

La masculinidad en los concursos de belleza para hombres

José Enrique Finol

*El ritual, concentrado en la
composición y recomposición del cuerpo,
reproduce el contexto sociopolítico
en el que se encuentra al mismo tiempo
que intenta transformarlo.*

Catherine Bell

Introducción

Los espectáculos de belleza masculinos fueron el paso natural posterior a los femeninos, ya divulgados por casi todo el mundo. Quienes trabajan con este tipo de espectáculos sabían que el cuerpo masculino también era un producto mercantilizable, de la misma manera que lo habían estado haciendo con el femenino durante los últimos treinta años. Si este paso fue dado lentamente, es porque el proceso de reducción de las diferencias semióticas entre lo masculino y lo femenino también se dio lentamente. Masculinidad y femineidad eran dos extremos de las diferencias genéricas, pensadas para expresar no solamente las diferencias sexuales, sino también la separación de dos mundos y dos culturas. Los hombres no solamente establecieron su propio mundo como una afirmación de su identidad y control, sino también como un rechazo a un mundo femenino que siempre cargaron de connotaciones negativas y, consecuentemente, colocaron en el fondo de la escala cultural y social. Todo pensamiento relacionado con lo femenino era presentado como inferior y el cuerpo femenino fue siempre visto solamente como un instrumento de placer y reproducción, inclusive como ornamento de un hombre triunfante. Sus misterios fueron siempre fuente de temores y por consiguiente debió ser controlado y gobernado. No visto como igual, el cuerpo de mujer debió estar bajo vigilancia y sometido a un proceso de identificación, es decir un proceso dedicado a hacer ese cuerpo diferente. Es por eso que fue necesario establecer signos capaces de identificar y de distinguir entre lo masculino y lo femenino, capaces de trazar los límites con la finalidad de marcar el lugar destinado a los valores femeninos y el control destinado a los masculinos.

Pero esos límites se hicieron más y más difíciles de mantener en tanto el control masculino comenzó a perder terreno y las diferencias sociales comenzaron a disiparse. Hemos visto, durante los últimos treinta años, un proceso progresivo de estregamiento de las marcas que siempre identificaron la posición de los límites entre la masculinidad y la femineidad (Finol 1984). Las mujeres comenzaron a utilizar signos de los hombres, como usar pantalones y pelo corto y más tarde fumando y utilizando lenguaje normalmente reservado para los hombres. Los cambios muchas veces asustaban a esta sociedad de dominio masculino y resultó sumamente difícil para las mujeres poder utilizar los símbolos de los hombres. Luego de una larga batalla, pudieron finalmente conquistar su derecho a ser tratadas igualitariamente en todo sentido. Fue una batalla tanto social como semiótica, en una guerra que aún hoy en día tiene algunos obstáculos que vencer. Al mismo tiempo, algunos signos femeninos eran tomados por hombres. Hombres jóvenes comenzaron a utilizar pelo largo, a colocarse colgantes en

las orejas, normalmente uno y a cruzar las piernas en una forma normalmente reservada para las mujeres. Finalmente los extremos comenzaron a juntarse. Masculino y femenino no eran más irreconciliables. Pero en ciertos campos se continuó batallando y en algunos casos el mundo femenino fue confinado a su rincón. Uno de esos campos eran los torneos de belleza.

