haber ganado diez veces los certámenes internacionales de la belleza, son las únicas que han obtenido dos veces, simultáneamente, las dos máximas coronas internacionales: el *Miss Mundo* y el *Miss Universo*⁶. Esos récords y el fastuoso espectáculo televisivo montado para la elección, así como un despliegue publicitario, tanto formal como informal, catapultan la atención nacional hacia el magno evento venezolano de la belleza, el cual, además, es transmitido simultáneamente a varios países del conti-

nente. Ese mismo público, que sufre los indecibles rigores de una crisis económica sin precedentes en este último siglo⁷, se avalancha sobre el *Miss* Venezuela casi como una tabla de salvación, aunque ésta sólo dure las cuatro horas del espectáculo mismo. Más de una vez usado como expresión de la política de "pan y circo"⁸, el espectáculo de la belleza, aderezado con contenidos políticos específicos, contribuye a despertar en el espectador el sentido de orgullo nacionalista y la construcción de modelos de identificación que intentan hacerle creer de nuevo en el sistema que más lo empobreció cuando más rico era el país.

Aunque no es directamente visible durante el ritual del *Miss* Venezuela, hay un quinto actor que es determinante en todo el proceso. Se trata de la Organización *Miss* Venezuela y en particular de su cerebro organizador, Osmel Sousa, según él mismo, aficionado desde niño a las muñecas y quien define en una entrevista periodística su percepción de las concursantes de manera categórica:

- "¿Hay algo que a usted lo conmueva en las *misses*?"
- No. Yo las sigo viendo como muñequitas.
- ¿Usted ve en ellas una mujer idealizada que no suda, que no tiene menstruación?
- Exacto. Reconozco que es verdad. Si empezara a ver esa otra cara de la feminidad, aflojaría y no sería tan exigente como lo soy con ellas; empezaría quizá a justificar fallas y eso sería el fin de este asunto." (Socorro, 1996)

Bajo la dirección de Osmel Sousa, las aspirantes deben pasar, en un proceso que dura dos meses, por largas horas de gimnasio, algunas por cirugía plástica y por escuelas de modelaje, donde aprenderán a desfilarse, a caminar, a sentarse, modales femeninos, etc. Deben, además, someterse a una dieta estricta, pues nada es más contrario al modelo vigente de la belleza internacional que unos kilos en exceso. "Nosotros escogemos a las muchachas que sean preferiblemente de clase media para arriba, -señala Sousa- no por prejuicios sociales, sino porque tienen otra preparación" (Nouel, 1993).

3. LA ESTRUCTURA POLÉMICA DEL RITUAL DE LA BELLEZA

Greimas sostiene que "todo discurso comporta, al menos implícitamente, una estructura de confrontación, y pone en presencia dos sujetos" (1979:365). Esa estructura de confrontación puede ser polémica o contractual. La primera implica un enfrentamiento, mientras que la segunda implica una transacción. Si utilizamos esos conceptos para intentar discernir el funcionamiento del ritual de la belleza, veremos que, en efecto, las concursantes, eventuales sujetos de una confrontación por el título, se someten a unas normas que determinan su comportamiento. Por un lado, están las normas que les impone la Organización *Miss Venezuela* y, por el otro, su sumisión al veredicto del jurado. Sin duda, el concurso es una fiera competencia⁹ entre veintiocho actores que buscan obtener, para decirlo en términos de Greimas, un objeto de valor. Se trata de una competencia en la que se simula, no obstante, una estructura consensual: todas deben aceptar el veredicto, todas deben aparentar conformidad, todas deben alegrarse por aquella que sea elegida. No obstante, la estructura del consenso es una mera apariencia, como el propio Osmel Sousa le contaba en 1983 a una periodista: "Así que 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" (Nouel, 1983).¹⁰

4. LA SINTAXIS RITUAL

En cierto modo el ritual del concurso de belleza es sencillo. Sus componentes fundamentales son los tres desfiles antes las cámaras y el público. Tales desfiles corresponden a lo que Greimas y Courtés, siguiendo a Propp, denominan pruebas calificantes destinadas a la adquisición de competencia (saber-hacer y/o poder-hacer) (Greimas y Courtés 1979:304). Pero la televisión debe producir no sólo el concurso y la elección, debe también construir el espectáculo y, sobre todo, debe crear los espacios necesarios para el gran negocio: la publicidad. De este modo el esquema se amplía:

1. Introducción y bienvenida por parte de los animadores/anfitriones.
2. Primer desfile. Las candidatas desfilan vestidas con trajes típicos.
3. Se inicia la presentación del jurado.

4. Presentación de un musical con la venezolana Alicia Machado, *Miss Universo* 1996, junto con Oscar de León y Guillermo Dávila.
5. Continúa la presentación de los miembros del jurado.
6. Segundo desfile. Las candidatas desfilan en traje de baño.
7. Continúa la presentación de los miembros del jurado.
8. Presentación de *Miss Mundo* 1995, la venezolana Jacqueline Aguilera, acompañada de un musical interpretado por niños.
9. Tercer desfile. Las candidatas desfilan vestidas con trajes de noche.
10. Musical con la cantante mexicana Patricia Manterola.
11. Nueva aparición de *Miss Universo* 1995, Alicia Machado, acompañada de un breve musical.
12. Elección de las ocho primeras finalistas.
13. Entrevista a cada una de las ocho seleccionadas. Cada una debe responder una pregunta seleccionada al azar.
14. Continúa la presentación de los últimos jurados.
15. Musical del grupo "Barrio Boyzz", de Nueva York.
16. Presentación de los premios que obtendrán las candidatas, con premios especiales para las dos que serán seleccionadas para el *Miss Mundo* y el *Miss Universo*.
17. Elección y coronación de las ganadoras.

