



El Concurso Nacional de Belleza contado por *Cromos*

(1934 – 2015)

Liliana Reyes Neira

Natalia Gedeón Acosta

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador(a) social con énfasis en periodismo

Directora

Maryluz Vallejo Mejía

Pontificia Universidad Javeriana

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Carrera de Comunicación Social

Bogotá, 2016

REGLAMENTO DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**ARTÍCULO 23**

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

FORMATO PROYECTO TRABAJO DE GRADO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**Profesor Proyecto Profesional II:**

Maryluz Vallejo Mejía

Fecha:**Calificación:****Asesor Propuesto:**

Maryluz Vallejo Mejía

Vo.Bo. Coordinador de Campo (Opcional):**Fecha inscripción del Proyecto ante la Coordinación de****Trabajos de Grado:****I. DATOS GENERALES**

Nombre(s): Natalia

Apellido(s): Gedeón Acosta

Nombre(s): Liliana

Apellido(s): Reyes Neira

Nombre(s):

Apellido(s):

Modalidad del trabajo:

	Monografía teórica		Producto
	Análisis de contenido		Práctica por Proyecto
	Sistematización de experiencias	X	Asistencia en investigación

Título del Trabajo de Grado: provisional, corto, creativo, con subtítulo explicativo

El Concurso Nacional de Belleza contado desde *Cromos* (1934-2015)

Marque en qué línea de investigación se clasifica su trabajo:

	Discursos y relatos	X	Industrias culturales
	Procesos sociales		Prácticas de producción innovadora

El Concurso Nacional de Belleza ha sido un evento cultural y social que ha reflejado la historia, raza y costumbres de los pueblos colombianos a través de los años. Un medio importante que ha cubierto este evento desde sus inicios es la revista *Cromos*, que hoy en día es el medio oficial impreso encargado de cubrir este evento en exclusiva, con el *Minicromos*. Sin embargo, ¿Realmente la revista *Cromos* ha contado con los episodios oscuros y los escándalos que se han presentado en el reinado?, ¿Qué tan ceñida ha estado la historia contada por *Cromos* a la historia oficial del Concurso Nacional de Belleza o qué tan auténtica ha sido?, ¿Qué tanto se acercaron *Cromos* y el *Minicromos* a las participantes y a las realidades que se viven en cada región que están representando?

1. ¿Por qué es importante investigar ese problema? Enumere las razones que justifican la investigación que se propone, su pertinencia e importancia, desde para el campo profesional y para la comunicación. En el caso de los productos, especifique su originalidad o rasgos que lo distinguen de experiencias similares.

a) El Concurso Nacional de Belleza es un evento cultural que nos representa a nosotros los colombianos como ciudadanos, como pueblo, cultura y raza. Es un objeto de estudio que no ha sido

tan apeteído por los académicos a pesar de que tiene bastante campo por explorar y aportar a la cultura e historia de nuestro país.

b) *Cromos* es un medio de comunicación importante e influyente, el cual ha sido protagónico desde los inicios del concurso, y vale la pena analizar en profundidad qué tan fiel ha sido a la realidad de la historia que nos ha mostrado a los colombianos a través de sus publicaciones.

c) La historia del Concurso Nacional de Belleza merece ser contada al país entero, pues representa no sólo nuestra cultura colombiana, sino también nuestra industria, nuestra raza y tradiciones, nuestro patrimonio cultural y nuestra identidad.

d) Interesa mostrar la contribución de este evento a los diferentes sectores económicos del país, como alimentos, bebidas, textiles, artesanos, belleza, entre otros.

e) El Concurso Nacional de Belleza es punto de referencia para ver la evolución de los patrones de belleza y moda que han ido evolucionando a través de los años en la mujer y en la cultura colombiana.

f) Esta gran crónica recupera testimonios de personajes protagónicos e influyentes en *Cromos* en El Reinado Nacional de Belleza y detrás de cámaras en el concurso como los son Diego Guarnizo, Vicky Weinstein, Lupe Yidios, Raimundo Angulo y la ex reina Susana Caldas.

2. **¿Qué se va investigar específicamente?** (Defina el objeto o corpus de la investigación ¿Con qué materiales, entidades, espacios, textos, etc. va a trabajar?)

Para la elaboración de esta gran crónica sobre El Concurso Nacional de Belleza, se analizarán principalmente las revistas *Cromos* desde el año 1934 hasta el año 2015, incluyendo todas las ediciones de *Minicromos* desde sus inicios en 1972. De 1934 hasta 1953 la mayoría de las publicaciones del reinado en la revista salían en los primeros meses del año, pues no era un evento tan importante para los colombianos. Desde 1955, el reinado comenzó a coger fuerza por lo que se revisarán únicamente los meses de octubre y noviembre, cuando el Concurso Nacional de Belleza tiene mayor importancia en la revista y salen varios artículos, galerías y especiales.

Debido al corto tiempo que se tiene para realizar esta revisión, el objeto de estudio será únicamente El Concurso Nacional de Belleza, pues han existido muchísimos más reinados. Así mismo, debido al poco tiempo que se tiene, la revisión será exhaustiva solamente en los meses octubre y noviembre de cada año, y no en la totalidad de los meses.

Como fundamento teórico se estudiarán académicos de la industria cultural, la belleza del cuerpo humano y el poder de las mujeres en la sociedad. Algunos de estos libros reseñados son *Pasarela paralela, escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza* (2005) por Chloe Rutter-Jensen el cual cuenta sobre los distintos escenarios que ocupa la mujer en los reinados, desde sus inicios hasta la actualidad, pues antes las reinas eran únicamente las que pertenecían a clase alta, *La industria cultural* (1976) de Horkheimer y Adorno el cual habla de los eventos culturales cuando se comienzan a volver una industria que enriquece la economía, *Cuando las mujeres reinaban: belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX* (2005) de Mirta Lobato, que habla sobre el papel que tiene la mujer en la sociedad, pues realizaban actos de beneficencia, reinados, etc., *La*

historia de la belleza (2004) por Umberto Eco, que cuenta la historia de la belleza de la mujer desde la antigua Grecia y cómo ha evolucionado a través de los años. También se tendrán en cuenta otros artículos académicos que hablan sobre la belleza de la mujer, las diferentes industrias de los reinados y las relaciones de poder que giran en torno a concursos de esta naturaleza, tan arraigados en América Latina.

Además, para la construcción de la crónica se tendrán en cuenta testimonios que enriquecen la información lo suficiente para contar la historia de El Concurso Nacional de Belleza desde puntos de vista nunca antes expuestos, como el de Vicky Weinstein, directora de Arte del Minicromos en los años 80 y 90, Diego Guarnizo, Director de Arte del Minicromos años más tarde, Raimundo Angulo, Presidente de El Concurso Nacional de Belleza; Lupe Yidios, miembro de la Junta Directiva del Concurso Nacional de Belleza; Susana Caldas, ex señorita Colombia en 1983; Fabio Serrano, fotógrafo de la revista durante 20 años.

B. Objetivos

- 1. Objetivo General:** ¿Qué busca alcanzar? Párrafo puntual donde define la meta general que se propone para el trabajo.

Realizar una gran crónica sobre el cubrimiento que ha hecho la revista *Cromos* del Concurso Nacional de Belleza de Colombia desde sus inicios en 1934 hasta 2015,

- 2. Objetivos Específicos (Particulares):** Especifique qué otros objetivos se desprenden del Proyecto. ¿Qué tipo de metas se propone cumplir para lograr el objetivo general?

1. Describir la transformación de los estándares y patrones de belleza reflejados en los perfiles de las reinas de las distintas épocas del reinado.

2. Analizar las influencias políticas, económicas y culturales del Concurso Nacional de la Belleza en sus más de 80 años.

3. Reconstruir el relato de país realizado por *Cromos* desde el reinado, con su lado amable de integración nacional y su lado oscuro de penetración del narcotráfico, más allá de la historia institucional.

4. Identificar los aportes de *Cromos* a la construcción del relato sobre el Concurso Nacional de la Belleza, como medio abanderado de esta festividad novembrina.

III. FUNDAMENTACIÓN Y METODOLOGÍA

A. *Fundamentación Teórica*

1. **¿Qué se ha investigado sobre el tema?** Antecedentes de investigación. Revisión de la bibliografía pertinente. Para trabajos con producción, ¿hay producciones que trabajen el mismo tema o alguno similar?, ¿existen manuales semejantes? ¿Textos de apoyo a su trabajo? Haga aquí una breve relación crítica de los textos que servirán de apoyo a su trabajo.

No ha habido muchos autores académicos ni tesis de grado que se hayan preocupado por el Concurso Nacional de Belleza en Colombia, pues es probable que sea considerado un tema poco pertinente para la academia. Sin embargo, se han encontrado artículos, investigaciones y libros

sobre el tema. La politóloga Ingrid Bolívar de la Universidad de los Andes es quien más ha escrito sobre El Concurso Nacional de Belleza en el país.

En *Historia de la vida privada en Colombia* (2011), la politóloga Ingrid Johanna Bolívar escribe un capítulo llamado *El reinado de belleza en Colombia: vida privada, dominio político y anhelos de eternidad*, en el que se puede ver cómo los atributos físicos ayudan a ser factores para que las reinas logren llegar a ser reinas. Sus facciones físicas, costumbres e ideales espirituales hacen que estas damas se conviertan en la compañía de grandes figuras políticas y estén siempre presentes en eventos importantes, de la alta sociedad.

En *Cuando las mujeres reinaban: belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX* (2005), diferentes autoras como Mirta Zaida Lobato, Cecilia Belej, María Fernanda Lorenzo, Ana Laura Martín, Ana Lía Rey, Cecilia Tossounian, entre otros, narran y analizan el papel de la mujer en Argentina a partir del siglo XX y el empoderamiento que empezó a tener el género femenino a través de los reinados de belleza, reinados del trabajo y de producción. Además, este texto no habla únicamente del empoderamiento de la mujer, sino también de cómo los patrones de belleza han cambiado gracias al periodo de entreguerras y a la industria cultural. Esta información es pertinente para la construcción de las categorías de análisis. Un contraste fuerte con los Reinados de Colombia, asociados a las élites y a las mujeres de sociedad; no trabajadoras.

Pasarela paralela, escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza (2005) es un libro escrito por varios autores como Ingrid Bolívar, Elisabeth Cunin, Bobby Rosenberg, entre otros que analiza la esencia, la estructura y los parámetros del Concurso Nacional de Belleza con el fin de encontrar el significado que este ejerce en la sociedad contemporánea.

Justamente sobre este libro, José Eduardo Jaramillo escribió una reseña donde abre una discusión sobre algunos de los puntos que tocan los autores. Por ejemplo, explica cómo las obras sociales sirven para validar el concurso como un evento importante que merece ser respetado y explica cómo los patrones de belleza no son incluyentes; la única belleza que es aceptada es aquella de rasgos de la mujer blanca.

En el libro oficial de El Concurso Nacional de Belleza, llamado *Las Reinas (2015)* se encuentra un artículo realizado por el mismo Concurso Nacional de belleza para sus 80 años. En este aparece primero un texto de Raimundo Angulo hablando del reinado como una institución cultural. Salen entrevistas a personas importantes tales como Doña Tera Pizarro y artículos sobre la historia de la corona y lo que esto representa. Después, una línea de tiempo donde sale cada reina coronada junto a una foto y una pequeña reseña. Y, por último, un artículo para cerrar sobre el reinado y el servicio social.

Jaque a las reinas: mafia y corrupción en Cartagena es un libro escrito por Eccehomo Cetina, en el que se investiga a fondo El Concurso Nacional de Belleza el cual, según Cetina, se vio envuelto en numerosos escándalos en la época del narcotráfico, como candidatas patrocinadas con dinero de dudosa procedencia, participantes envueltas sentimentalmente con personajes del narcotráfico, etc. Una recolección de hechos que no son muy conocidos por el mundo exterior a este certamen.

Identidades a flor de piel. Lo 'negro' entre apariencias y pertenencias: mestizaje y categorías raciales en Cartagena (Colombia) es un artículo escrito por Elisabeth Cunin donde hace una comparación de la raza negra y la raza blanca en Colombia y cómo estas dos cumplen un papel distinto en la sociedad. Los roles de representación corresponden a normas implícitas que han impuesto la clase alta y la clase política con poder. Para demostrar esto, Cunin toma como ejemplo

el Reinado Nacional de Belleza y el Reinado Popular. Ambos tienen como escenario principal la ciudad de Cartagena, pero estos dos eventos jamás se juntan ni tampoco representan a la misma ciudad. Por un lado, el Concurso Nacional muestra la Cartagena bella, la de las mujeres hermosas y paraísos sorprendentes. Estas reinas muestran una ciudad turística, que invita a los extranjeros a venir. Por otra parte, la reina popular se encarga de representar la otra Cartagena, aquella que es marginada, la de la pobreza y la exclusión. De esta manera se puede ver como existe una distinción de las razas a partir de las mujeres. La mujer negra o la popular está destinada a ser hogareña y a no tener muchas aspiraciones en su vida, mientras que la reina de raza blanca es inducida a que sea activa y represente a Colombia internacionalmente.