Concursos de belleza masculinos

Los concursos de belleza masculinos son relativamente recientes. En Venezuela, donde cientos de espectáculos de belleza femeninos son realizados cada año¹, los concursos masculinos comenzaron en 1996². En 1997 Lupita Jones, Miss Universo 1991, inauguró un concurso de belleza llamado El Modelo de México, en el cual un grupo de jóvenes mexicanos exhibieron sus mejores cualidades en el intento de obtener el título de el modelo de México. Los concursos de belleza masculinos son hoy parte de la industria televisiva de espectáculos, la que ha causado sorprendentes repercusiones con los concursos venezolanos de belleza femeninos. Una industria que orgullosa muestra sus magníficos records: Venezuela es el único país que ha ganado diez concursos internacionales de belleza y dos veces al mismo tiempo los dos mayores concursos, Miss Mundo y Miss Universo. Niñas hermosas, sosteniendo el título de Miss Venezuela han ganado cuatro veces el concurso Miss Universo, cuatro veces el concurso Miss World y dos veces el concurso Miss Internacional (Finol 1999:105)³. Se explica porqué en 1996, los concursos de belleza masculinos constituyeron otro paso a la construcción de un nuevo espectáculo basado en la exhibición de muchachos jóvenes y bonitos, ávidos de introducirse en el mundo del estrellato, los modelos, las novelas televisivas y un mundo de fama y dinero, e inclusive a un mundo donde la política y el poder no se encuentran tan lejos, como lo comprobara Irene Sáez. De facto, la hermosa niña venezolana, luego de haber sido elegida Miss Venezuela y Miss Universo, devino elegida dos veces Intendente de Caracas, fue candidata a la presidencia del país y recientemente elegida gobernador del estado de Nueva Esparta. La elección de la reina hermosa, reinas y madrinas, proviene, tanto en Venezuela como en otros países latinoamericanos, de una costumbre muy extendida en diversas actividades sociales: en la escuela, el carnaval, fiestas y competencias deportivas. Como dice Rogers, «these examples illustrate one dimension of the beauty queen phenomenon, namely their capacity to serve as emblems of all manner of social groupings» (Rogers 1998:63).

¿Por qué le tomó al hombre tanto tiempo llegar a los espectáculos de belleza? ¿Qué pasos dio este «producto» antes de alcanzar la pantalla del televisor? De acuerdo a mi hipótesis, hubo algunos obstáculos que superar antes que los hombres pudieran ser exhibidos ante el telespectador en un concurso de belleza, sin ser rechazados. Fue necesario facilitar el pasaje hacia un espacio explícitamente prohibido para los hombres. Los concursos de belleza son rituales llenos de sentidos femeninos, donde ningún hombre podía tomar lugar, ya que fueron los mismos hombres quienes crearon este espacio, para exhibir a la mujer en uno de los sentidos que la sociedad masculina les atribuyó: instrumentos ornamentales. Es para el placer de los hombres que se supone que el cuerpo de la mujer siempre debe verse hermoso y joven. Entre otras obligaciones como esposa, este es uno de los papeles de la educación familiar en la enseñanza de las niñas jóvenes: se hermosa, siempre hermosa. Los hombres debían ser fuertes, inteligentes, buenos trabajadores, pero en relación a la belleza nada les concernía: no estaba dentro de sus deberes el ser bonito. Fue luego un «conflicto negociado» (Bell 1992:191) que los medios debieron resolver, antes de colocar un grupo de hombres frente a las cámaras, donde solamente las mujeres acostumbraban a estar.

De manera que para los hombres poder asumir un espacio tradicionalmente reservado para la mujer, fue necesario cumplir con determinados pasos. Posiblemente el más importante de ellos tuvo lugar cuando las mujeres decidieron que los músculos no eran más dominio exclusivo de los hombres, cuando descubrieron que ellas también tenían algo para hacer como físicoculturistas. Por otra parte decidieron que tenían aptitudes para el boxeo y otros deportes masculinos. Probablemente las mujeres tengan mucho más a lo que aspirar dentro de los dominios masculinos, por el solo hecho de haber sido mayormente excluidas. En realidad los hombres siempre tuvieron muchas más áreas de vida física y social que las mujeres. Por eso mismo, las mujeres han tenido mucho más espacio semiótico que conquistar, por ser casi toda exclusividad de los hombres. Creo que los rituales espectaculares de belleza fueron para los hombres uno de sus últimos pasos.