5. POLÍTICA Y BELLEZA

Uno de los temas políticos dominantes en la semiótica de la belleza, en esta oportunidad, es el del *nacionalismo*, la identificación con la idea de que el país va a salir adelante, de que va a vencer las terribles limitaciones económicas por las que está pasando. Para los empresarios del espectáculo, para la supervivencia de los negocios, es importante que los espectadores vuelvan a creer en sus dirigentes y en las posibilidades de la democracia. Por ello, al iniciarse el espectáculo se muestra una serie de hermosos paisajes naturales venezolanos. Con ello se inicia una estrategia semiótica que apunta en dos direcciones. Por un lado, se introduce el tema de la *belleza geográfica* como marco de la *belleza femenina* que va a presentarse dentro de unos minutos. Se trata de mostrar, como insinúa el animador, que en Venezuela hay mujeres hermosas porque es también

un país hermoso. Por otro lado, en concordancia con el orgullo nacional por las bellezas naturales, se articula la belleza de las *misses* que han dominado la escena de los certámenes internacionales. En efecto, Joseph Alicia Machado, actual *Miss Universo*, baila en traje de llanera venezolana junto a las bailarinas de Venevisión trajeadas como damas antañonas. De este modo, obtenemos una primera articulación semiótica que subyace en el ritual del concurso:

Belleza geográfica + belleza femenina \implies orgullo nacional

Si analizamos el tema de los musicales encontraremos que aparecen repetidamente dos. El extenso primer musical, que comprende dos partes, está centrado sobre la noción de nación caribeña. En efecto, se trata de la puesta en escena de una coreografía basada en un escenario de piratas del Mar Caribe, en el cual participan los concursantes del *Mister Venezuela*, celebrado recientemente, y las concursantes del *Miss Venezuela*, junto con los bailarines y bailarinas del canal. Se busca aquí crear una atmósfera de jolgorio y alegría, la identificación con la fiesta y la danza del buen pirata que secuestra mujeres en medio de la alegría común. Esta identificación positiva del caribeño a través de la alegría, el jolgorio y la danza, busca marcar al ritual de la belleza con el concepto de la exuberancia y con la supuesta "alegría latina" con la que algunos medios han estereotipado las culturas caribeñas. Es, en última instancia, el marco de la mítica belleza caribeña y la mítica alegría, no importan las dificultades, lo que busca reconciliar al espectador con el sueño del paraíso perdido y reencontrado en 1492 por Cristóbal Colón. Esta identificación caribeña y latina es pertinente, en particular si se toma en cuenta que el programa también se transmite en vivo a varios países latinoamericanos.

El segundo tema de los musicales aparece cuando se recibe a la quinta venezolana en ganar el *Miss Mundo*, Jacqueline Aguilera (Fase 8). En ese momento, casi un centenar de niños, vistiendo trajes típicos de diferentes países, junto con pequeñas banderas de los mismos, dan la bienvenida a la bella joven al tiempo que le cantan: "Quiero soñar y esas mismas metas poder alcanzar..." Se trata de preparar a la generación de relevo, pero también, al mismo tiempo, se busca incorporar una nueva estrategia semiótica basada en una nueva forma de belleza: la belleza de la inocencia, la belleza de los niños que, por añadidura, es internacional. Uno de los semas más comúnmente asociados con la imagen del niño, junto con el de la inocencia, es la noción de futuro. "Los niños son el futuro" es una expresión frecuente en nuestra cultura, y durante el concurso esa frase se repitió varias

veces: "El futuro de Venezuela está en sus niños". Por esta vía, el *nacionalismo*, expresado a través del *orgullo nacional* arriba indicado, proyecta optimismo sobre el futuro para solucionar la crisis venezolana. Esta estrategia semio-política contribuirá a ir creando la imagen de un futuro optimista, y formará parte de una ordenación semiótica e ideológica que se configurará alrededor de la imagen de una Miss Venezuela transformada en *heroína*, en solución, en identificación de los mejores valores de la venezolanidad; de una imagen internacional triunfadora, exitosa, realizada, a pesar de que en los límites de la realidad cotidiana nacional el fracaso y la quiebra del país sean la experiencia dominante.

Así, la *belleza natural* se articula a la *belleza caribeña* y ésta a la *belleza femenina*, en una progresión jerárquica que busca fundamentar el orgullo nacional y apuntalar el contenido optimista que, en una estrategia política deliberada, los organizadores intentan transmitir a la población. De este modo, se introducen los nuevos atributos de la belleza. Ya no se trata de adornar los cuerpos con los atributos de la cultura, sino con los del patriotismo y del optimismo, con los del nacionalismo; el ritual se convierte entonces en parte de un proyecto político de la desmemoria, en el que el pasado, los errores que llevaron al país a la crisis y los protagonistas implicados en ellos, pasan a ser parte del olvido¹¹. De allí que el ritual de la belleza sea dominado semióticamente por la noción de futuro, de un mejor porvenir, de allí, por ejemplo, el papel de los niños en uno de los musicales. Si hasta hace poco la desnudez del cuerpo se cubría con los atributos de la cultura, ahora se la cubre con los atributos del patriotismo y el nacionalismo.