En el artículo *Belleza Colombiana*, escrito por Juana Salamanca, se hace un recuento histórico de El Concurso Nacional de Belleza en Colombia. Narra datos importantes y memorables que ocurrieron en el concurso y que no son recordados por muchos, como datos de la vida de las concursantes, los patrocinadores oficiales desde inicios del reinado, entre otros.

En *100 años del sector belleza y cuidado personal en Colombia a través de la comunicación* (2011) de José María Reventós, el Presidente de El Concurso Nacional de Belleza, Raimundo Angulo, habla sobre la belleza, puede ser algo subjetivo, pues es apreciada desde diferentes puntos de vista. Así mismo, recuerda cómo ha cambiado la belleza desde 1934 en los inicios del reinado, la belleza era considerada como algo muy natural, pues Yolanda Emiliani para la noche de coronación sólo rizo su pelo y pintó sus labios de rojo. Así mismo, hay otro artículo escrito por Jairo Dueñas, en el que describe los patrones de belleza desde 1916 que inició la revista *Cromos* hasta el 2011, que fue escrito el artículo.

Reinados de belleza y nacionalización de las sociedades latinoamericanas (2007) es un artículo de Ingrid Bolívar que da una mirada nueva sobre identificación nacional y el rol de las mujeres en las sociedades latinoamericanas en el siglo XX. Para esto se analiza detalladamente el Concurso Nacional de Belleza y todos los discursos que este transmite a la cultura de manera implícita y explícita. El texto se divide en tres categorías de análisis: la primera habla sobre la nación y como ésta se construye a partir de la identidad. Sin embargo, aquí se resalta que no es la identidad global la que se tiene en cuenta sino aquella de la clase alta o de la clase política dominante. El segundo argumento habla sobre como el reinado impone reglas sociales a las mujeres y un discurso que promueve estándares de moral y de costumbres. Por último, se explica como la clase política dominante acredita su control del poder mediante el reinado y sus mujeres.

Bellas, víctimas y luchadoras: la construcción de la imagen de la mujer en la revista Cromos, 1958 – 1975 (2009) es una tesis realizada en la facultad de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Javeriana por Diana Prada. Aquí se muestra como la mujer ha sido representada por la Revista Cromos durante las distintas épocas. La primera parte es un repaso del siglo XX en Colombia y los problemas sociales, culturales y políticos que se vivían en el país y como estos lograban afectar el rol de la mujer en la sociedad. Luego, se hace un recuento de todos los factores de tendencias, ciencia, salud y arte, y como estos le fueron otorgando un papel más importante al sexo femenino. Para finalizar, se muestra qué papel cumplía la revista en los discursos sobre la imagen de las mujeres bellas y cómo se lograba crear un símbolo de belleza estandarizado para todas las colombianas.

Semiótica del Cuerpo: El mito de la belleza contemporánea (1999) es una tesis realizada por José Enrique Finol para la Universidad del Zulia en Venezuela. Este tiene el fin de estudiar el mito de la belleza en el Concurso Nacional de Belleza de Venezuela. Para esto se coge de ejemplo el

reinado realizado en Caracas en el año 1996. Primero se argumenta como la belleza está ligada a la corporeidad y al espectáculo y como esto conlleva a las mujeres de hoy en día, en especial a las reinas, a realizarse procedimientos quirúrgicos y de estética para conseguir la perfección. Luego, se explica como el éxito de las Miss Venezuela en el Miss Universo es utilizado como discurso y estrategia para la unión nacional y para darle esperanzas a las masas de un mejor futuro.

En la tesis de grado *El concurso de belleza como elemento constitutivo de la identidad cultural (1947 - 1953)*, (2005) por Germán Peña se analiza el reinado de belleza como una estrategia para la unificación del país. El autor estudia el concurso como un método político y de la élite donde se conjugan diferentes escenarios y personajes. La aristocracia del país usa este concurso para crear sentimientos y valores de unión social e identificación nacional. Es así como este se convierte en un espacio de distracción para los grupos en conflicto y para olvidar la guerra que se vive en el país.

- 2. ¿Cuáles son las bases conceptuales con las que trabajará? ¿Qué conceptos, categorías, relaciones conceptuales básicas va a utilizar? Descríbalas brevemente.**

 **Patrones de belleza:**

Para realmente entender el concepto de belleza es importante definirla. Lo bello es en muchos casos lo bueno, lo que deseamos y lo que nos gusta. Así lo expone Umberto Eco en su libro *La historia de la belleza* (2004). “Es bello aquello que, si fuera nuestro, nos haría felices, pero que sigue siendo bello aunque pertenezca a otra persona” (Eco, H., 2004, p. 10). De esta manera, podemos entender que lo bello es subjetivo al sujeto que lo admira y a la época. Para que algo sea considerado como bello, el que lo califica como tal, debe sentirlo de alguna manera, aunque esta no sea de forma visible. Sin embargo, en muchos casos lo bello no es

expresado mediante las formas sensibles. Es decir, esto es percibido por otros sentidos aparte de la vista.

En la antigua Grecia, la belleza era expresada y se mantenía una distancia entre el admirador y la obra. En este caso los sentidos que cumplían el papel calificador eran la vista y el oído. También, los antiguos filósofos hablan de la belleza como algo que tiene proporción, que está estandarizado y tiene límites. Lo bello es concreto.

“Todas las cosas son, por tanto, bellas y en cierto modo agradables; y no hay belleza ni deleite sin proporción, y la proporción se halla en primer lugar en los números: es necesario que todas las cosas tengan una proporción numérica... experimentamos deleite en esa proporción numérica y juzgamos de manera irrefutable en virtud de las leyes que la regulan” Así lo expone Buenaventura de Bagnorea (siglo XIII), *Itinerarium mentis in Deum*, II, 7 (citado por Eco, 2004).

De igual forma, la belleza va cambiando con el tiempo y está sujeta a varias características. Lo que para una cierta época resulta admirable, para otra no lo es. Los estándares están sujetos a los tiempos y a las civilizaciones. Lo que sí es cierto, es que cada cultura tiene predeterminados sus proporciones ideales. Por ejemplo, cuando comenzó el reinado el patrón de belleza era muy distinto al que es hoy en día. Antes, la mujer bella era aquella de cara angelical, de buenos modales y de las familias más pudientes. Estas características eran con las que se denominaban a las mujeres bellas. Por el contrario, hoy en día la mujer bella es aquella de cuerpo perfecto y que posee cara de modelo profesional.

Desde la década de 1920, la belleza se empieza a definir por la sociedad del consumo. Las propagandas y la publicidad empiezan a jugar un papel importante en la idea de belleza y su influencia cobra importancia. El artista o el medio le muestra al público lo que este supuestamente quiere ver, pero que en realidad se está imponiendo una moda. “...es el escenario de una lucha dramática entre la belleza de la provocación y la belleza del consumo” (Eco, 2004, p. 414). Los medios de comunicación de masas le dan espacio y oportunidad a cada persona en la sociedad; desde aquella de clase alta hasta el proletariado, y desde la guapa hasta la fea. Claro está que para cada estereotipo hay un modelo a seguir. Ya no existe el modelo estandarizado de belleza.

Hoy en día la belleza de la mujer es estandarizada y debe cumplir ciertos requisitos ya asignados y que son del saber común. Un ejemplo claro se evidencia en las medidas que han impuesto la industria del modelaje. Se sabe que las medidas corporales 90 - 60 - 90 son las ideales que debe tener el cuerpo de una mujer para que sea considerado como bello. Esto quiere decir que la sociedad le pone límites numéricos para el acercamiento a lo perfecto. El ser humano admira aquello que es matemáticamente correcto, simétrico y proporcionado.

En todos los escenarios posibles de medios masivos de comunicación, se trata de convencer a las mujeres de que su físico no es suficiente, que deben hacer algo para que este sea perfecto o por lo menos se sientan conformes con él. Esto lo podemos ver en el Concurso Nacional de Belleza, donde las reinas son sometidas a incontables cirugías plásticas para poder pararse en una pasarela, y mostrar su cuerpo para que el público lo admire. Sin embargo, se debe dejar claro que no todas las reinas son operadas pero de igual forma son sometidas a entrenamientos físicos exhaustivos para poder estar en forma. Es decir, el cuerpo natural de la mujer no es suficiente para un certamen de belleza.

El Concurso Nacional de Belleza como industrial cultural:

El Concurso Nacional de Belleza es un evento cultural que ha tenido más de 80 años de tradición en Colombia. Este acontecimiento se ha vuelto tan importante para el país que dejó de disfrutarse y verse este evento como cultural en sí, pues empezó a alimentar la industria a su alrededor, como las bebidas, alimentos, el turismo, el maquillaje, la moda, entre otros.

El reinado no solamente se realiza con un fin cultural, pues a pesar de que se celebra para elegir a la mujer más bella que con todos sus atributos sea capaz de representar al país, es más un producto que se utiliza para beneficiar a ciertos mercados y a las grandes élites. Tal como lo afirma la politóloga Ingrid Bolívar en el libro *Pasarela paralela, escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza* “el concurso funcionaba como un producto de élites nacionales. En efecto, el reconocimiento recíproco entre pares y la constitución de espacios y rutinas de socialización que dejen afuera el mundo de la necesidad material y resalten el placer y el divertimento, operan como una vía de constitución de las élites. (...) El Concurso de Belleza es un espacio para tal dinámica, por poco que sea evidente para los actores”. (Bolívar, 2005, p. 18). Así mismo, este enriquecimiento de las diferentes industrias por parte del Reinado de Belleza, no es más que el resultado de la creación de las mismas necesidades de los consumidores.

Los medios de comunicación, en especial la televisión, son aquellos que le forjan a las personas los diferentes gustos y criterios sobre todos los temas, ayudando a que las industrias se enriquezcan, y que se conozca cada vez más nuestra cultura, nuestras razas, valores y costumbres, pues son más personas las que están viendo el evento, o lo están siguiendo de alguna forma, bien sea por televisión, por radio o por medios impresos, como *Cromos*. Además, este es un evento de

entretenimiento que ayuda a tender una cortina de humo en medio de malas noticias que ocurren en el país, distraendo a las personas y alejándose de las preocupaciones.

Hannah Arendt sostiene que “la sociedad trató siempre a la cultura como una mercancía (...) y está buscando siempre la diversión más no la cultura” (Bell. D y Arendt. H, 1979, p. 27). Por medio de las influencias de los medios de comunicación en las personas, se ha empezado a ver el Concurso Nacional de Belleza, no sólo como un evento de consumo, sino también como un acto de diversión, el cual entretiene y alimenta a la industria cultural.

Por otra parte, la belleza dentro de la industria cultural es funcional, porque es el objeto de consumo. Por esta razón, hoy en día los médicos prefieren dedicarse a corregir las inconformidades físicas de las personas como cirugías de nariz, de busto, liposucciones, abdominoplastias, cirugías para quitar las arrugas, etc.

Relaciones de poder:

En la década de los años 30, existía una relación bastante fuerte entre las reinas y los políticos. Las mujeres que representaban a su departamento eran de alta sociedad y eran mostradas a los ciudadanos como un símbolo y una justificación del dominio político. Su papel era demostrar, mediante su belleza física, su moral y sus valores, el por qué la clase a la que pertenecían, era digna de ser poderosa.

Estas mismas características que ellas poseían, eran la razón por la cual se separa la clase alta de la clase media y baja. Los rasgos físicos son precisamente lo que diferencian al grupo poderoso del grupo marginado. También, lo son los rasgos propios de la vida privada de la mujer los que le

permiten participar en el evento público. Entre estos están la procedencia familiar, preferencias y gustos que se muestran en el concurso para validar la moral de cada candidata. Ellas serán en un futuro, luego de cumplir con su reinado, las esposas de los poderosos; fieles acompañantes que dan estatus con su simple compañía.