Espectáculos de belleza masculinos

Para analizar los concursos de belleza masculinos, hemos examinado Mr. Venezuela 1998, concurso que tuvo lugar en Caracas en octubre de ese mismo año. Era la tercera edición de este ritual anual. Esta vez, los organizadores del espectáculo y los telespectadores de la Televisión Venezolana, se vieron animados por el hecho de que Mr. Venezuela 1997, el señor Sandro Finoglio, había conquistado el título de Mr. Mundo 1998. Al igual que en los concursos de belleza femeninos (Finol 1999:104), aquí tuvimos también el mismo grupo de actores: una presentadora a cargo de mantener el entusiasmo de todos y de realizar las presentaciones a lo largo de dos largas horas de duración del espectáculo; el jurado, que en este caso estaba compuesto en su totalidad por mujeres, los espectadores presentes y los televidentes y finalmente los jóvenes competidores actuando heroicamente en una difícil batalla.

El ritual está dividido en doce pasos:

1. Introducción
2. Canto y danza
3. Presentación del jurado
4. Primer desfile
5. Canto y danza
6. Segundo desfile
7. Canto y danza
8. Tercer desfile
9. Canto y danza
10. Presentación de Sandro Finoglio
11. Elección de Mr. Fotogénico y de cinco finalistas
12. Elección del ganador y de otros dos finalistas.

Estos doce pasos, cada uno de ellos separado por largos cortes comerciales, podrían reducirse a los siguientes componentes: Introducción + Espectáculos de canto y danza + Presentación del jurado + Desfiles + Presentación de Sandro Finoglio + Primera elección + Elección final + Premios. Estos ocho pasos, algunos de los cuales se repiten, muestran una asombrosa similitud con el esquema de test desarrollado por Greimas (1979:131) siguiendo a Propp (1970), de acuerdo al cual el héroe debe cumplir con un grupo de tareas que luego le permitirán obtener su objeto anhelado o l'objet de valeur. En realidad, los tres desfiles son pruebas por las cuales los jóvenes deben atravesar, para obtener competitividad camino a la prueba final: la elección hecha por el jurado. En este sentido, los desfiles corresponden a lo que Greimas (1977:304) llama prueba de calificación que «correspond l'acquisition de la compétence (ou, plus précisément, des modalités actualisantes du savoir-faire et/ou du pouvoir-faire)». Las dos elecciones hechas por el jurado corresponden a lo que Greimas llama prueba decisiva, aunque en este caso no es exactamente hecho a través de una performance, pero en su lugar

representa la conjunción con el objeto anhelado. Finalmente, la «coronación» del ganador es lo que Greimas llama la prueba glorificadora, lo que es equivalente al reconocimiento por parte del Adresser.

Los componentes más importantes de este esquema ritual son indudablemente los tres desfiles. Allí los candidatos deberán mostrar sus cuerpos, su forma de caminar, sus sonrisas.

Primer desfile

Durante el primer desfile, los candidatos portan vestimentas deportivas muy ajustadas al cuerpo y anteojos de sol. Estas ropas, diseñadas por Carolina Morales, se caracterizan por tener numerosos colores fuertes. Llamados por la presentadora, cada uno de ellos, portando sus enormes sonrisas, se acerca al frente del escenario donde un micrófono ha sido colocado, se detiene y con un rápido movimiento se quita los anteojos oscuros para luego decir las pocas palabras que los espectadores podrán escuchar de sus labios: nombre, edad y estudios. Desde un principio, los conductores del ritual han dejado claro que no es cosa de hablar sino de mostrar sus cuerpos jóvenes y musculosos. Deben saber cómo caminar y sonreír y cómo mostrar sus mejores cualidades físicas.

Segundo desfile

Durante el segundo desfile, los participantes aparecen en trajes de baño. Aquello que estuvo cubierto con ropas ajustadas, está ahora descubierto. Sus cuerpos han sido meticulosamente afeitados, están lustrosos y atractivos. Esta vez no hay palabras, solamente caminatas y sonrisas. Sólo cuerpos que caminan y sonríen. Miran al público delante del cual el jurado está ubicado.