6. LOS DESFILES: LAS TÉCNICAS CORPORALES

Marcel Mauss, estando hospitalizado en Nueva York, se preguntaba dónde había visto antes el modo de caminar de las enfermeras que lo atendían. Después de reflexionar, llegó a la conclusión de que había sido en el cine. De regreso a París se dio cuenta de que las jóvenes francesas caminaban de un modo similar: "*En fait, -decía Mauss- les modes de marche américaine, grâce au cinéma, commençaient à arriver chez nous*" (Mauss 1991 [1951]:368). Una impresión similar obtiene el espectador reflexivo cuando observa, durante tres desfiles, el modo de caminar de las concursantes. Se trata de la misma técnica corporal que los desfiles de moda han impuesto, desde hace ya varios años: desplaza-

miento lento, ondulación pronunciada de las caderas al mismo tiempo que torsión de los hombros y de la cabeza (o de la mirada, en algunos casos), adelantamiento de una pierna sobre la otra, etc. Se trata de la utilización de un modelo transnacional que incluso se intenta reproducir -"imitation prestigieuse", como la llama Mauss- en concursos de menor jerarquía que el Miss Venezuela¹².

6.1. El Primer Desfile

En el primer desfile, primera prueba calificante, en sentido greimasiiano, las veintiocho candidatas se presentan usualmente en traje típico venezolano. En esta oportunidad, todas utilizan como motivo principal de sus trajes el de un tapiz guajiro. El tapiz guajiro es una magnífica elaboración artesanal hecha por los indios wayuu, numeroso grupo indígena que habita la frontera entre Colombia y Venezuela, en la llamada Península de la Guajira. Los trajes son los mismos, sólo varían los colores de cada uno (blanco, azul, rojo y verde). El uso de trajes típicos nacionales busca desde el inicio establecer una identificación con la nacionalidad, como continuación de la identificación previa de los paisajes naturales venezolanos. Así se prefigura una nueva articulación semiótica en la construcción del ritual de la belleza. La introducción de bellezas naturales sirve de marco para *naturalizar* los elementos artificiales de la belleza: el maquillado, el traje, los accesorios, los peinados, el caminar desproporcionado con respecto a la forma natural en que el ser humano camina. Así encontramos una nueva estrategia semiótica basada en la ruptura del paradigma de oposición *natural vs. artificial*, con las ya conocidas connotaciones positivas y negativas que ambos términos, respectivamente, comportan en el sistema cultural, y que son comunes tanto a códigos alimentarios como estéticos. Naturalizados los elementos artificiales de la belleza, éstos adquieren legitimidad, legitimidad que es decisiva no sólo para el ritual mismo sino también para la cascada interminable de mensajes publicitarios, de los cuales cerca del 90% está dedicado, con diversos tipos de productos, a la belleza femenina. Entre estos últimos destacan los perfumes, ropas (*jeans*, zapatos, telas), alimentos dietéticos (cereales, leche descremada), y artículos de belleza (jabones, tintes para el cabello, maquillajes, hidratantes, champú, cremas depiladoras). El ritual actúa aquí también como un "naturalizador", como legitimador de sus propios contenidos. Como señala McCracken, "*symbolic action, or "ritual" as it is more conventionally called, is a kind of social*

action devoted to the manipulation of the cultural meaning for purposes of collective and individual communication and categorization" (McCracken 1988:84). La existencia misma del ritual es establecida dentro del tejido social como una estructura legitimadora de los contenidos que él mismo vehicula y que, como en todos los procesos culturales, está sometido necesariamente a los cambios que los agentes de su realización le imponen.

6.2. El Segundo Desfile

En concursos anteriores el desfile en traje de baño era el último, el más esperado. Era el final de una progresión que iba de más vestidas a menos vestidas. Actualmente, el desfile en traje de baño es sólo la oportunidad de *medir el cuerpo*, de tasar sus magnificencias, sus ondulaciones, sus movimientos. Aquí los anfitriones dan al público las medidas de cada una de las concursantes: estatura, busto, cintura y cadera. La estatura es capital en el concepto contemporáneo de la belleza que nos ha impuesto el imperio europeo y anglosajón que domina al mundo: las chicas deben ser altas. Deben además estar siempre cerca de las clásicas medidas: 90 - 60 - 90, que dibujan a la mujer delgada y esbelta. Esas medidas muestran que la belleza tiene también una medida cuantitativa, que es necesario medir técnicamente el cuerpo para que no escape del modelo internacional de lo que es bello. Faltaría sólo el peso y aún cuando éste es estrictamente controlado, como se vio con el escándalo provocado por los "cuatro kilos de más" que ganó Joseph Alicia Machado, esta vez no se le menciona. La Organización *Miss Venezuela* guarda celosamente los registros del peso de cada una de las *misses*.

Las medidas cuantitativas constituyen la expresión técnica de la belleza. El concepto, pues, no tiene nada que ver con la belleza celestial o angelical, etérea e intangible, tiene mucho que ver con lo que se puede ver, medir y controlar. Es, al final de cuentas, la adaptación a ese modelo supracultural de la belleza, del cual los concursos son divulgadores y reforzadores, lo que permitirá a las candidatas tener posibilidades de éxito en los concursos internacionales, en el mercado de la belleza. Para que el público aprecie esas medidas, pruebas contundentes de la exactitud de la belleza, las concursantes desfilan en traje de baño, marchan en zigzag, se detienen, balancean su cuerpo de un lado a otro, al tiempo que se apoyan sobre un báculo que simboliza, según la anfitriona, "el poder de las reinas".