También es importante recalcar que el reinado le abre camino a la mujer en la sociedad ya que sirve como un evento modernizante donde se le da un papel al sexo femenino en la política de una manera ambigua. El Concurso se muestra como una organización que le abre camino a las nuevas costumbres y a lo moderno. Este es un escenario donde las tendencias, la moda y la cultura cobran vida. Esto mismo lo explica doña Teresa Pizarro de Angulo en el libro *Las más bellas* (como se cita en Bolívar, 2007)

Por otra parte, no pueden dejarse de lado los nexos e influencias que ha habido en el reinado de belleza por parte de narcotraficantes y capos de la droga. Estos personajes comenzaron a hacer evidente su presencia cuando jovencitas provenientes de departamentos y familias muy pobres, participaban en el concurso con vestidos que costaban más de 10 millones de pesos, tenían prendas y zapatos de lujo, excelentes maquilladores, y por supuesto, un sín fin de cirugías para arreglarse esas partes con las que no estaban para nada satisfechas como el busto, abdomen, etc. Estas mujeres sostenían relaciones sentimentales con estas personas, pues eran ellos quienes financiaban sus imperfecciones en el quirófano y todos los gastos que ser una candidata a Señorita Colombia implicaba.

Estos procedimientos tanto para los capos como para sus mujeres son realmente fáciles, pues ambos optan por realizarse cirugías estéticas. La única diferencia es que las mujeres lo hacen para complacer a sus hombres, para verse más lindas de lo que son y tener ese cuerpo perfecto que tanto

anhelan, mientras que los narcotraficantes son sometidos a largas horas en cirugías para reconstruirse las facciones, las huellas digitales, sus cuerpos, etc., para pasar desapercibidos frente a la justicia y las autoridades. Esto sin importarles, a ninguno de los dos, los riesgos que las cirugías tiene. Por esta razón, tal como lo afirma el autor Michael Taussig, cada bestia tiene su bella (Taussig, 2008).

B. *Fundamentación metodológica*

1. ¿Cómo va a realizar la investigación? ¿Cómo va a alcanzar los objetivos propuestos? ¿con qué tipo de metodología? ¿qué instrumentos y técnicas de investigación va a trabajar? En trabajos con producción, ¿cómo lo va a realizar? ¿supone diagnósticos previos?, ¿entrevistas?, ¿observación?, ¿encuestas? etc. Tenga en cuenta que la metodología no es una sola y está estrechamente relacionada con el tipo de trabajo de grado que usted(s) desarrollará.

1. Revisar todas las revistas *Cromos* y *Minicromos* desde 1934 hasta 2015, específicamente en octubre y noviembre para analizar los diferentes contenidos y publicaciones sobre El Concurso Nacional de Belleza únicamente. Esto se hará por medio de una investigación de análisis interpretativo y documentación.

2. Realizar un análisis de las portadas de la revista *Cromos* desde 1934 hasta el 2015. Este será un punto de partida importante para delimitar el tema y las categorías de análisis, como patrones de belleza a lo largo del tiempo, el reinado de belleza como industria cultural, y las diferentes relaciones de poder que han aparecido dentro de este certamen, ejerciendo sus influencias dentro del mismo.

3. Recopilar toda la documentación (libros, textos, artículos, videos) sobre El Concurso Nacional de Belleza.
3. Realizar entrevistas a personajes pertinentes en el tema (personas que hayan trabajado en Cromos específicamente en el concurso, testimonios de reinas de belleza y el testimonio del Presidente del certamen) para enriquecer la crónica sobre la historia de El Concurso Nacional de Belleza.
2. **¿Qué actividades desarrollará y en qué secuencia?** Cronograma. Especifique tareas y tiempo aproximado que le tomará cada una. Recuerde que tiene un semestre (18 semanas) académico para desarrollar su proyecto.

Tiempo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Actividad					
Revisión Documental	X	X	X	X	
Lectura y sistematización			X	X	X
Entrevistas a personajes importantes			X	X	
Construcción de la crónica final				X	X

Borrador					X
Entrega					X

3. Bibliografía básica: Escriba todos los datos bibliográficos completos de aquellos documentos, textos, artículos, fuentes que serán fundamentales en la realización del trabajo. Siga las normas formales propuestas en el texto *Citas y referencias bibliográficas* de Gustavo Patiño.

- Peña, G. (2005) *El concurso de belleza como elemento constitutivo de la identidad cultural (1947 - 1953)*. Bogotá, Colombia.
- Rodríguez, T., y Rincón, O. (1998). *Responsabilidad de los medios en un contexto democrático, caso de estudio el Reinado de Belleza*. Bogotá, Colombia.
- Cabrera, C. (2009). *Bellas, víctimas y luchadoras: la construcción de la imagen de la mujer en la revista Cromos, 1958 – 1975*. Tesis. Pontificia Universidad Javeriana, 2009. Bogotá: Web. Abril 27 de 2016.
- Reventós, J. (2011). *100 años del sector belleza y cuidado personal en Colombia a través de la comunicación*. Bogotá, Colombia.
- Dueñas, J. (2011). La belleza según Cromos. 100 años del sector belleza y cuidado personal en Colombia a través de la comunicación. Bogotá, Colombia.
- Bolívar, I. J. (2007). Reinados de belleza y nacionalización de las sociedades latinoamericanas. *Íconos: revista de ciencias sociales*, volumen XI (28). Recuperado de <http://67.192.84.248:8080/bitstream/10469/4232/1/RFLACSO-I28-07-Bolivar.pdf>
- Borja, J., y Rodríguez, P. (2011). El reinado de belleza en Colombia: vida privada, dominio político y anhelos de eternidad. En Bolívar, I. *Historia de la vida privada en Colombia* (pgs. 180 – 201). Bogotá, Colombia.

- “80 años del reinado nacional de la belleza”. El Espectador.
- Finol, J. E. (1999). *Semiótica del Cuerpo: el mito de la belleza contemporánea*. Universidad del Zulia Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Antropológicas (LISA). Recuperado en:
http://www.joseenriquefinol.com/images/stories/pdf/opcion_el_mito_de_la_belleza.pdf
- *Pasarela paralela: escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza*/ editora académica Chloe Rutter-Jensen ; Ingrid Bolívar, Elisabeth Cunin, Bobby Rosenberg, Nick Morgan, Gregory. J. Lobo, Chloe Rutter-Jensen. - Bogotá. Editorial Pontificia Universidad javeriana, 2005.
- Eco, U. (2004). *Historia de la belleza*. Italia: Editorial de Bompiani.
- Hume, D. (1745). *Ensayos morales, políticos y literarios XXIII*.
- Baudrillard, J. (1970). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Francia. Éditions Denöel.
- Horckheimer, M., y Adorno, T. (1994). *Dialéctica de la ilustración*. Recuperado en:
http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/adornot/esc frank_ adorno0005.pdf
- Taussig, M. (2008). *La bella y la bestia*. Recuperado en:
[file:///C:/Users/JMR/Documents/Downloads/-data-Revista_No_06-04_lenguajes01%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/JMR/Documents/Downloads/-data-Revista_No_06-04_lenguajes01%20(2).pdf)
- Delgadillo. A. *Patrimonio e Industria Cultural: Cuando una fiesta tradicional se convierte en producto cultural, (tesis de pregrado)*. Recuperado en:
<http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/paginaimagenes/PRESENTACIONESyPONENCIAS/Memorias%20Ponencias/Bogota/Eduacion,%20sociedad%20y%20cultura/Mesa%203%20Septiembre%2021/JAVIER%20ALFONSO%20DELGADILLO%20MOLANO.pdf>
- Bell, D. (1979) *Industria Cultural y Sociedad de Masas*. Caracas, Venezuela.

- Lobato, M. Z. (2005). *Cuando las mujeres reinaba: belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX*. Buenos Aires, Argentina. Biblos.
- Horkheimer, M., y Adorno, T. (1994). *La industria cultural*. Recuperado en: http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/adornot/esc frank adorno0005.pdf
- Lamus, M. C. (Ed.). (2015). *Las Reinas: Crónica de los 80 años del Concurso Nacional de Belleza*. Bogotá: C. I. Gráficas Coloramas.
- Revista Mprende. (2004). Jolie de Vogue, una historia para contar por una colombiana, maría cortés de chaves. *Revista Mprende*. Recuperado en: <http://mprende.co/mujeres-mprende/jolie-de-vogue-una-historia-para-contar-por-una-colombiana-mar%C3%ADa-cort%C3%A9s-de-chaves>
- Cunin, E. (2003). *Identidades a flor de piel. Lo 'negro' entre apariencias y pertenencias: mestizaje y categorías raciales en Cartagena (Colombia)*. Recuperado de <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00291675/document>
- Jaramillo, J. E. *Reseña de Pasarela Paralela: escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza*. P. 54 – 57.
- Salamanca, J. (2006). *Belleza colombiana*. Credencial Historia.

FORMATO RESUMEN DEL TRABAJO DE GRADO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Este formato tiene por objeto recoger la información pertinente sobre los Trabajos de Grado que se presentan para sustentación, con el fin de contar con un material de consulta para profesores y estudiantes. Es indispensable que el Resumen contemple el mayor número de datos posibles en forma clara y concisa.

FICHA TÉCNICA DEL TRABAJO

Autor (es): Nombres y Apellidos completos en orden alfabético)

Nombre(s): Natalia Apellido(s): Gedeón Acosta

Nombre(s): Liliana Apellido(s): Reyes Neira

Nombre(s): Apellido(s):

Nombre(s): Apellido(s):

Campo profesional:

Periodismo

Asesor del Trabajo:

Maryluz Vallejo Mejía

Título del Trabajo de Grado:

El Concurso Nacional de Belleza contado por *Cromos* (1934 – 2015)

Tema central:

Crónica sobre El Concurso Nacional de Belleza en Colombia contado desde la revista *Cromos*

Subtemas afines:

Idealización y patrones de belleza a través del tiempo, la industria cultural, las relaciones de poder.

Fecha de presentación: Mes: Mayo **Año:** 2016 **Páginas:**

II. RESEÑA DEL TRABAJO DE GRADO

1. Objetivo o propósito central del trabajo:

Realizar una gran crónica de cómo ha cambiado El Concurso Nacional de Belleza de Colombia desde sus inicios en 1934 hasta 2015, según el cubrimiento realizado por la revista *Cromos*

2. Contenido (Transcriba el título de cada uno de los capítulos del Trabajo)

I CAPÍTULO

Estado del Arte

Categorías de Análisis

II CAPÍTULO

Un recorrido por la historia de El Concurso Nacional de Belleza en la revista *Cromos* (1934 – 2015)

La evolución de la belleza en las portadas de la revista *Cromos*

III CAPÍTULO

“De las reinas recatadas a las ovejas reinas”

IV CAPÍTULO

Conclusiones

3. Autores principales (Breve descripción de los principales autores referenciados)

Ingrid Bolivar: Polítóloga e historiadora de la Universidad de los Andes, con maestría en Ciencia Política. Profesora en el Departamento de Ciencia Política en la Universidad de los Andes y docente investigadora en la Universidad Javeriana. Su línea de investigación ha sido identidades culturales y estado, política y cultura, políticas culturales, entre otros.

Theodor Adorno: Autor alemán que estudió filosofía, psicología, sociología y música. Es considerado como uno de los máximos exponentes de la Escuela de Frankfurt. Su línea investigativa está dirigida a temas de psicología, filosofía, comunicología y sociología. Tuvo dos obras destacables y reconocidas que fueron *Teoría Estética* y *Dialéctica de la Ilustración*.

Umberto Eco: Filósofo y escritor de nacionalidad Italiana, experto en semiótica. Es reconocido por su famosa novela *El nombre de la rosa*. Trabajó como docente en universidades de Milán y Florencia, periodo en el cual publicó reconocidas obras de la semiótica. Cofundador de la *Asociación Internacional de Semiótica* y fundador de la *Escuela Superior de Estudios Humanísticos*.

Max Horkheimer: Filósofo y sociólogo alemán, reconocido exponente de la Escuela de Frankfurt y autor de la *Teoría Crítica*. Director del Instituto para la investigación social, y docente en la Universidad de Frankfurt.

Michael Taussig: Antropólogo australiano. Tiene un PHD en antropología de la London School of Economics. Trabajó como docente en la Universidad de Columbia y en la European Graduate School.

Elisabeth Cunin: Socióloga Francesa. Tiene un doctorado en Sociología de la Université de Toulouse Li. También, una maestría en Sociología y una de Filosofía de la Universidad de Paris.