Tercer desfile

Esta vez los participantes están vestidos con smoking. Como en los desfiles anteriores, caminan uno tras otro, desde el fondo hasta el frente del escenario. Se acercan al público, caminando de una manera absolutamente diferente a la usual. Esta vez no es necesario enfatizar sus cuerpos sino mostrar su elegancia, su encanto, sus modales mundanos, su belleza. Llevan puesto smoking por la sencilla razón de que el ganador estará ya listo para la ceremonia de «coronación».

Presentación de Mr. Mundo 1998

Luego de repetidas interrupciones con anuncios comerciales y nuevos espectáculos musicales, el venezolano Sandro Finoglio es llamado a subir al escenario. Es entrevistado durante algunos momentos durante los cuales aún tiene algunas dificultades para responder a las preguntas. Estaba aún lleno de emociones e insistía en que su papel durante el concurso Mr. Mundo 98 fue el de representar a Venezuela de manera tal que el país estuviera orgulloso de ello. Es el ejemplo para estos veintiún jóvenes.

Prueba decisiva

Luego de los desfiles y otros espectáculos musicales, es tiempo de comenzar con los pasos finales de este largo ritual. Primero se hace pública la elección realizada días antes por la Asociación de Fotógrafos (the Photographer's Association) quienes debieron elegir quién sería Mr. Fotogénico, título que entonces es ganado por Numa Delgado, quien recibe el premio de manos de Veronica Schneider, candidata venezolana para el concurso Miss World 1999. Inmediatamente, el público es informado de que el jurado ha llegado a su primer veredicto: cinco finalistas son llamados al frente del escenario. Unos momentos más tarde, la anunciadora nombra en orden inverso los tres finalistas que deberán representar su país en tres diferentes concursos internacionales: Man Hunt, Mr. Internacional y Mr. Mundo.

Prueba glorificadora

Esta prueba es llevada a cabo con la presentación de los premios: motocicletas para el tercer y segundo finalista y un hermoso automóvil para el primer finalista. Obtienen su objeto anhelado. El ganador es llamado para la ceremonia de coronación pero, en lugar de recibir una corona tal como lo hacen las Miss Venezuela, tanto aquí como en concursos internacionales, nuestro Mr. Venezuela recibe una larga y blanca bufanda. No pude evitar de preguntarme porqué no una corona, como la de un rey. ¿Por qué una corona para ella, como a una reina y una bufanda para él, solo como a un caballero y no como a un rey? Probablemente sea éste uno de los indicios para comprender cómo funciona este ritual en su nivel más profundo y particularmente cuáles son los valores semióticos que se esconden en este proceso.