6.3. El Tercer Desfile

En esta oportunidad las candidatas aparecen en trajes de gala, con diseños personalizados por modistos venezolanos, que tienen aquí la oportunidad de exhibir sus creaciones colocadas en los hermosos cuerpos de estas modelos. Se trata de trajes extremadamente lujosos, exclusivos para la ocasión. El vestido cumple aquí la función de presentar a las candidatas ya no sólo como venezolanas típicas, como en el primer desfile, o anatómicamente perfectas, como en el desfile en traje de baño, sino también como verdaderas reinas. En este desfile el caminar es más pausado, señorial, casi mecánico, como el de soberanas hechas para ser admiradas... como las muñecas asexuadas de Osmel Sousa.

En este último desfile las candidatas marchan en línea recta y luego hacen un círculo. Este recorrido espacial, diferente al zigzag del segundo desfile, parece articular el valor simbólico de la circularidad con el tipo de vestimenta que se arremolina alrededor de los cuerpos y lo cubre casi totalmente. Ya no se trata de la sola desnudez. Ésta ha sido cubierta. Es la majestad, es la Reina, es la muñeca.

7. ELECCIÓN DE LAS FINALISTAS

Para alimentar la aparente estructura del consenso, los animadores/anfitriones insistirán en que todas las aspirantes merecen ganar, todas son hermosas, todas son las reinas de Venezuela. Esa introducción prefigura la elección de las ocho finalistas o, dicho de otro modo, la eliminación de veinte participantes, las cuales se retiran precedidas de un aplauso. Una vez electas las ocho finalistas, anunciadas sin ningún orden jerárquico, éstas deben responder a una pregunta, escogida al azar de entre varias colocadas en un jarrón. Se trata de preguntas como "¿Por qué crees tú que debes ser la ganadora?" o "Si viniesen extraterrestres en el futuro y tuvieses que dejarles un mensaje porque la humanidad hubiese desaparecido, ¿qué les dirías?". En general hablan del futuro, de hipotéticos. Las preguntas están orientadas a dejar que las candidatas digan algo que "las revele", que den al jurado algo más allá de lo que sus cuerpos en bruto son. Después de tres horas de desfiles y espectáculos musicales los organizadores parecieran darse cuenta de que los hermosos cuerpos *no son sólo espectáculo*, que es necesario permitir un asomo, aunque sólo sea a las ocho finalistas y aunque sólo sea a través de una breve pregunta de juego, a lo que, tal vez, podría haber dentro de esos cuerpos de sueño. Hasta este momento, ellas han

sido sólo vaporoso y sinuoso caminar, sólo sonrisas, sólo ojos, busto, cintura, caderas y piernas. Es hora, parecieran decirse los organizadores, de demostrar que, por lo menos, hablan. En concursos anteriores, se hacía una mini-entrevista a cada concursante para conocer algo de sus opiniones y esperanzas, de sus gustos y expectativas. Desde hace un par de años las candidatas han sido enmudecidas, se les ha quitado la palabra, se las ha reducido a puro cuerpo.

7.1. Los Premios

Luego de continuar la presentación de jurados y de un musical del grupo "Barrio Boyzz", los animadores/anfitriones anunciarán, a través de un vídeo, los premios que obtendrán las ocho finalistas, los cuales incluyen pasajes aéreos, televisores, video caseteras, microondas, relojes, teléfonos celulares, acciones en *resorts*, joyas y *jacuzzis*, así como tarjetas de crédito. La ganadora del *Miss Venezuela*, que representará al país en el *Miss Universo*, y la que lo representará en el *Miss Mundo*, obtendrán también un automóvil. Todos los premios corresponden a empresas patrocinantes.

7.2. Las Ganadoras

Finalmente, llega el momento de la elección final o prueba decisiva, según Greimas y Courtés. Para ellos los animadores/anfitriones anuncian en orden inverso a la quinta, cuarta, tercera, segunda y primera finalistas. Esta última representará a Venezuela en el concurso "Nuestra Belleza". Luego sigue la representante para el *Miss Internacional*, para el *Miss Mundo* y, finalmente, el máximo galardón para la *Miss Venezuela* que representará al país en la cúpula de la belleza: el *Miss Universo*. Las reinas electas reciben coronas y bandás de sus homólogas electas el año anterior, lo que constituye, finalmente, la llamada prueba glorificante. Es hora de risas, lágrimas y emoción.

8. EL MITO DE LA BELLEZA: EL CUERPO VS. EL ESPÍRITU

El concurso de belleza constituye la ruptura de aquel viejo paradigma, que aparece en el dualismo de Descartes, entre la mente y el cuerpo, y que privilegiaba aquélla sobre éste. El cuerpo era visto sólo como simple accesorio, sujeto y objeto pecaminoso, corruptible y corruptor, espa-

cio de pasiones contrarias a los elevados fines del espíritu, y, a menudo, estorbo que dificultaba el desarrollo de la mente y la obtención de la gloria eterna. En efecto, el concurso de belleza, al menos según el caso en estudio aquí, es un deliberado *espectáculo del cuerpo*, donde éste se convierte en pura exhibición y puro objeto de la mirada, ya no sólo del espectador sino, en primer lugar, de la mirada vicaria de la cámara que tiene la posibilidad de abordar ese cuerpo desde todos sus ángulos, en todos sus movimientos y atuendos que lo cubren y des-cubren. El cuerpo aparece aquí, sin mente o espíritu, descerebrado casi, exhibido como objeto de arte, como expresión máxima de toda la tecnología contemporánea de la belleza que va desde la vestimenta, el *hair dressing* y la dictología, con su extenso repertorio de alimentos y medicamentos, pasando por el *aerobic*, el *jogging* y el *body building* femenino, hasta continuar con los perfumes, el maquillaje, la ornamentación y la joyería (pendientes, collares, pulseras, anillos, broches, etc.). Como se ve, el cuerpo así no sólo es objeto, mera cosa, sino también espacio de la *tecnología de la belleza* o, para decirlo con palabras de Perniola, del "lenguaje de las apariencias" que cobra autonomía en el *look* (Perniola 1988:55). No se trata, pues, de la belleza "natural", sino del desarrollo de una tecnología a la que habría que agregar el modelaje, las técnicas de caminar, sonreír y gesticular. Se trata de pura fabricación y de una reivindicación deliberada del cuerpo mismo, pero, repito, ya no del cuerpo natural sino del cuerpo fabricado, amaestrado y expuesto. Osmel Sousa, el maestro e ideólogo del *Miss* Venezuela, lo expone con absoluta crudeza en la entrevista antes citada:

- "¿Y toda esa leyenda acerca de la personalidad de las reinas de belleza?"
- Para mí es basura. La belleza no es interior ni nada de eso, la belleza entra por los ojos, no por los oídos.
- ¿Y qué es lo que entra por los ojos?
- Una armonía, algo que me llega cuando veo una mujer bonita... o cuando logramos *poner* a una mujer bonita. Yo no entiendo cómo alguien puede decir que la belleza es interna si lo que hay por dentro es horrible y además huele feísimo.
- ¿Y el espíritu y los sentimientos?
- Boberías. Se puede cultivar la inteligencia, pero la belleza no. Quien no nace con las condiciones para ser bello, ahí queda. Yo no

quiero involucrarme con el aspecto espiritual e intelectual porque me voy a confundir, no quiero profundizar en ninguna muchacha del grupo porque de entrada todas son iguales: un patrón físico con posibilidades de triunfar en el exterior." (Socorro 1996, subrayado nuestro)¹³.

Como puede apreciarse el concepto de belleza que subyace en la mitología contemporánea, en buena parte construida por los medios de difusión masiva, se basa en una estructura semiótica que tiene dos componentes principales. Por un lado, la noción de /fabricado/ y, por el otro, la noción de /espectáculo/¹⁴. La belleza se la fabrica para medirla, para exhibirla, para hacerla objeto de la mirada del jurado, del espectador y del telespectador, gracias, en este último caso, a la mirada vicaria de la cámara. Se trata aquí de un cuerpo que "no suda, que no tiene menstruación", como se señaló arriba. No es difícil percibir aquí la similitud con la utilización del cuerpo femenino en la pornografía, uno de cuyos códigos fundamentales es la carencia de capacidad de reproducción, la ausencia de toda noción de maternidad (Bracher 1991:107), un concepto que choca con la ideología de la pornografía. Pero el ritual de la belleza se diferencia de la pornografía en un aspecto fundamental: mientras la segunda tiene como motivo central el sexo, el primero nos presenta unas muñecas idealizadas que ni siquiera en su desfile en traje de baño suscitan en el telespectador el deseo sexual. No son cuerpos objeto de deseo, sino de contemplación.

Belleza Geográfica ⇒ Belleza Caribeña ⇒ Belleza Femenina

⇓ ⇓

/Inocencia/ + /futuro/ Belleza Natural vs. Belleza artificial

(Legitimadora) (legitimada)

⇓

⇓

Cuerpo Femenino ≅ Tecnología de la belleza

⇓

/Mensurado/ + /Fabricado/ + /Exhibido/ + /Contemplado/

Los valores arriba señalados configuran, como define Greimas (1979), una isotopía del cuerpo femenino, tal como éste es presentado en el ritual de la belleza contemporánea. Son esos valores semióticos, valo-

res de significación, los que subyacen en la estructura de base que genera el sentido del proceso ritual que hemos descrito, y es gracias a ese proceso de generación que tales valores se diseminan a lo largo de la sintaxis del ritual, sintaxis configurada no sólo como mero orden cronológico, sino también como secuencia, en el sentido que ésta tiene en la teoría semiótica, es decir como determinaciones mutuas, como componentes de un proceso en el que cada uno se define en relación con los otros.

9. EL MITO DE LA BELLEZA Y LAS HEROÍNAS DE NUESTRO TIEMPO

El mito contemporáneo, como el antiguo, juega un papel clave en la asimilación, divulgación y transformación de los valores culturales de una sociedad específica, en una circunstancia histórica concreta. Como apunta Liszka, "*myths are not merely a passive representation of cultural life; rather, they are reflexive, in the sense that the cultural participants view their own culture through the spectacles of myth. They are therefore not just ideological representations of rules which inform a culture, they take part in the information of culture*" (Liszka 1989:15).

Como en toda sociedad presa de crisis terribles, el ritual del *Miss* Venezuela y el mito de la belleza que él encarna, son procesos que permiten hoy *in-formar* los nuevos valores que una sociedad sin héroes¹⁵ necesita. La reivindicación del cuerpo bruto expresa la filosofía de que es éste, vivo, exuberante, lleno de vitalidad y por supuesto de belleza, el que se opone y vence a la muerte, el que reivindica la vida. Las *misses*, en la mitología venezolana de la belleza, son muñecas eternas, permanecen hermosas e inmutables a través del tiempo, pues la tecnología de la belleza extenderá su durabilidad por años y años sin fin, y por que además pervivirán eternamente bellas en las fotografías y videos que cada año, con cada nueva edición del concurso, periódicos y televisoras nos presentarán. Como dice el periodista Roland Carreño, "el *Miss* Venezuela siempre ha sido una fábrica de sueños" (...), "no es de extrañar entonces que, con legítimo orgullo, los venezolanos hayamos convertido esos triunfos en un *bien colectivo*" (...), "en los éxitos de 'nuestras' *misses* hemos encontrado, pues, abundante fuente donde nutrir la cada vez más menguada identidad nacional" (Carreño 1996a, subrayado es nuestro). Es por ello que, según el mismo Carreño, "los venezolanos viven la transmisión del *Miss* Venezuela como una especie de realidad virtual, que los gratifica