4. Conceptos clave (Enuncie de tres a seis conceptos clave que identifiquen el Trabajo).

Patrones de Belleza

Industria Cultural

Relaciones de Poder

5. Proceso metodológico. (Tipo de trabajo, procedimientos, herramientas empleadas para alcanzar el objetivo).

Esta tesis de grado es un trabajo vinculado al proyecto de investigación *El país visto y narrado por Cromos en 100 años* dirigido por Maryluz Vallejo. Se realizó una gran crónica que cuenta el cubrimiento que ha tenido *Cromos* desde los inicios de El Concurso Nacional de Belleza en 1934, hasta el 2015. Para recopilar esta información, se hizo una revisión exhaustiva y un análisis de las revistas *Cromos* en los meses octubre y noviembre, en los cuales las reinas de belleza son protagonistas. Además, se realizaron entrevistas a personajes influyentes dentro de la revista y el reinado como Raimundo Angulo, Presidente de El Concurso Nacional de Belleza, Vicky Weinstein, ex Directora de Arte del Minicromos, Susana Caldas, ex señorita Colombia, Diego Guarnizo, ex Director de Arte del Minicromos, entre otros. Fueron realizadas telefónicamente y de forma para recuperar información y testimonios que ayudaron a construir el relato de los años del reinado en *Cromos*.

6. Reseña del Trabajo (Escriba dos o tres párrafos que, a su juicio, sinteticen el Trabajo).

“El Concurso Nacional de Belleza contado por Cromos (1934 – 2015)” es una crónica que describe cómo era este certamen en sus inicios y cómo fue evolucionando. Así mismo, se muestra el progreso del cubrimiento periodístico en Cromos, los patrones de belleza en las mujeres colombianas, y los imaginarios que tenían el jurado y el pueblo colombiano de las reinas.

De igual forma, se hace un recuento histórico sobre este evento cultural que ha tenido gran acogida por los colombianos, enriquecido de anécdotas, datos curiosos y escándalos que han protagonizado las reinas en El Concurso Nacional de Belleza.

III. PRODUCCIONES TÉCNICAS O MULTIMEDIALES

1. Formato (Video, material escrito, audio, multimedia).

Material escrito y videos

4. Duración audiovisual (minutos):

Número de casetes de vídeo:	
Número de disquetes:	
Número de fotografías:	Cerca de 60 fotografías para publicación.
Número de diapositivas:	

3. Material impreso

Tipo: Libro

Número de páginas:

4. Descripción del contenido

El trabajo de grado “*El Concurso Nacional de Belleza contado por Cromos (1934 – 2015)*” está compuesto por tres capítulos: el primero corresponde al estado del arte sobre El Concurso Nacional de Belleza, que fueron apoyo para la parte teórica de este trabajo de grado. De igual forma, contiene tres categorías de análisis desarrolladas y relacionadas con este certamen, las cuales ayudaron a la construcción e investigación de esta gran crónica. Estas son: Los patrones de belleza, las relaciones de poder y la industria cultural. El segundo, consta de una línea de tiempo desde 1934 hasta el 2015, en la que aparecen análisis, observaciones y descripciones de lo que era publicado en la revista Cromos de El Concurso Nacional de Belleza en cada año, específicamente en los meses octubre y noviembre. Así mismo, contiene un análisis de las portadas relacionadas con reinas de belleza desde el año 1934 hasta el 2015, en el que se describen patrones de belleza y modos de cubrimiento periodístico. El tercer y último capítulo contiene la gran crónica que cuenta historia, anécdotas y escándalos de El Concurso Nacional de Belleza desde la perspectiva periodística de *Cromos*.

AGRADECIMIENTOS

A Maryluz, por mostrarnos la pasión por el periodismo y la investigación, por hacer cada momento de este trabajo un espacio ameno, agradable y divertido. Por el apoyo, dedicación, entrega y compromiso que dedicó a esta tesis de grado. Gracias Mary por la infinita paciencia y comprensión hacia nosotras en cada palabra de este trabajo. A mi papá, *Juan Manuel Reyes*, que desde el cielo guio cada palabra y decisión tomada en este camino, y que en vida siempre confió en mí y en mis capacidades. Gracias por siempre tener una palabra de apoyo, aliento y sobretodo de amor. Te amo hoy y siempre. A mi mamá, *Olga Lucía Neira*, y mi hermana, *María Mónica Reyes Neira*, por la paciencia y apoyo que me dieron en este recorrido, por cada palabra de aliento y motivación no sólo en este trabajo, sino a lo largo de mi vida entera.

Liliana Reyes Neira.

A Maryluz, quien nos guio desde el principio hasta el final en la formación del producto. Nos ayudó a darle sentido a nuestro trabajo y a cogerle cariño. Sin su ayuda el producto no habría sido el mismo. Al equipo de *Cromos* que nos ofreció un espacio en su sede para hacer toda la parte investigativa y nos colaboró con información pertinente para la crónica. A Lupe Yidios, Susana Caldas y Raimundo Angulo, por su tiempo para todas las entrevistas realizadas e incontables llamadas, por su paciencia y sabiduría. Por último, a mi familia quienes estuvieron a mi lado apoyándome con amor en todo momento.

Natalia Gedeón Acosta.

El Concurso Nacional de Belleza contado por Cromos (1934 – 2015)

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

I CAPÍTULO

Estado del Arte

Categorías de Análisis

II CAPÍTULO

Un recorrido por la historia de El Concurso Nacional de Belleza en Cromos

La evolución de la belleza a través de las portadas de Cromos

III CAPÍTULO

De las reinas recatadas a las “ovejas” reinas

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de grado surgió de nuestro mutuo gusto e interés por la belleza femenina y la moda a través de los años y se dio la oportunidad de vincularnos al proyecto de investigación “El país visto y narrado por *Cromos* en 100 años”, liderado por la profesora Maryluz Vallejo, uno de cuyos objetivos es contar la historia del cubrimiento del Concurso Nacional de Belleza de Cartagena, una institución nacional, querida por muchos colombianos y cuestionada por otros, que como espectáculo e industria cultural convoca a numerosos sectores del país.

Si bien el tema ha sido tocado por algunos académicos, entre los cuales sobresale Ingrid Bolívar, politóloga e historiadora de la Universidad de Los Andes, no ha sido un objeto de estudio frecuente, pues es probable que sea considerado como un tema frívolo y sin importancia para los científicos sociales.

Como punto de partida tomamos la historia oficial del reinado contada por la propia institución del Concurso Nacional de Belleza y amplios especiales que ha hecho la revista *Cromos* en aniversarios importantes del concurso como los 80 años, o los 90 y 95 años de la fundación de la revista más antigua de Latinoamérica. No obstante, la información entre cada edición especial de certamen no varía mucho, por lo que quisimos hacer un aporte mostrando otros registros del certamen.

Así mismo, creemos que aún puede haber aportes significativos y pertinentes que contribuyan a la historia del certamen y el país, como anécdotas curiosas de las participantes, escándalos que no son conocidos o no han sido abordados a fondo por los medios de comunicación (en este caso, por la revista *Cromos*), entre otros. Pero, sobre todo, quisimos mirar las relaciones de poder que se tejen en la trastienda del evento.

Para la realización de este trabajo partimos de la pregunta central ¿Qué tan ceñida es la historia de El Concurso Nacional de Belleza contada por *Cromos* a la versión oficial? ¿Ha contado

la Revista la totalidad de los hechos de este evento o ha dejado de publicar aquellos que empañan la imagen? Para responder estas preguntas nos fijamos unos objetivos claves como describir los estándares de belleza reflejados en los perfiles de las reinas en las diferentes épocas del reinado, analizar las influencias políticas y económicas que han estado presentes en este certamen e identificar los aportes de *Cromos* a la construcción del relato sobre el Concurso Nacional de Belleza, como medio abanderado de esta festividad novembrina.

Para alcanzar estos objetivos analizamos en primer lugar las portadas de la revista desde 1934 hasta el 2015, y seleccionamos las relacionadas con reinas de belleza (más de 500), lo que nos dio pautas para observar la evolución del reinado y la belleza en Colombia. Con las hipótesis resultantes de esa observación, revisamos las ediciones de las revistas *Cromos* y los *Minicromos*, los meses de octubre y noviembre, periodo en el que se realiza este evento. Además, se grabaron entrevistas en Cartagena y Bogotá con personajes influyentes dentro del reinado como Raimundo Angulo, Presidente de El Concurso Nacional de Belleza, Vicky Weinstein, ex Directora de Arte del *Minicromos*, Diego Guarnizo, ex Director de Arte del *Minicromos*; Susana Caldas, exseñorita Colombia y Lupe Yidios, que es una integrante de la junta directiva del Concurso. Estos documentos servirán como información para la página web.

En cuanto a la parte teórica, hicimos una revisión de los textos académicos que se han escrito sobre este tema, no sólo en Colombia sino también en América Latina —en países como Venezuela y Argentina—, que se han caracterizado por los reinados. Además, desarrollamos tres categorías de análisis: patrones de belleza, el reinado como industria cultural y relaciones de poder, pues consideramos que las tres encierran el fenómeno de la belleza, la industria y las élites sociales en el concurso para estudiarlo en su complejidad.

Con todos estos insumos, se hizo el análisis de las revistas con miras a escribir la gran crónica *El Concurso Nacional de Belleza contado por Cromos (1934 – 2015)*, producto principal de este trabajo de grado que saldrá publicada en la revista *Cromos* junto con otras crónicas sobre

diferentes temas, en la edición especial de septiembre de 2016. El foco de la crónica fue mostrar la tipología de las reinas según el patrón de belleza que representan de cada época y el contexto del país. Adicionalmente, realizamos una línea de tiempo sobre El Concurso Nacional de Belleza la cual hace un recuento histórico detallado de cada año del certamen en *Cromos*. Esta cronología estará expuesta en la página web oficial de la revista *Cromos*, como parte del macro proyecto del aniversario de los 100 años de la publicación más antigua de Colombia y América Latina.

CAPÍTULO I

ESTADO DEL ARTE

El Concurso Nacional de la Belleza es un tema que no ha sido objeto de investigación muy frecuente en la Academia, por lo que no se encuentran muchos trabajos. Sin embargo, hay algunas investigaciones con temas relacionados en el exterior y en Colombia.

Entre los libros que revisamos está *Cuando las mujeres reinaban: belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX (2005)*, escrito por autores como Cecilia Belej, María José Billorou, Edda Lía Crespo, María Damilakou, entre otros, y editado por Mirta Zaida Lobato. Este libro habla de la belleza femenina y del cuerpo de la mujer. Las mujeres bellas en Argentina eran elegidas para liderar actividades industriales, laborales, culturales, benéficas, entre otros. En este libro se hace una recopilación de fotografías de archivos públicos y privados, de periódicos, revistas, noticieros, videos, para reconstruir la memoria individual y colectiva de la mujer en Argentina.

Una de estas festividades era el reinado de la producción, y la reina era elegida para promocionar los productos de cada región, como el azúcar, el tabaco, etc. Las reinas estaban respaldadas por los diferentes medios de comunicación más influyentes del sector. Así mismo, la belleza se comenzó a volver indispensable en el momento en que se empezó a generar dinero, ya que las personas bellas, tanto hombres como mujeres, se convirtieron en modelos, actrices, personajes reconocidos. Sus actos y conductas eran transmitidos por los diferentes medios de comunicación, y así replicados por los demás, alimentando la industria de la belleza.

Así mismo, las reinas de la producción y el trabajo hacían parte de los movimientos políticos y de los trabajadores que se desarrollaban bajo el poder del peronismo. En esta época, las mujeres eran el centro de atención de la economía y varios movimientos sociales giraban en torno a ellas, inspiradas por Evita Perón.

Otro libro que nos sirvió para nuestra tesis fue *Pasarela Paralela: escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza* escrito por varios autores, entre estos, Ingrid Bolívar, Elisabeth Cunin, Bobby Rosenberg, Nick Morgan, Gregory J. Lobo, Stefan Khittel y Oscar Guardiola - Rivera. En este libro se analiza la esencia, la estructura y los parámetros del Concurso Nacional de Belleza de Colombia con el fin de encontrar el significado que este ejerce en la sociedad contemporánea y en las mujeres de hoy.

El propósito principal del reinado es encontrar una mujer bella que represente a la nación tanto nacional como internacionalmente. Esta *Miss* debe cumplir con ciertos estándares físicos, morales y culturales que la hagan digna del título. Sin embargo, estos patrones no son los que representan a la belleza colombiana. La mujer colombiana común no es siempre aquella esbelta, alta, de cabello perfecto y una sonrisa impecable. Por esta razón, la Señorita Colombia representa un prototipo de belleza extranjera que ha sido aceptado nacionalmente.