Hay una gran cantidad de diferencias importantes que ocupan el proceso ritual del que estamos hablando. Cuando miraba toda la presentación noté que el jurado estaba formado en su totalidad por mujeres. En nuestro análisis de los concursos de belleza femeninos el jurado estaba conformado por tanto mujeres como hombres. ¿Qué significa esta diferencia? Una primera hipótesis se relaciona con la idea de que la mujer es el examinador «natural» de la belleza del hombre. ¿Quién más? Como las mujeres son la pareja «natural» del hombre, tienen entonces el derecho de evaluar las condiciones de estos atractivos jóvenes. Pero una vez más nos preguntamos ¿por qué hombres y mujeres comparten los lugares del jurado? Una segunda hipótesis, la cual considero mayormente creíble, se relaciona con el interés que los organizadores del concurso tienen en mostrar un fuerte sentido de masculinidad durante todo el ritual. Los veinticuatro jóvenes son evaluados solamente por mujeres como una forma de mostrar que realmente son hombres, que no hay posibilidades de confundirse con otras preferencias sexuales. Si echamos una mirada al contexto social y cultural, con la idea de darle valor a nuestra hipótesis, veremos que en realidad, aún persiste un fuerte sentido de lo que la sociedad venezolana denomina como machismo. Es precisamente ésto lo que ha contribuido a atenuar los cambios culturales necesarios que darían fin a la iniciación de concursos de belleza masculinos en el mundo de los negocios venezolano. En otras palabras, no sería visto como «natural» por el público, tanto hombres como mujeres, que un jurado compuesto por hombres, aunque parciales, evaluase la belleza de otros hombres. Por el contrario, esta no es la misma situación que se presenta en los concursos femeninos, donde la presencia de hombres en el jurado no es vista como anormal. De manera que la belleza de la mujer es cosa de hombres pero también de mujeres. El lenguaje corriente, por lo menos en la sociedad venezolana refleja la misma situación, ya que una mujer en cualquier momento puede decirle a otra mujer lo bonita que se ve. En su lugar, entre hombres no está totalmente aceptado que uno advierta en otro el mismo tipo de característica. En esta misma dirección, quisiera argumentar que en los concursos de belleza femeninos de Venezuela, siempre hay dos anfitriones, un hombre que generalmente es Gilberto Correa y una mujer que usualmente es una Miss Universo venezolana. Ambos describirán extensivamente durante el espectáculo, las grandes hermosuras de las participantes. Por el contrario, en nuestro concurso masculino es solamente una mujer quien actúa como anfitriona, que habilitada por su género puede describir las hermosuras de los participantes, un papel que no estaría en acorde con un hombre.

Otro signo importante que apoya nuestra hipótesis, es que como dije anteriormente, que mientras nuestra Miss recibe corona, nuestro Mr. recibe una bufanda. Esta diferenciación, hecha por las mismas personas que organizan ambos tipos de concurso, está hecha para separar claramente la masculinidad de la femineidad. En Venezuela, donde las misses fueron siempre llamadas reinas, una corona ha sido siempre semióticamente relacionada con la mujer y no con el hombre. De manera que el uso de una corona para Mr. Venezuela habría dado un sentido de femineidad a un ritual que

está estrechamente ligado a la masculinidad dirigida al público tanto masculino como femenino. Otro argumento que prueba la existencia de esta semiósfera ritual, donde la marcación de la masculinidad está cuidadosamente preservada, lo podríamos encontrar en el hecho de que los organizadores exigen de los participantes que se afeiten el cuerpo entero, lo cual ha sido comentado por alguno de los participantes en nuestras entrevistas como uno de los pasos más difíciles de aceptar, ya que esto es visto como femenino en la sociedad venezolana.

Quisiera también agregar otra diferencia importante con el fin de comprender mejor nuestra hipótesis. Uno de los factores más importantes en los concursos femeninos son las dimensiones del cuerpo de la mujer. No solamente la dimensión de estatura sino particularmente el busto, la cintura y la cadera. Esto no es el caso de los concursos masculinos. El público solo tendrá conocimiento de su altura pero no otras dimensiones. Los candidatos deberán ser presentados uno a uno como cuerpos enteros en los cuales la musculatura tiene un rol que jugar, aunque no se espera de ellos la masividad de los cuerpos físicoculturistas. A esta altura, posiblemente sea de utilidad preguntarse cuáles son las diferencias entre la competencia de físicoculturistas y la de belleza masculina. Claro está que cuando se trata del primero, los músculos son particularmente importantes ya que sus dimensiones serán utilizadas como una forma de comparación, lo cual no es el caso de los concursos de belleza. Otra diferencia que podría ser ilustrativa es que en las competencias de físicoculturistas tanto como en las atléticas, los hombres están afeitados. «Triathletes shave their bodies to minimize air and water resistance during their competitions; body-builders do so to make muscles and striations more visible» (Muscle & Fitness, Dic. 94:38). Como lo expresa la cita, lo que busca la competencia de físicoculturistas es mostrar músculos, muchos músculos de los que hacen a un ganador. Por el contrario, en una competencia de belleza, lo que hace importantes a los músculos, no es su masividad sino su belleza. Es por eso que los físicoculturistas ingieren diferentes sustancias, justamente para aumentar su masa muscular.