con el sueño real de estar allí, en plena pasarela" (Carreño 1996b). La *Miss Venezuela* es de este modo heroína por un año, más todavía si logra, como tantas lo han logrado, coronarse en un concurso internacional. Ello les permitirá ocupar un espacio fundamental en la vida social y política¹⁶ venezolana, donde existe incluso la posibilidad de llegar a la presidencia de la República. En efecto, Irene Sáez, *Miss Venezuela* y *Miss Universo* 1981, fue electa Alcaldesa del Municipio Chacao en 1992, reelecta abrumadoramente en 1995 y candidata que liderizó durante mucho tiempo las encuestas de intención de voto para las elecciones presidenciales de 1998, en las que finalmente llegó de tercera. En Marzo de 1999 fue electa gobernadora del Estado Nueva Esparta.

10. CUANDO UNA HEROÍNA AUMENTA DE PESO: ALICIA MACHADO Y SUS CUATRO KILOS DEMÁS

Celosos de la heroína que ellos mismos han creado, los medios de difusión masiva son guardianes encargados de vigilar que ella conserve inmutables los atributos de la belleza antonomástica que las *misses* representan. Por ello, cuando se supo que Alicia Machado, *Miss Venezuela* 1995 y *Miss Universo* 1996, había aumentado cuatro kilos de peso durante sus giras en el exterior, la prensa, la radio y la televisión, nacional e internacional, se escandalizaron y difundieron el rumor de que se había amenazado a la hermosa joven con despojarla de sus coronas. En un cuerpo donde los patrones del modelo internacional de la belleza son no sólo visuales sino que son también mensurables, unos gramos más o menos hacen una diferencia. Como se ha dicho arriba, también al cuerpo se le mide —estatura, busto, cintura y cadera— y se le pesa. También se le mide la edad, según el mismo Sousa: "Hay que escoger a las muchachas entre dieciséis y veinte años, cuando todavía no se han echado a perder" (Nouel 1983).

CONCLUSIONES

El *Miss Venezuela* es la apoteosis de la belleza del cuerpo visto como espectáculo. En la estrategia semiótica de la televisión, medio esencial para ese espectáculo, es imprescindible reivindicar al cuerpo mismo como material del espectáculo. Por ello las *misses* no hablan, hoy han sido reducidas, en este ritual anual de la belleza, a pura corporeidad, a expresión de una tecnología planetaria de la cosmética del cuerpo que

está ahí, presente, para ser tocado sólo con la vista. Se trata de una epifanía del cuerpo fabricado, adornado y exhibido, del cuerpo de mujer objetivado y expuesto en el aparador de la televisión. Ahora bien, como anota Mary Douglas, "*The social body contains the way the physical body is perceived. The physical experience of the body, always modified by the social categories through which it is known, sustains a particular view of society*" (Douglas 1970). Es en ese mismo "cuerpo social" donde también convive la semiosfera, el "espacio semiótico" (Lotman 1990:123) en el cual el mito de la belleza opera. En otros términos, ese concepto de la belleza como sólo corporeidad, se fundamenta en una concepción social y cultural del mismo como objeto para ser mostrado, exhibido, visto, comercializado, concepción que a nuestro modo de ver subyace, ya no sólo en la moda, sino en toda la tecnología de la belleza corporal que ha conocido su apoteosis en las últimas dos décadas.

Pero además, el *Miss Venezuela*, hoy mucho más que en su origen, es un instrumento de hacer política, instrumento mediante el cual se ofrece a las masas, y éstas lo aceptan gustosas, un sustituto a las frustraciones y una fuente de optimismo e identificación con el país creado por los medios de difusión masiva, no con el país real. Se trata de una expresión, semiótica y política, de la fábrica de los mitos, tan necesarios en un país que tuvo que pasar abruptamente de la embriaguez de los petrodólares fáciles y abundantes, a la más terrible crisis de su historia. Las nuevas heroínas, que por todo el mundo han hecho brillar en el oropel de sus coronas el nombre de Venezuela, un país donde hoy los héroes han muerto, sustituyen a una dirigencia política y empresarial corrupta que hace tiempo dejó de alimentar sueños y esperanzas.

NOTAS

1. La familia Cisneros ha venido constituyendo un imperio en el sector de telecomunicaciones que incluye, además de la posesión absoluta de Venevisión, el canal de mayor sintonía en Venezuela, una participación en el satélite Galaxy Latin America, explotación local de la televisión de DirectTV, además de DirectTV International Iberia donde la familia está asociada con Hughes Communications y socios españoles. El imperio incluye también el 25% de Univisión, la más importante red de televisión hispana en Estados Unidos, una estación de televisión en Trinidad, donde poseen el 20%, y otra en Chi-

le, donde poseen el 100% de las acciones. Asimismo, poseen Cablevisión, que provee televisión por cable en Venezuela, Telcel, telefonía celular en asociación con Bell South. También Vtel y Americatel, en asociación con Motorola Corp., Sprintel, en asociación con Sprint, Rodven, empresa de grabaciones y espectáculos, además de otras empresas menores. En total participan en unas cincuenta compañías con 33.000 empleados. El Grupo Cisneros ocupó recientemente las páginas de los periódicos de todo el mundo por la ruptura de su contrato de casi cuarenta años con Pepsi Cola para asociarse con Coca Cola, operación que le reportó una ganancia de 500 millones de US dólares. Su televisora Venevisión es también una productora e importadora de telenovelas en todo el mundo hispánico.