“Al coronar a esta mujer con el título de Señorita Colombia se observa un desliz lingüístico que borra la diferencia entre representar la belleza y representar a la ciudadana ideal... Finalmente, otra irrealidad de la representante de una belleza colombiana consiste en que la reina ni puede ser una mujer casada; tiene que encarnar una belleza ideal que está disponible para las fantasías de un público masculino y heterosexual. La reina colombiana entonces representa a una mujer a la cual muchas aspiran ser, pero pocas pueden alcanzar” (Rutter-Jensen, p. 11 y 12, 2005).

A pesar de esto, la Señorita Colombia es vista como una ciudadana de verdad y un ejemplo para seguir. En ellas, toda su gracia es completamente natural y son percibidas como parte de un todo de la nación. Ellas son parte de lo que es bello de Colombia. Ellas representan un ideal y también logran ser aclamadas por el pueblo. Es por esta razón que la industria cultural cumple un rol importante en este evento. A través de las reinas se mueven millones de pesos de publicidad, empresas turísticas e industria de la moda.

Además, es aquí donde juegan un papel importante las cirugías plásticas. Una reina trata de presentarse a su público como una mujer perfecta. Ella es bella no para ella sino para los demás.

“Margarita Rosa de Francisco es una mujer inteligente y abierta, con una visión global, que ha vivido en carne propia el papel de reina de belleza. Su trabajo como actriz, además, ha sido exitoso en gran parte, según ella, debido a su cuerpo ideal. Dice que ha trabajado toda la vida para mantener su cuerpo en forma, pero no por el amor propio, sino por la expectativa de su público” (Rosenberg, p. 41, 2005).

Así lo explica el autor cuando reitera que las reinas de belleza son bellas para su público exclusivamente; para que los hombres las deseen y para que las demás mujeres las celen. Todo esto se da mediante la publicidad y los discursos sociales que deshumanizan a la mujer; la vuelve inalcanzable en cuanto a los estándares de belleza.

En un escrito por Elisabeth Cunin que se titula *Identidades a flor de piel. Lo ‘negro’ entre apariencias y pertenencias: mestizaje y categorías raciales en Cartagena (Colombia) (2003)* se analiza el Concurso Nacional de Belleza y el papel que cumplen las razas en el evento. Mientras que la raza blanca es digna representante de lo natural, la pureza y el status, la raza negra representa al pueblo. Es por esto, que en un principio las reinas populares no podían ser parte del reinado nacional, tenían que conformarse con los concursos populares. Existe cierta línea implícita creada por las élites que vuelve natural la separación de las razas.

“... pues la coexistencia de dos concursos en un mismo lugar –Cartagena– y en una misma fecha –las celebraciones del 11 de noviembre de 1811– permite confrontar dos modos de organización, dos formas de presentación de la mujer, dos tipos de anclaje territorial implícitamente asociados a dos lógicas distintas de categorización racial” (Cunin, p. 187, 2003)

Una reina negra era considerada bella, pero era una belleza distinta la cual no era digna de ser representada internacionalmente. Entonces, el reinado popular tiene la intención de proporcionarle fiesta y espectáculo al pueblo por 15 días. Esto sirve para mantener a las personas

felices, crear solidaridad, recaudar fondos y para que el nombre del barrio salga a relucir. “...para el barrio que obtenga la victoria, el Reinado Popular de Belleza constituye la única ocasión de salir de la marginalidad, de acceder a la —otra ciudad...” (Cunin, p. 188, 2003).

Es pertinente destacar qué es lo que representa cada reina. Ambas cumplen un rol distinto de mujer en la sociedad. Mientras la reina blanca posee gustos finos, es culta y tiene la posibilidad de participar en política y eventos sociales importantes gracias a su rango social, la reina del pueblo está destinada a ser hogareña o a tener un trabajo de bajo rango. Esto, como lo argumenta Cunin, se puede ver en los premios que le dan a cada reina. A la popular, se le regala una casa, un viaje especial y zapatos. Mientras tanto, la Señorita Colombia recibe regalos que representan la mujer activa e importante que se muestra ante el mundo.

Además, las dos reinas no frecuentan los mismos escenarios sociales. Estas no se cruzan. Los lugares que son mostrados por cada reina son totalmente distintos debido a la representación que cada una debe hacer. “El Reinado Popular y el Reinado Nacional de Belleza no ocupan el mismo espacio, no frecuentan los mismos lugares, no transmiten la misma imagen de la ciudad” (Cunin, p. 197, 2003). La Señorita Colombia es la encargada de mostrar esa Cartagena bella que es mostrada en el exterior, la que es un paraíso y a la que se invita a disfrutar. El resto de la ciudad, aquella que se quiere tapar, está a cargo de las populares.

Un trabajo parecido al nuestro fue una crónica llamada *Las Reinas*, realizada por el mismo Concurso Nacional de belleza para sus 80 años. En esta aparece primero un artículo de Raimundo Angulo hablando del reinado e introduciendo los años de belleza y tradición. Luego, salen entrevistas a personas importantes tales como Doña Tera y artículos sobre la historia de la corona y lo que esto representa.

Por otra parte, se encontró el libro *100 años del sector belleza y cuidado personal en Colombia, a través de la comunicación*, de José María Reventós en donde escribe Raimundo Angulo, presidente del Concurso Nacional de Belleza, un artículo que titula *La belleza, sugestiva*

y *subjetiva*, donde habla de la definición de belleza como un conjunto de características que juntas son agradables al ojo humano (Angulo, 2009), pues no se puede pretender que haya una persona con todas las facciones perfectas, cuerpo perfecto. Eso, como bien lo titula, es subjetivo dependiendo de quién lo esté admirando, pues para alguien puede ser linda una persona mientras que para otra no. Así mismo, la belleza era muy natural, según cuenta Raimundo en su artículo, para 1934, cuando Yolanda Emiliani llevó el título de la más bella, pues el día de la coronación de Emiliani sólo se rizo el pelo y se pintó los labios de rojo.

Esto ha dejado la puerta abierta para que la industria de la belleza entre al concurso, pues es innegable que para estas señoritas estar más bellas necesitan de diferentes marcas de maquillaje, de estilistas, fotógrafos, etc., que hacen que sus caras y figuras se vean aún más espectaculares. Además, este concurso ha enriquecido no sólo la industria de la belleza, sino que ha sido fuente de generación de empleo para el país en diferentes sectores.

Por otro lado, Jairo Dueñas, director de *Cromos* desde 2006, escribe un artículo para la revista llamado *La belleza según Cromos*, en el que hace un rápido recuento desde 1916 hasta el 2015 sobre las mujeres bellas. Desde el inicio de *Cromos*, en 1916, los protagonistas eran los ojos y los rostros, la belleza era fijada en las actrices francesas o de Hollywood que eran quienes impartían sus estereotipos de belleza (Dueñas, 2009). A medida que iban pasando los años, el cuerpo dejaba de estar tan tieso y siempre en la misma recta posición para pasar a ser protagonista de las fotos, acompañado de sonrisas y diferentes poses frente a la cámara. Sin embargo, después la belleza ya no era tan esencialmente física, pues no bastaba con tener un cuerpo y una cara despampanantes, sino que tocaba ser irremediabilmente simpática, elocuente e inteligente, pues la belleza ya dejó de basarse sólo en lo físico y empezó a estar soportada por rasgos intelectuales y de carácter.

Otra autora pertinente para nuestra tesis ha sido Ingrid Johanna Bolívar, de quien tomamos dos artículos. El primero, *Reinados de belleza y nacionalización de las sociedades latinoamericanas*, el cual explica la relación entre poder y belleza. Aquí se entiende como la sociedad colombiana y su élite crea un concurso nacional de la belleza para así explicar, mediante sus mujeres, por qué ellos son dignos del poder en Colombia. De igual manera, muestran el concurso como una organización con doble intención: se busca unir al país mediante la representación de la mujer de clase alta. Es ella la que está encargada de mostrar ante el exterior cómo es Colombia y quién es su gente. Esta reina tiene la tarea de hacer pública su vida privada y es en este escenario donde la sociedad comprende en qué se diferencian las clases altas de las bajas. Es una manera de separar o de crear una línea de distinción entre la élite y las masas. La clase baja es tenida en cuenta y se complace mediante las obras sociales que se hacen en el concurso mostrando cómo el poder político se preocupa por los más necesitados. Este evento sirve como anestesia para que las personas se olviden de los problemas de fondo que sufre el país.

También se comprende el reinado como un evento que le abre espacio a la modernización y a las nuevas tendencias que llegan del exterior. Entre estas nuevas tendencias está el rol de la mujer en la sociedad y cómo esta se vuelve importante al salir de su hogar y hacer parte de la política y de los asuntos de relevancia.

El otro texto que analizamos de Ingrid Bolívar fue *El reinado de belleza en Colombia: vida privada, dominio político y anhelos de eternidad (2011)*, que aparece en el libro *Historias de la vida privada en Colombia* editado por Jaime Borja y Pablo Rodríguez. En este texto se puede ver cómo los atributos físicos pueden ayudar a ser factores para que las reinas logren llegar a ser reinas. Sus facciones físicas y rasgos espirituales hacen que estas damas se conviertan en la compañía de grandes figuras políticas y estén siempre presentes en eventos importantes, de alta alcurnia y pertinentes para la sociedad.

Esto hace que las reinas se vuelvan un objeto de distracción para el pueblo, pues están presentes en todo, son lindas, entretienen, distraen, etc., para ayudarles a olvidar a los ciudadanos y habitantes los eventos desafortunados que ocurren a diario en el país, como muertes, secuestros, masacres, etc. Por esto es que por medio del reinado se instaura una actitud pacifista, pues se tranquiliza al pueblo y no arma caos. (Bolívar, 2011).

Por otro lado, para los 80 años del Concurso Nacional de Belleza, *El Espectador* saca un artículo breve sobre la historia. Este se titula *80 años del reinado nacional de la belleza* y no se menciona al autor. Se hace un recuento de las distintas épocas y luego se resaltan los puntos más importantes que marcaron el reinado. Entre estos, se destaca la primera corona de Miss Universo que ganó Luz Marina Zuluaga, la polémica Señorita Bogotá 1968 (María Victoria Uribe), la reina Susana Caldas que enamoró a todos los colombianos y fue símbolo de la belleza de los años 80, la tragedia de Armero, la primera reina afrodescendiente (Vanessa Mendoza), entre otros. También, tiene en cuenta el papel que han jugado los medios de comunicación en el reinado y como estos han hecho todo su cubrimiento.

En el apartado de tesis, se han escrito algunos trabajos como la de Gerardo Peña Castro (2005) "*El concurso de belleza como elemento constitutivo de la identidad cultural (1947 - 1953)*" quien se analiza el reinado de belleza como una estrategia para la unificación del país. El autor estudia el concurso como un método político y de la élite donde se conjugan diferentes escenarios y personajes. Las élites del país usan este concurso para crear sentimientos y valores de unión social e identificación nacional. Es así como este se convierte en un espacio de distracción para los grupos en conflicto y para olvidar la guerra que se vive. Además, el certamen se utiliza como discurso para crear identidades regionales y nacionales de integración. Peña también hace referencia a los medios de comunicación y como estos juegan un papel estratégico en la difusión del mensaje sobre el ideal de nación.

De esta manera, la élite puede mostrar su poder mediante la realización de un certamen de belleza que sirve como vitrina positiva para Colombia. La belleza es mostrada de una manera estética pero también resaltando el poder político y económico subyacente. El objetivo es promover un sentido patrio y lograr un impacto nacionalista sobre el pueblo intentando borrar las diferencias socioeconómicas de las mismas regiones.

El concepto de integración nacional es posible mediante las candidatas que representan a cada región del país. Así, el discurso de integración sería el fin y el concurso el medio para llegar. El reinado constituye un sofisma de distracción a través del cual las élites políticas distraen al pueblo de lo que verdaderamente pasa en el país. Todos los problemas nacionales son disfrazados por este evento. En medio de la barbarie, las personas se distraen de la guerra para ver a las reinas. El reinado se convierte en una producción cultural que eleva la participación social y promueve la conformación de la comunidad imaginada. Las candidatas movilizan sentimientos colectivos de aquellos a los cuales representan y así es como el pueblo se siente identificado.

Peña también hace referencia a los medios masivos en su trabajo de grado. En especial de *Cromos*, la revista que se ha encargado de publicar todo lo relacionado con el concurso desde sus inicios. Este medio tenía como fin distraer a los lectores de la realidad y suavizar la polémica sobre los problemas de fondo que enfrentaba el país, por medio de sus ediciones sobre el reinado.

Bellas, víctimas y luchadoras: la construcción de la imagen de la mujer en la revista Cromos, 1958 - 1975” es una tesis de grado realizada por la historiadora Cristina Cabrera Charry en el año 2009. Habla sobre la imagen de la mujer, específicamente la que se refleja en la revista *Cromos*.