Pero naturalmente que además de los músculos, hay otros cuatro componentes para ser evaluados por el jurado en nuestro concurso: caminar, sonreír, bailar y vestirse. Los cuerpos bajo evaluación son meros cuerpos, como mucho cuerpos en movimiento. No está permitido que expresen otras condiciones personales como por ejemplo, conocimientos, espiritualidad, ocupaciones de tiempo libre, pensamientos o ideas. Son solamente cuerpos, cuerpos que caminan, sonríen, bailan y se visten.

Conclusiones

Como lo hemos visto, los concursos de belleza masculinos, son un fenómeno reciente en la sociedad venezolana y me atrevería a decir lo mismo de la mayoría de los países latinoamericanos. Esta vez, veinticuatro jóvenes de los diferentes estados del país, se juntan para exhibir sus mejores cualidades corpóreas, con el fin de llamar la atención del jurado. No sabemos nada de ellos. El público tiene solamente una chance de escuchar sus voces. Durante unos pocos segundos de su primer desfile, frente a las cámaras y las luces, se les permite manifestar su nombre, su edad y sus estudios actuales. Sólo unas pocas palabras y nada más. Deberán solamente mostrar su cuerpo, su sonrisa, su seductiva forma de desfilarse. Solamente cuerpos que marchan y sonríen.

Lo que este ritual trata de establecer, primeramente, es un sentido de masculinidad en acuerdo con lo que la cultura machista venezolana pueda aceptar. De la misma manera que «femininity is not a natural property of women, but a cultural construct» (Bignell 1997:61), la masculinidad es también un producto cultural, construido con el empeño de representar una determinada visión ideológica de lo que el ritual mediático crea. Así es que la pregunta a esta altura de los acontecimientos es, qué tipo de masculinidad es la

que este ritual intenta presentar. Primero que nada, los organizadores intentan separar claramente la femineidad de la masculinidad. Es por eso que, aunque usen el mismo tipo de ritual, algunos indicios, expresados por la presencia o la ausencia de algunos actores y algunos signos, son presentados con el fin de reforzar las diferencias entre una Miss y un Mr. Además, el proceso ritual, no solamente toma clara distancia de la femineidad, sino también de otras preferencias sexuales que podrían «mancillar» el fuerte sentido de masculinidad adherido a todo el fenómeno. Ciertamente que el sentido de masculinidad presentado aquí, está lejos de cualquier similitud con la homosexualidad. Esta es probablemente la principal connotación que nuestro ritual intenta evitar, ya que cualquier pequeño acercamiento al sentido de homosexualidad, sería rechazado por la audiencia e inclusive por los mismos competidores, como algunos de ellos me contaba. En su nivel más profundo, el ritual del concurso de belleza masculino es, como muchos ritos, una expresión del mito social de la masculinidad, un mito que lleva sus raíces en la cultura machista latinoamericana. En su nivel más profundo, el ritual intenta asegurar que el sentido de hombría transmitido por cada acción, sea presentado en forma congruente con el contexto social y cultural, ya que ningún ritual puede pasar por alto los valores y las estructuras sociales establecidas hace mucho tiempo. Aunque sea correcto decir que este mito y las conductas sociales adheridas a él, en nuestro tiempo han sido atenuados, sigue siendo parte de la realidad que los rituales, inclusive los poderosos rituales mediáticos, no pueden pasar por alto esos valores y estructuras.