2. En Venezuela se continúa llamando "reinas" a aquellas que son electas en las ferias escolares o en las ferias regionales. El 27 de Octubre de 1996 se eligió, por ejemplo, a la señorita Linaura Belloso, reina de la XXXI Feria de La Chinita, festividad que se celebra todos los años en Maracaibo en honor a la Virgen de la Chinquinquirá, popularmente llamada La Chinita. El 29 de Octubre, en cambio, comenzó el proceso para elegir entre diecinueve jóvenes a Miss Costa Oriental, que representó a esa subregión del Estado Zulia en el Miss Venezuela 1997. El Municipio San Francisco, también del Estado Zulia, eligió el 2 de Noviembre de 1996 a la "reina" de su primera feria en un evento que se denominó "Chica Belleza Sur", en el cual participaron trece aspirantes. Nótese la aparición del término "chica" en lugar de "miss" y nótese la elección de tres reinas en el lapso de una semana sólo en el estado Zulia.
3. La denominación "Misses" es el resultado de agregar el morfema español indicativo de plural -es al sustantivo inglés *Miss*, expresión abreviada de *Mistress*.
4. En Venezuela se llama "adecos" a los miembros y simpatizantes del Partido Acción Democrática (AD), que representa la social-democracia en ese país. En 1948 un golpe cívico-militar liderizado por ese partido derrocó al entonces Presidente de la República, el General Isaías Medina Angarita. Acción Democrática ha gobernado en Venezuela durante cinco de los últimos ocho períodos presidenciales.
5. El concurso del Miss Venezuela se realizó en El Poliedro de Caracas y actuaron como animadores/anfitriones Gilberto Correa, animador

estrella de Venevisión que ha participado en 19 concursos del Miss Venezuela, y Bárbara Palacios, ex-Miss Universo venezolana. El primer certamen del Miss Venezuela se efectuó en 1952 cuando ganó la señorita Sofía Silva Insemy (Carreño 1996).

6. En 1981, en el Minskoff Theater de Nueva York, Irene Sáez, "una muñeca viviente", según la revista Time, ganó el Miss Universo, y Pilin León, ese mismo año, en el Royal Albert Hall de Londres, ganó el Miss Mundo. Luego, en 1995, en Sun City, África del Sur, Jacqueline Aguilera ganó el Miss Mundo, y en 1996 Alicia Machado ganó en Las Vegas el Miss Universo. En el Miss América Latina, realizado el 26 de Octubre de 1996 en Lima, Perú, la venezolana Bárbara Romano fue electa Miss Fotogenia y el 16 de Noviembre del mismo año, la venezolana Katerina Ivanoff ganó, en Colombo, Sri Lanka, el Miss Turismo Internacional. El 23 de Noviembre la candidata de Venezuela al Miss Mundo, realizado en Bangalore, India, Anna Cepinska, fue electa Miss Fotogénica y figuró como quinta finalista. Ese mismo día, en Guayaquil, Ecuador, Jessica Madureri, representante de Venezuela, ganó, por unanimidad de los jueces, la corona del Miss Mundo de las Américas.
7. Venezuela vive una crisis de proporciones catastróficas. Según el más reciente estudio del Centro de Documentación y Análisis para los Trabajadores, el 85% de la población vive en situación de pobreza, el 15% está desempleada y la inflación acumulada al 31 de Octubre de 1996 llega al 91.5%. La inflación en 1998 alcanzó el 36%. La deserción escolar se ha incrementado considerablemente, enfermedades endémicas ya desaparecidas en el país han reaparecido, amenazando los estratos más pobres de la población, el índice de delincuencia es altísimo.
8. El ex-Presidente Luis Herrera Campíns, un poco en broma un poco en serio, exhibía como uno de los "logros" de su gobierno el que Venezuela hubiese obtenido en su período presidencial más coronas internacionales de belleza que en ningún otro período anterior.
9. A veces la tragedia y el drama invaden el duro escenario de la belleza. Maye Brandt, Miss Venezuela 1980, declaró en una revista internacional que el Miss Venezuela era una experiencia horrible: "Se entra en un mundo mediocre, de gente muy dañina, con mente retorcida". La señorita Brandt se suicidó al año siguiente.