Gracias al periodismo digital que publica imágenes de la mujer, el lector consume cultura y le da sentido gracias a ciertos símbolos y signos. “De éste modo la revista *Cromos* estructura la ‘imagen’ de una mujer colombiana conforme a patrones visuales pre- construidos por la cultura, y lo hace, mediante el acopio, y la repetición de imágenes impresas que vienen, bien sea del

extranjero, del cine internacional, o la prensa europea. De allí aprende e imita el enfoque visual de su periodismo ilustrado” (Cabrera, 2009, p. 10). Estos rasgos mostrados por el periodismo de la época, crearon cultura y definieron ciertos estereotipos de mujer respetando los parámetros ya contruidos anteriormente por instituciones dominantes de la sociedad tales como la iglesia y el poder político.

Cabe anotar que para esta época, Colombia estaba viviendo unos cambios importantes que afectaron la imagen de la mujer de una manera indirecta, como el acelerado desarrollo industrial y urbano, la clase media que tomó poder y la migración de las personas del campo a las ciudades debido a la aparición de guerrillas. A su vez, en el mundo también se experimentaban acontecimientos como la Revolución Cubana, la guerra de Vietnam, la Guerra Fría, movimientos liberales en Francia, la Revolución Cultural en China y el inicio de Estados Unidos como una potencia mundial en medio de la Guerra Fría. (Cabrera, 2009, p. 15). Gracias a estas rupturas, el país se iba transformando y en mitad de todo estaba la mujer cuyo papel cobraba mayor importancia en la sociedad.

Sin embargo, no eran todas las mujeres las que demandaban igualdad de derechos. Es más, la mayoría se conformaba con su situación. Las mujeres de clase baja se limitaban a los trabajos de su hogar o a ser empleadas del servicio y las de clase alta se preocupaban por sus familias, tenían intereses culturales e idolatraban a estrellas del cine y a los famosos del exterior. Toda esta información la obtenían de revistas y medios de comunicación. “Podría ser la revista *Cromos* su conexión visual con el mundo real, cercano y lejano, con el mundo que podía inmiscuirlo entre lo prohibido y lo permitido, que podía sugerirle formas de percibir su realidad y su cuerpo, su manera de ordenar las actividades importantes o excluyentes en la sociedad, su manera de llenar espacios de ocio, o entretenimiento y de enterarse de temas para compartir con su círculo social y su familia,

ya que la revista contenía de manera descriptiva temas de interés general para cualquier persona adulta de la familia” (Cabrera, 2009 p. 19).

A pesar de las corrientes conservadoras y de la iglesia que promovían el rol tradicional de la mujer, la ciencia y nuevas teorías surgieron y le dieron un nuevo significado al papel del sexo femenino que ya no solo estaba destinado a la maternidad. Con la llegada de la píldora para planificar, las jovencitas podían decidir sobre su propio cuerpo. También, empezaron a ir a las universidades y ser profesionales exitosas. Las posibilidades de independizarse y de decidir eran más altas.

Para los inicios de la década de los 70, *Cromos* tuvo gran influencia la mujer al mostrar imágenes y caricaturas que aludían a nuevas prácticas de las mujeres en el exterior, donde gozaban de más libertades. Por ejemplo, una foto que salió en 1968 donde sale Vanessa Redgrave caminando por las calles con sus dos hijos empodera a las mujeres divorciadas. Las leyes también fueron cambiando, para principios de esta década se puso en marcha el estatuto de igualdad de los sexos (2820 de 1974) y la organización de las Naciones Unidas nombró el año 1975 como el año Internacional de la Mujer. Esta fue una década en la que se promovió el rechazo a cualquier tipo de discriminación hacia el sexo femenino y se fomentó la inclusión (Cabrera, 2009). “Las reinas del 75 cambiaron su aspecto y constancia en las fotografías. Se pensaría que se tomarían fotos más atrevidas, pero, al contrario, aumentó el recato y la ausencia. Sus cuerpos no estaban exhibidos reiteradamente como antes, salvo raras excepciones, y sus presentaciones en público se evidencian sólo en actividades sociales o políticas” (Cabrera, 2009, p. 34). Además, en 1975 *Cromos* muestra a la mujer como una profesional y menos como la mujer tradicional del hogar. Ella, ahora es activa en la sociedad y cumple un rol importante.

A pesar de esto, la mujer siempre fue símbolo de belleza y sensualidad para *Cromos*. “la imagen de la mujer bella fue siempre el foco, o “el signo” para llamar la atención en la revista

Cromos. Aunque no en todas sus portadas aparecían mujeres sensuales o bellas, era notoria la importancia que se le daba en su interior también a la estética visual y con mayor ahínco a la femenina” (Cabrera, 2009, p. 36). La revista mostraba tanto en su portada como en su interior bellezas de la época, más que todo internacionales, bellezas exóticas que muy pocas colombianas lograban tener genéticamente. De esta manera, se formaba una exclusión y un deseo inalcanzable. “Eran fotografías de mujeres con belleza predefinida y elaborada para la idealización e identificación (Kaja Silverman, 2009, P.233 como es citado en Cabrera, 2009) de lo que las mujeres colombianas debían ser, parecer, imitar o rechazar” (Cabrera, 2009, P. 38). Estas fotografías eran principalmente destinadas para que fueran vistas por los hombres; para seducirlos y para que ellos admiraran tan espectacular belleza. Y cuando se trataba de las mujeres, estas fotografías servían para mera distracción de la realidad aburrida de ser amas de casa.

Para esta época se fue transformando poco a poco el concepto de belleza y de mujer. Ya no sólo había un estereotipo, sino que nació también la mujer independiente, la de rasgos latinos, la que hacía parte de la política, la de las ciencias o la artística. (pág. 43) “Se puede considerar que los cambios que propiciaron en los 70 un desplazamiento de la mujer bella en *Cromos* tuvieron relación con la preexistencia de un contexto coyuntural dado por una cultura que exigía derechos humanos igualitarios, una cultura en donde surgían empresas del exterior y nacionales que invierten en el país y requieren del trabajo de la mujer colombiana en áreas de la cultura, las artes, la televisión, o su trabajo manual en industrias manufactureras, por tanto ‘las miradas’ que buscaban la belleza femenina buscan ahora además, la ‘acción’ femenina.” (Cabrera, 2009 p. 44). La revista empezó a publicar mujeres más acordes a la realidad latina, sin embargo, no dejó de mostrar a aquellas actrices y famosas de Hollywood que representan el sueño de toda mujer colombiana.

De esta manera, *Cromos* fue responsable de crear y reproducir patrones de belleza en las distintas épocas. Gracias a esta revista, las mujeres, la mayoría de clase social alta, se iba adecuando

y transformando a partir de modelos internacionales y su papel en la sociedad cada vez fue más amplio.

Una reseña de *Pasarela paralela: escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza (2005)* por José Eduardo Jaramillo Zuluaga habla sobre el poder que obtienen las reinas al ser coronadas y de su belleza. Estas mujeres por tener el título sienten que tienen el mundo a sus pies y su único trabajo es ser bellas. Los estándares de belleza que cumplen estas mujeres son aquellos impuestos por organizaciones internacionales lo cual excluyen las distintas razas y los distintos tipos de lo bello. Y es que lo realmente aceptado como hermoso o digno de representar a un país son aquellos rasgos de la mujer blanca. Los casos en que Colombia o el resto del mundo ha tenido una Miss negra es porque esta posee características de la raza blanca. Esto lo explica el autor cuando pone de ejemplo a Vanessa Mendoza, la primera Señorita Colombia negra. Esta mujer lo único que posee de la raza afro es el color porque sus facciones son delgadas y finas, como las de una Barbie negra.

“Así pues, frente a lo diferente, el discurso hegemónico de la belleza opta por excluirlo por indeseable o por acogerlo de un modo selectivo, buscando en él lo menos diferente. En uno u otro caso se está muy lejos de celebrar la diversidad étnica. El viejo concepto del blanqueamiento continúa operando en nuestra sociedad con la misma energía de los tiempos coloniales” (Jaramillo, p. 55, 2005)

Luego, Jaramillo explica como la clase alta usa el reinado como una manera de demostrar que sí existe una preocupación por las personas menos favorecidas. Las reinas cumplen un papel social importante el cual le da una razón de existir al reinado. Por otro lado, el autor afirma que el concurso es denigrante para la mujer ya que las muestra para provocar y apetecer a los hombres. Por esto, las mujeres se vuelven símbolos de deseo y su cuerpo se convierte en un espectáculo.

Por otra parte, fue de gran importancia no sólo ver artículos escritos en Colombia sobre este tema, sino investigar qué se ha escrito en el país vecino, Venezuela, que históricamente le ha dado

tanta relevancia al certamen de belleza. Encontramos una tesis hecha en la Universidad de Zulia titulada, *Semiótica del Cuerpo: El mito de la belleza contemporánea (1999)* de José Enrique Finol. Este trabajo tiene como intención destacar la importancia de la corporalidad en los concursos y analizar cómo estos son además de un evento, una estrategia política para desviar la atención de las masas. Para esto, se toma como ejemplo el Miss Venezuela de 1996 en Caracas que fue transmitido por Venevisión, considerando que los medios masivos de comunicación son los encargados de transmitir los ritos sociales y de modernizarlos en una sociedad cambiante.

En un principio, al igual que en Colombia, en Venezuela el reinado nació como un evento donde participaban las mujeres de la más alta sociedad. Aquí ellas mostraban sus gustos y daban a conocer la cultura del país a través de su cuerpo. La clave estaba en cómo se adornaban toda la vestimenta típica y los accesorios de mejor calidad. La idea era vestir la desnudez (lo obsceno) de mucha cultura (Finol, p. 104, 1999).

Luego, el reinado se convirtió en uno de los eventos más importantes del país que se celebra desde 1952. Es un espectáculo para las masas, ya que aquí el *target* son todos los venezolanos. Esto sirve como pretexto para la unificación del país y actúa como una salvación para todas aquellas miserias que se viven en la nación. Por un momento, las personas se olvidan de todos los problemas que viven y se unen para apoyar a su nueva soberana. “Más de una vez como la expresión de la política de “pan y circo”, 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” (Finol, p. 106, 1999). Para entender cómo funciona esto, es importante entrar en detalles. Al inicio de la presentación de Miss Venezuela, se muestra a través de paisajes y de sus hermosos lugares lo valioso que es el país. Esto crea cierta unión entre

todos los ciudadanos, quienes empiezan a creer que la unión hace la fuerza y que Venezuela sí saldrá adelante. El autor lo plantea en una articulación semiótica de esta manera:

Belleza geográfica + Belleza femenina = orgullo nacional (Finol, p. 109, 1999).

Por otro lado, aparece la alegría Caribe y la felicidad representada a través de un musical donde un pirata caribeño secuestra a las mujeres. Es aquí donde la cultura latina, alegre y de fiesta, muestra esas raíces y esas costumbres que son promovidas por los medios. Todo ese folclor es el que une a los espectadores en una gran atmósfera de fiesta.

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Patrones de belleza

Para realmente entender el concepto de belleza es importante definirla. Lo bello es en muchos casos lo bueno, lo que deseamos y lo que nos gusta. Así lo expone Umberto Eco en su libro *La historia de la belleza* (2004). “Es bello aquello que, si fuera nuestro, nos haría felices, pero que sigue siendo bello, aunque pertenezca a otra persona” (Eco, U., p. 10). De esta manera, podemos entender que lo bello es subjetivo al sujeto que lo admira y a la época. Para que algo sea considerado como bello, el que lo califica como tal, debe sentirlo de alguna manera, aunque esta no sea de forma visible. Sin embargo, en muchos casos lo bello no es expresado mediante formas sensibles. Es decir, es percibido por otros sentidos aparte de la vista.

En la antigua Grecia, la belleza era expresada y se mantenía una distancia entre el admirador y la obra. En este caso, los sentidos que cumplían el papel calificador eran la vista y el oído. También, los antiguos filósofos hablan de la belleza como algo que tiene proporción, que está estandarizado y tiene límites. Lo bello es concreto.

“Todas las cosas son, por tanto, bellas y en cierto modo agradables; y no hay belleza ni deleite sin proporción, y la proporción se halla en primer lugar en los números: es necesario que todas las cosas tengan una proporción numérica... experimentamos deleite en esa proporción numérica y juzgamos de manera irrefutable en virtud de las leyes que la regulan” Así lo expone Buenaventura de Bagnorea (siglo XIII), *Itinerarium mentis in Deum*, II, 7 (como se citó en Eco, 2004).