Otra importante reflexión que emerge del análisis de los nuevos rituales, es cómo éstos nacen. Y aquí llegamos a la esencia del área teórica respecto a la construcción de nuevas experiencias rituales que, como en nuestro caso, derivan de otros rituales similares. Los concursos de belleza masculinos se encuentran entre otros dos rituales: los concursos de belleza femeninos y los concursos de físicoculturistas. Toma componentes y rasgos de ambos con la finalidad de crear otro. Los concursos de belleza femeninos tienen una larga historia en la cultura humana. Su origen corresponde a un tipo particular de sociedad dominada por los hombres. Pero los concursos de belleza masculinos son una nueva expresión que tiene que competir con valores ya existentes que deben ser cambiados en el ritual para poder ser completamente aceptados por la sociedad y por la cultura en la que vive esa sociedad. ¿Cómo se crean los nuevos rituales? En este caso hemos visto cómo este nuevo ritual toma los mismos esquemas de los concursos de belleza femeninos. Los actores, las acciones y los pasos a dar son prácticamente idénticos, pero determinados contenidos semióticos son diferentes y esas diferencias vienen, en realidad, de la inversión de diferentes valores en los diferentes actos. Masculinidad y femineidad son percibidas y actuadas en diferentes formas. El cuerpo masculino es percibido por la sociedad como fundamentalmente diferente del femenino. Otro aspecto respecto a la creación de nuevos rituales, es que este proceso debe seguir una larga serie de pasos y de cambios para reducir las contradicciones y confrontaciones entre microcomponentes de la misma cultura.

Otra pregunta teórica que surge del análisis de los rituales en las sociedades contemporáneas es la poderosa presencia de las nuevas tecnologías. Tanto la televisión como el cine son una nueva instancia que ha sustituido el lugar público y ha asumido como su propio dominio, la opinión pública y sus rituales. Pero, ¿es el poder mediático suficiente para crear e imponer a la sociedad nuevos rituales seculares y nuevos valores? Ciertamente que la respuesta a esta pregunta está más allá de nuestra investigación. Como quiera que sea, algunas conclusiones previas en torno a esta cuestión, podrían ser ventiladas para posteriores discusiones. Primero que nada quisiera sugerir que a pesar del enorme poder mediático, ningún valor o ninguna idea pueden ser impuestas en la sociedad si por lo menos alguno de sus miembros no se

abre a la posibilidad de cambios. La sociedad está lejos de ser homogénea. De manera que cualquier ideología estará siempre expuesta a la crítica y la revisión. No existe ningún poder capaz de imponer un mito uniforme y consensual. Ciertamente, el poder mediático, su capacidad de presentarse en todas partes, especialmente en casa, lo transforma en una fábrica de ideas, no solamente a través del mensaje que son capaces de transmitir, sino también a través de su propia presencia como tecnología prestigiosa. Los rituales seculares están colocados en una posición cultural diferente que los rituales sagrados. Los anteriores están insertos en un sistema religioso cerrado mientras que los últimos lo están en un sistema social abierto donde la oposición y la crítica son componentes principales. Para los medios, poder imponer cambios en un sistema cultural, implica tener que «conectarse» a través de los valores culturales ya existentes para así encontrar un lugar. Este proceso supone la identificación de posiciones ya tomadas por valores existentes para luego colocar los nuevos en forma, si bien conflictiva, también armónica. Para los concursos de belleza masculinos, el ser aceptados debió pasar por su colocación entre otros rituales, los cuales ya habían tomado posición. En otras palabras, para adaptarse al sistema cultural latinoamericano, los concursos de belleza masculinos deben tomar en cuenta un proceso diacrónico, dentro del cual existen, no solamente los concursos de belleza femeninos, sino los físicoculturistas del tipo de Mr., Ms. y Master, Mr. Olympia entre otros. Deben entonces esperar por un cambio progresivo en las diferencias irreconciliables de lo que tradicionalmente es comprendido como hombre y mujer, como masculinidad y femineidad.

* (PhD)José Enrique Finol
Universidad del Zulia
Asociación Venezolana de Semiótica
Maracaibo, Venezuela

(Traducción del inglés: Miguel Gabard)

[INDICE H-29](#)

[HOME](#)