10. Sousa continúa: "Dentro de las inconformes siempre hay alguna que muestra su enojo más abiertamente que las otras. María Fernanda Ramírez, del grupo de donde se eligió a Maritza Sayalero, fue una que protagonizó un escándalo de primera. ¡Hasta cachetadas le dio a un miembro del jurado en plena elección! Ella estaba segura de quedar primera finalista para participar en el Miss Mundo, pero en su lugar quedó la supersexy Tatiana Capote" (Nouel 1983).
11. Uno de los miembros de la familia Cisneros, propietaria de Venevisión y de la Organización Miss Venezuela, el Sr. Ricardo Cisneros, es uno de los protagonistas de la crisis bancaria que dejó en la bancarrota al 80% del sistema financiero venezolano. El Sr. Cisneros, miembro de la directiva del otrora poderoso Banco Latino, huyó de Venezuela y se refugió en Londres, después que un tribunal le dictara un auto de detención.
12. En el "Chica Belleza Sur", celebrado el 2 de Noviembre de 1996 y transmitido por la televisora católica Niños Cantores, las jóvenes concursantes, sin preparación técnica en el modelaje, intentaban esa noche, trabajosamente, en un espacio muy reducido para desfilar, adaptar sus movimientos a esos mismos patrones.
13. A veces cierto dejo racial se intuye en las declaraciones de Sousa. El mismo concurso del Miss Mundo ha sido escenario de discriminaciones. Al menos, eso es lo que aseguraban el 17 de Noviembre de 1996, en Bangalore, India, las representantes de varios países africanos, entre ellas las de Tanzania, quien acusaba a los periodistas de la India de prestar atención "únicamente a las blancas". Alice Banda, de Zambia, señalaba: "Sólo mírenlos. Van detrás de las blancas" (Agencia Reuter, Diario El Universal, Caracas, 18-11-96). En la misma oportunidad, cientos de mujeres hindúes protestaron la realización del Miss Mundo y un sastre de 24 años se inmoló en el sur de la India. Finalmente, el 23 de Noviembre la señorita Irene Skliva, representante de Grecia, fue electa Miss Mundo 1996. La elección se realizó mientras cerca de cuatro mil opositores al espectáculo habían sido detenidos previamente y más de mil manifestantes bloqueaban las tres entradas al estadio de cricket donde se llevó a cabo la elección. Los manifestantes apedrearon los automóviles que se dirigían al estadio y la policía se vio obligada a lanzar bombas lacrimógenas y a disparar balas de goma en un intento por controlar a la oposición. Diez mil policías fueron desplegados en la ciudad para evitar el boi-

- cot al concurso. Las protestas condenaban el Miss Mundo por considerarlo "una maniobra occidental dirigida a subvertir la cultura india" (Agencia France Presse, Diario Panorama, Maracaibo, 18-11-96). Agregaban además que "el concurso menospreciaba las mujeres, promovía la cirugía plástica y beneficiaba a los fabricantes de cosméticos" (Agencia France Presse, Diario El Nacional, Caracas, 24-11-96). Los manifestantes solicitaron a un tribunal suspender el Miss Mundo. Dos jueces del Tribunal Supremo del estado de Karnataka decidieron que el concurso podía realizarse siempre que el mismo no incluyera "ni desnudeces ni obscenidad". Los organizadores se vieron obligados a trasladar el desfile en traje de baño a las Islas Seychelles. A pesar de las protestas el concurso fue transmitido, según los organizadores, a 150 países.
14. Sousa, interrogado sobre lo que más le gusta del concurso, dice: "Ver cómo una muchacha bonita que un día se presentó en mi oficina se va transformando, con nuestros consejos, en la más acabada imagen de la sofisticación y la espectacularidad" (Ramos 1966).
 15. Ver, en relación con la sociedad venezolana y la carencia de héroes y líderes, Finol, J.E. 1983.
 16. Una de las primeras actividades de las reinas elegidas es hacer una visita al Presidente de la República, reunión que será reseñada, en primera página, por casi todos los periódicos venezolanos.

Bibliografía

- BRACHER, M. 1991. Writing and Imaging the Body in Pornography: The Desire of the Other and Its Implications for Feminism. *The American Journal of Semiotics*, v.8 n.4.
- CARREÑO, R. 1996a. 44 años de una dinastía de lentejuelas y strass. Artículo en el diario *El Nacional* del 6-9-96. Edición especial Miss Venezuela, p. 2. Caracas (Venezuela).
- CARREÑO, R. 1996b. El vestuario para una noche tan linda. Artículo en el diario *El Nacional* del 6-9-96. Edición especial Miss Venezuela, p. 2, Caracas (Venezuela).
- DOUGLAS, M. 1970. *Natural Symbols*. Penguin Books (Londres).
- FINOL, J.E. 1982. Música de Shakespeare para una Miss. Artículo en el diario *Panorama* del 2-6-82, p. 4. Maracaibo (Venezuela).

- FINOL, J.E. 1983. Sobre Caudillos, Héroes y Líderes. Artículo en el diario *Panorama* del 2-3-83, p.4. Maracaibo (Venezuela).
- GREIMAS, A.J. y COURTÈS, J. 1979. *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Hachette. París (Francia).
- LISZKA, J.J. 1989. *The Semiotic of Myth*. Indiana University Press. Bloomington (USA).
- LOTMAN, Y.M. 1990. *Universe of the Mind. A Semiotic Theory of Culture*. Bloomington: Indiana University Press. Bloomington (USA).
- MAUSS, M. 1991-1951. *Sociologie et Anthropologie*. Presses Universitaires de France. París (Francia).
- MCCRACKEN, G. 1988. *Culture & Consumption*. Bloomington: Indiana University Press. Bloomington (USA).
- NOUEL, V. 1983. La Fábrica de Reinas. *Cosmopolitan*. n.1993.
- PERNIOLA, M. 1988. Hacia una civilización de la cosa, en *Pensamiento Italiano Contemporáneo*. Rosa M. Ravera (Edit.) Rosario: Fantini Gráfica.
- RAMOS, G. 1996. Osmel Sousa: Me encanta ver la cara de las otras candidatas cuando llega Miss Venezuela. Entrevista en el diario *El Nacional* del 6-9-96. Edición especial Miss Venezuela, p. 3. Caracas.
- SOCORRO, M. 1996. El ejercicio de cierta diplomacia. Osmel Sousa, la mirada implacable. Entrevista en el diario *El Nacional* del 3-8-96. Suplemento especial, p. 12.
- VOGELL, T.T. Jr. 1996. El Grupo Cisneros se prepara crear un gran grupo de comunicación. *The Wall Street Journal Americas*, en el diario *El Nacional* del 18-9-96, p. E/5.