Los griegos y los egipcios eran minuciosos cuando se trataba del cuerpo. Cuando se esculpían las estatuas, se tenían en cuenta las proporciones. Cada parte del cuerpo tenían registrado una longitud exacta y estandarizada para todas las esculturas.

Hoy en día, esta teoría también se aplica de cierta manera. La belleza de la mujer, es estandarizada y debe cumplir con ciertos requisitos establecidos. Un ejemplo claro de esto se puede evidenciar en las medidas que ha impuesto la industria del modelaje; se sabe que las medidas 90 - 60 - 90 son las ideales que debe tener el cuerpo de una mujer para que sea considerado como bello. Esto quiere decir que la sociedad le pone límites numéricos para el acercamiento a lo perfecto. El ser humano admira aquello que es matemáticamente correcto, simétrico y proporcionado.

La belleza va cambiando con el tiempo y está sujeta a varias características. Lo que para una cierta época resulta admirable, para otra no lo es. Los estándares están sujetos a los tiempos y a las civilizaciones. Lo que sí es cierto es que cada cultura tiene predeterminado sus proporciones ideales.

Ahora bien, si pasamos a la Edad Media, nos damos cuenta de que cobra importancia la integridad y el alma del cuerpo. Ahora no solo se busca que lo bello deleite la vista, sino que tenga valor y sea útil en la naturaleza. “Así como muchas piedras son convenientes la una a la otra y de ellas nace la casa, igualmente todas las partes del universo convienen para explicar su existencia, por la misma razón se dice que no solo a la belleza se debe que cada cosa se mantenga igual a sí

misma, sino también que todas juntas establezcan recíproca comunión cada una según sus propias propiedades” Tomás de Aquino (siglo XIII), Comentario a los nombres divinos, IV, 6 (como se cita en Eco, 2004).

Para esta época, la corporeidad pasa a un segundo plano y existe un gran desinterés por lo físico. El canon de proporción para los artistas del Medioevo no iba ligado a las medidas exactas sino más bien a los valores y al espíritu que podía transmitir una obra. En esta época eran de suma importancia la moral y la ética; se trataba de darle significado o sentido a todas las cosas de la naturaleza. Por esta razón, no había mucha alusión a la belleza femenina, ya que era vista como placer carnal y casi como un pecado.

Más adelante, en el Renacimiento vuelve a aparecer el arte del cuerpo femenino en las pinturas. En estos se deleita más la figura y se ve más pronunciado el concepto de la moda. Las mujeres son adornadas con peinados y con maquillaje que resalta su belleza. La mayoría de las pinturas son con cuerpos al desnudo o con poco vestuario. Aquí, el artista retrata la delicadeza del sexo femenino como sensible y sobre todo bello. “Su cuerpo está hecho para ser exaltado por los productos del arte del orfebre, que son a su vez objetos creados según cánones de armonía, proporción y decoro” (Eco, 2004, p. 196). Acá son importantes las medidas y la exactitud de la belleza, pero también nace el concepto de la inquietud y todas las catástrofes políticas, sociales y culturales son reflejadas en el arte. Las obras ya no son vacías, sino que están llenas de sentido tanto para el autor como para el observador.

Para la época de la reforma, cambia un poco la imagen de la mujer en el arte. Este es ahora más recatado y ella cumple ahora un papel en la sociedad aparte de ser bella. La mujer es ama de casa, trabajadora en el hogar y la encargada de cuidar a su familia. Acá se pierde un poco la pasión y la sensualidad para transformarse en otros aspectos.

En el barroco el sentido de lo bello dio una vuelta grande. Lo admirable ahora era lo intelectual, lo melancólico y la sabiduría. Para esta cultura la belleza no se definía por el bien, sino que se tornó

un poco más pesimista. A raíz de esto el tema de la muerte se volvió una obsesión para los artistas y lo feo, falso o peligroso se vuelve bello. Umberto Eco hace referencia a un fragmento de Romeo y Julieta para explicar esta relación que existe entre lo malo y la belleza.

Este fue un periodo de excesos, de lo ostentoso y de lo asombroso, pero para la siguiente época, el siglo XVIII la moda fue cambiando. La clase alta ya no quería mostrar su riqueza sino más bien inclinarse por lo clásico, sobrio y armonioso. Se trataron de quebrar paradigmas viejos sobre los ideales bellos estandarizados y se llegó a la conclusión, de que la belleza está en el ojo del espectador. Entonces se empezó a hablar de la belleza como algo subjetivo. “La belleza no es una cualidad de las cosas misma: existe tan solo en la mente del que las contempla y cada mente percibe una belleza distinta” (David Hume, Ensayos morales, políticos y literarios, XXIII, c. 1745). De esta manera, lo bello y el arte se liberaron y esto dio campo a que nuevas modas surgieran. También, el espectador ganó protagonismo y es un factor importante para determinar la belleza de una obra.

En el siglo XIX nace la admiración por la vida y todo lo que esto abarca. Ahora la belleza se encuentra en la moda y en los estilos. Se empieza a juzgar la forma de vestir, los peinados, las posturas y los hábitos. La belleza se encuentra en la clase. El burgués es una persona bella ya que todo lo que muestra ser es ejemplar y digno.

Al entrar al siglo XX, la belleza se empieza a definir por la sociedad del consumo. El artista o el medio le muestra al público lo que este supuestamente quiere ver pero que en realidad se está imponiendo una moda. “...es el escenario de una lucha dramática entre la belleza de la provocación y la belleza del consumo” (Eco, 2004, p. 414). Los medios de comunicación de masas le dan espacio y oportunidad a cada persona en la sociedad; desde aquella de clase alta hasta el proletariado, y desde la guapa hasta la fea. Claro está que para cada estereotipo hay un modelo para seguir. Ya no existe el modelo estandarizado de belleza.

“El periodo de entreguerras no trajo consigo sólo cambios económicos y políticos, sino también nuevas construcciones genéricas: se expande un modelo de mujer más concordante con aquella que trabajaba fuera de su hogar, la mujer moderna y sexualmente más libre (...) al mismo tiempo tienen lugar nuevas representaciones de lo femenino: cabellos cortos que desplazan las largas cabelleras y los peinados difíciles, polleras que se acortan y pantorrillas que se dejan ver, escotes más pronunciados, zapatos de tacón sustituyen a las antiguas botitas de media caña y aparecen las costosas y sofisticadas medias de nylon, todo un símbolo de modernidad y sensualidad”. (Belej, Martín y Silveira, 2005, p. 64).

Así, a partir de este siglo empiezan a cambiar los estereotipos de belleza y de moda en la mujer, no sólo colombiana sino latinoamericana. Empiezan a ser mujeres más libres, más atrevidas y más sensuales, con más seguridad en sí mismas.

Además, es importante recalcar que en la modernidad las industrias de consumo y de producción han invitado a las personas a obsesionarse por el cuerpo; a invertir y a preocuparse por él.

“Si alguna vez fue <el alma lo que envolvía el cuerpo> hoy lo que envuelve es la piel, pero no la piel como irrupción de la desnudez (y, por lo tanto, de deseo), sino la piel como vestimenta de prestigio y residencia secundaria, como signo y como referencia de moda” (Baudrillard, 1970, p. 156).

En todos los escenarios posibles de medios masivos de comunicación, se trata de convencer a las mujeres de que su físico no es suficiente, que deben hacer algo para que este sea perfecto o por lo menos se sientan conformes con él. Esto lo podemos ver en el Concurso Nacional de Belleza, donde las reinas son sometidas a incontables cirugías plásticas para poder pararse en una pasarela, y mostrar su cuerpo para que el público lo admire. Sin embargo, se debe dejar claro que no todas las reinas son operadas, pero de igual forma están sometidas a entrenamientos físicos exhaustivos

para poder estar en forma. Es decir, el cuerpo natural de la mujer no es suficiente para un certamen de belleza.

Las mujeres tenían la libertad de acondicionar su cuerpo y a invertir en él para sacar resultados satisfactorios y de progreso. Lo importante aquí es que la industria y la moda son los que imponen los patrones de belleza. Una jovencita no se operará los senos si no se le dice desde pequeña que el pecho de la mujer, para ser bello, tiene que llenar una copa de cierta talla. O no se realizaría una rinoplastia si no se promoviera la nariz respingada, delgada y pequeña. Así, el cuerpo se vuelve un proyecto y un trabajo de investidura donde tiene como meta acercarse a la perfección y al acercarse a esta, la mujer llega a ser feliz (Baudrillard, 1970).

Entonces, es precisamente este pensamiento del nuevo siglo, el cual pretende mostrar varias caras de la belleza y donde nacen los concursos de belleza. Estos tienen el fin de promocionar y encarnar todos los estereotipos considerados ‘bellos’ en un solo certamen.

Si damos un paso a un lado por un momento y aterrizamos en Venezuela, un país en el cual el reinado es uno de los eventos más importante y significativos en su cultura, nos daremos cuenta de que la exigencia de la perfección es un poco más exagerada que en nuestro país. Osmel Sousa, presidente del Miss Venezuela, afirma que él mira a las reinas no como mujeres de carne y hueso sino como muñecas perfectas que no deben representar lo humano ni lo natural. Esto lo podemos ver en una entrevista que se le realizó donde habla de las Misses (citado en Finol, p. 106, 1999):

- “Hay algo que a usted lo conmueva de 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 quizás a justificar fallas y eso sería el fin de este asunto.” (Socorro, 1996).

Los estándares de belleza sobrepasan lo natural y la belleza de una reina se vuelve inalcanzable para el público y para las jovencitas que las admiran.

Volviendo a Colombia, el reinado es la imagen y representación del país. Cada mujer simboliza a su departamento, su cultura y su raza. Todas las señoritas son distintas y es esto mismo es lo que lo hace valioso: es poder unir a todo el país y crear fraternidad, mediante un evento nacional.

La belleza como signo de cultura y como el fin de una meta en la sociedad, conlleva a la felicidad hoy en día. Los medios masivos de comunicación nos han hecho creer que aquella mujer que es bella lo tiene todo. La hermosa consigue lo que desea y puede hacer lo que quiera con su vida, desde ser la madre, la esposa o la hija perfecta hasta ser una profesional exitosa.

“En la valoración de la belleza corporal moderna se presta mucha atención a los rasgos físicos, que siguen siendo expresión de cualidades morales, pero esta vez son no innatas sino conseguidas mediante la disciplina, la educación y la preparación” (Bolívar, 2011, p. 186). Así mismo, tal como lo afirma Juana Salamanca en su artículo *Belleza colombiana* “Hoy, las reinas son un producto en sí mismo –moldeado a fuerza de silicona, cirugía y penurias sin cuento: dietas, ejercicios, clases de expresión, de conocimientos generales y de manejo de medios– para cumplir con estándares establecidos en materia de medidas anatómicas y maneras de pensar. Seguramente la bulimia y la anorexia encuentran terreno abonado en el certamen y de ello hay indicios, como lo puso de presente la columnista María Jimena Duzán (Cromos, 70 años del reinado), cuando aseguró que existe un consumo preocupante de laxantes y diuréticos entre las candidatas” (Salamanca, p.4, 2006).

Es importante mencionar esto, pues evidencia cómo los medios de comunicación influyen en las candidatas al replicar un modelo de cuerpo perfecto por el cual todas se mueren por tener, cueste lo que les cueste, a tal punto de dejar de comer, o de vomitar para conseguir lo que quieren.

Por otra parte, vale la pena recordar que algunas de las mujeres que todo el mundo creía que eran las mujeres perfectas, excelentes hijas, amigas y, por ende, las mejores candidatas al reinado, tenían nexos con personajes del narcotráfico. Esto con el fin de ser patrocinadas en el concurso y que sus cirugías estéticas con los mejores especialistas fueran financiadas por sus compañeros sentimentales, en este caso, los llamados capos de la mafia.

Estos procedimientos tanto para los capos como para sus mujeres son realmente fáciles, pues ambos optan por realizarse cirugías estéticas. La única diferencia, es que las mujeres lo hacen para complacer a sus hombres, para verse más lindas de lo que son y tener ese cuerpo perfecto que tanto anhelan, mientras que los narcotraficantes son sometidos a largas horas en cirugías para reconstruirse las facciones, las huellas digitales, sus cuerpos, etc., para pasar desapercibidos frente a la justicia y las autoridades. Esto sin importarles, a ninguno de los dos, los riesgos que las cirugías tienen. Por esta razón, tal como lo afirma el autor Michael Taussig, cada bestia tiene su bella (Taussig, 2008).

El Concurso Nacional de Belleza como industria cultural

La industria cultural es un concepto que fue desarrollado por los filósofos Theodor Adorno y Max Horkheimer para explicar la forma en que la economía capitalista se desarrolla de forma masiva en torno a los bienes culturales.

Así se puede decir que una vez se entra a la industria cultural, uno ya no se preocupa por el evento y el bien cultural como tal, sino que tiene la preocupación de obtener un beneficio inmediato

como lo es el dinero, el reconocimiento, entre otros. De esta forma es que los eventos culturales que conocemos jamás serán realizados enteramente por querer enriquecer la cultura, sino que tienen un beneficio propio para cada sujeto.

Por esto, cuando un evento tradicional e importante se realiza con cierta frecuencia, como lo es El Concurso Nacional de Belleza, se empieza a incursionar dentro del mundo de la industria: “cada celebración crea un impacto social que afecta los diferentes campos de acción en el entorno en el que es realizada; así, a través de las empresas sociales es representada significativamente por marcas comerciales” (Delgadillo. J, 2013). Industrias como lo son las bebidas, los alimentos, licores, hotelería, productos de belleza, vestidos de baño, diseñadores, entre otros, son los que se ven beneficiados con este evento anualmente.

Así mismo, tal como lo afirma Juana Salamanca en su artículo *Belleza colombiana* “desde muy temprano, 1953, algunas compañías comerciales vieron en el reinado un vehículo inigualable para la exposición de sus productos y en las reinas una verdadera mina de oro publicitaria. En esa oportunidad, Colgate Palmolive impuso una corona a todas las candidatas y otorgó un contrato especial para la Reina elegida; en el 57, donó el cetro y la corona. (...) Son numerosas las firmas que invierten sus presupuestos de publicidad en el reinado y que organizan eventos que se suceden a la carrera durante las ferias novembrinas: el Cabello más lindo, el cuerpo más sano, la Señorita Fotogénica, la candidata más Puntual, la Reina del Hogar, Señorita Elegancia, la mejor amiga, la Zapatilla Real y otros más” (Salamanca, p. 12, 2006).

Dentro de estos patrocinadores, encontramos al patrocinador oficial del Reinado de Belleza, Jolie de Vogue, fundado por la barranquillera María de Chávez, quien comenzó esta gran empresa en el garaje de su casa preparando esmaltes de uñas en ollas de cocina, repartiendo pedidos, compitiendo con marcas que ya estaban posicionadas en el mundo de la estética, trabajando duro día a día y superando diferentes crisis y estafas por las que ella y su esposo tuvieron que pasar,

hasta que finalmente, en el año 1986, se convirtieron en el patrocinador oficial del Concurso Nacional de Belleza. Esto sin duda hizo que la marca cogiera aún más fuerza dentro del mercado, pues tenían la exclusividad de llevar a la Señorita Colombia al concurso de Miss Universo. Además, obtuvieron el derecho de patrocinar su marca Jolie de Vogue con la imagen de la mujer más bella del mundo, Miss Universo, lo cual hizo que fueran aún más reconocidos de lo que ya eran y así, recuperar un pedazo de mercado que estaba fidelizado con otras marcas mundiales. (Revista Mprende, 2014)

Dicho esto, es claro que el reinado no solamente se realiza con un fin cultural, pues a pesar de que se celebra para elegir a la mujer más bella que con todos sus atributos sea capaz de representar al país, es más un producto que se utiliza para beneficiar a ciertos mercados y a las grandes élites. Tal como lo afirma la politóloga Ingrid Bolívar en el libro *Pasarela paralela, escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza* “el concurso funcionaba como un producto de élites nacionales. En efecto, el reconocimiento recíproco entre pares y la constitución de espacios y rutinas de socialización que dejen afuera el mundo de la necesidad material y resalten el placer y el divertimento, operan como una vía de constitución de las élites. (...) El Concurso de Belleza es un espacio para tal dinámica, por poco que sea evidente para los actores”. (Bolívar, 2005, p. 18).

De este evento se desprenden varias industrias las cuales son beneficiadas, como la industria textil, los diseñadores, el turismo dentro de Colombia especialmente en Cartagena, los fotógrafos, los estilistas, entre otros. A principios del reinado, estas industrias continuaban siendo favorecidas, sin embargo, no era lo más importante. Las concursantes de otros tiempos, aunque en la mayoría eran mujeres de clase alta dentro de cada región, anhelaban la corona para representar todas las cosas buenas y lindas de nuestro país, como la belleza de los paisajes de cada región, el tipo de mujeres que tenemos, el tipo de educación, nuestra cultura artesanal, entre otros.

Entre estas industrias también encontramos las joyerías, sobre todo aquellas que patrocinan a las reinas, o que les regalan sus accesorios para que usen durante los desfiles y las galas del concurso. “La Joyería Cesáreo, de la ciudad Heroica, ofrece año tras año las joyas de la corona, desde 1983. Entre las piezas donadas por esta firma se destacan la corona, confeccionada, año tras año, en plata ley 950 con un baño de oro de 24 kilates.” (Salamanca, p. 14, 2006).

Así mismo, este enriquecimiento de las diferentes industrias por parte del Reinado de Belleza, no es más que el resultado de la creación de las mismas necesidades de los consumidores. Al asistir a este tipo de eventos culturales, como el Concurso Nacional de Belleza, se benefician las industrias no sólo por este certamen, sino que también favorecen a otro tipo de sectores como alimentos, licores, bebidas no alcohólicas, fiestas, etc.

Uno claro ejemplo es cuando el ex Director de Arte del *Minicromos*, Diego Guarnizo, decidió emprender camino por los rincones del país buscando artesanos que quisieran trabajar con él y las concursantes del reinado. El trabajo que Guarnizo estaba ofreciendo era precisamente para eliminar el desfile de fantasía en el que las reinas usaban vestidos llenos de lentejuelas, canutillos y brillantes, para ser reemplazados por vestidos fabricados por artesanos, que representaran las diferentes regiones de Colombia. En el 2001, Guarnizo llegó a Nemocón, Cundinamarca tocando puerta por puerta hasta llegar a la de una campesina llamada Carmen Rojas de Chíquiza quien aceptó la propuesta diciendo “usted vino a cumplir el sueño de mi esposo, que falleció hace un mes, de vestir a una reina de belleza”. Desde ese momento esta humilde mujer fue esencial para el diseño y construcción del desfile de traje típico del reinado. Justo en ese año, Vanessa Mendoza es coronada como la primera reina de raza negra, y estaba usando un chal tricolor tejido por Carmen Rojas de Chíquiza.

Retomando la teoría de que el reinado de belleza muchas veces no es disfrutado con la verdadera esencia de sí mismo, como el objeto cultural que es, resulta verdadera, ya que es un deleite que tiene la industria cultural para enriquecerse y desviar el principal objetivo del certamen.

Así mismo, gracias a los medios de comunicación, este certamen como industria cultural se expande pues se mediatiza todo y cada vez es visto y disfrutado por más personas. De esta forma, el enriquecimiento de las industrias involucrada va creciendo pues son más cada vez los que consumen. Esto se evidenció cuando El Concurso Nacional de Belleza empezó a ser transmitido por televisión a nivel nacional, en el año 1969. El reinado comenzó a ser aún más aclamado por el público, tomó más fuerza y popularidad de la que tenía, pues gracias a la transmisión por televisión, todo el mundo podía ser espectador de este certamen, sin necesidad de tener que ir a Cartagena y pertenecer a la clase alta. De igual forma, se vio más inclusión todavía por parte del pueblo colombiano en el reinado, cuando la revista *Cromos* comenzó a relizar votaciones para los lectores para que dieran a conocer su opinión sobre la candidata que más les gustaba y votaran por ella.

Dicho esto, es claro ver cómo los medios de comunicación, en especial la televisión, son aquellos que les forjan a las personas los diferentes gustos y criterios sobre todos los temas, ayudando a que las industrias se enriquezcan, y que se conozca cada vez más nuestra cultura, nuestra raza, valores y costumbres, pues son más personas las que están viendo el evento, o lo están siguiendo de alguna forma, bien sea por televisión, por radio o por medios impresos, como *Cromos*.

Hannah Arendt sostiene que “la sociedad trató siempre a la cultura como una mercancía (...) y está buscando siempre la diversión más no la cultura” (Bell. D y Arendt. H, 1979, p. 27). Por medio de las influencias de los medios de comunicación en las personas, se ha empezado a ver el Concurso Nacional de Belleza, no sólo como un evento de consumo sino también como un espectáculo el cual entretiene y alimenta a la industria cultural.

Por otra parte, la belleza dentro de la industria cultural es funcional, porque es el objeto de consumo. Por esta razón, hoy en día los médicos prefieren dedicarse a corregir las inconformidades físicas de las personas como cirugías de nariz, de busto, liposucciones, abdominoplastias, cirugías para quitar las arrugas, etc., en vez de curar enfermedades realmente importantes o al menos tratarlas y controlarlas como la insuficiencia renal, diabetes, cáncer, entre otros. Esto pasa, pues

hoy en día el capitalismo es el centro de nuestro mundo, y por supuesto la mayoría de los médicos prefieren ganar bastante dinero y no ayudar a las personas realmente como lo demanda su profesión.

Tal como lo afirma el doctor Eric Parlette “Es una circunstancia desafortunada tener que escoger entre dedicar una hora a un paciente con diabetes e hipertensión y ganar cien dólares o aplicar Botox y ganar dos mil en la misma hora” (Parlette. E, citado por Michael Taussig, 2008). Este caso es el pan de cada día en los reinados, pues como se mencionó anteriormente, la belleza en este caso en específico es el principal centro de consumo, pues las reinas cada vez quieren ser más perfectas.

Relaciones de poder

Es claro que a lo largo de la historia del Concurso de Belleza han sido evidenciadas ciertas influencias y relaciones de poder sobre o dentro de este certamen, como personajes políticos y mandatarios, narcotraficantes, entre otros.

Para entrar en contexto, en la década de los años 30, existía una relación bastante fuerte entre las reinas y los políticos. Las mujeres que representaban a su departamento eran de alta sociedad y eran mostradas a los ciudadanos como un símbolo y una justificación del dominio político. Su papel era demostrar, mediante su belleza física, su moral y sus valores, el por qué la clase a la que pertenecían, era digna de ser poderosa. Aquí se evidencia una clara influencia de poder sobre estas señoritas pues en el concurso no se les permitía hablar de temas como sexo, religión o política (Salamanca, 2006).

Estas mismas características que ellas poseían, eran la razón por la cual se separa la clase alta de la clase media y baja. Los rasgos físicos son precisamente lo que diferencian al grupo poderoso del grupo marginado. También, lo son los rasgos propios de la vida privada de la mujer

los que le permiten participar en el evento público. Entre estos están la procedencia familiar, preferencias y gustos que se muestran en el concurso para validar la moral de cada candidata. Ellas serán en un futuro, luego de cumplir con su reinado, las futuras esposas de los poderosos; son fieles acompañantes que dan estatus con su simple compañía. La primera ex Miss Universo colombiana, Luz Marina Zuluaga, explica cómo la belleza y el reinado le definieron la vida.

“Me abrió muchos caminos, y yo le agradezco a Dios y a la vida, que me dieron una forma de ser muy especial que me permitió hacerme querer de todos los colombianos... creo que la belleza me definió la vida porque yo no tenía horizontes para ser una profesional o tener un trabajo” (citado por Ingrid Bolivar, 2011).

La vida de las reinas está orientada por sus funciones de representación. Ellas representan su vida privada en lo público para hacer alusión a sus tradiciones, a los “acertado” y para demostrar que el dominio público de sus familias no es arbitrario. (Bolivar, 2011). Sin embargo, el reinado crea un tipo de conexión entre las clases. En especial entre la clase dominante y la clase baja y esto sucede de una manera ambigua. Por ejemplo, se invita a los súbditos a las fiestas para que gocen desde lejos y se hacen obras de caridad que muestran el interés de la clase alta por la pobreza extrema que vive el país. Elsa Garrido hace referencia a esta experiencia durante su reinado en 1966.

“El reinado me dio grandes oportunidades como la de sentirme mucho más humana porque tuve contacto con tanta gente, sobre todo con el pueblo. Ahora soy más realista. he viajado por toda Colombia con el propósito de ayudar, siendo reina, en las obras sociales. Entonces he conocido la pobreza y las necesidades de los menos favorecidos, que son muchos. Están equivocados quienes creen que el reinado es una sola fiesta” (Elsa Garrido, citado por Ingrid Bolivar, 2011)

Así, los espectadores se vuelven ‘fans’ de las reinas y tienen a sus favoritas. Esto crea un nexo fuerte entre las masas y sus representantes.

El Concurso Nacional de Belleza sirve como representación de la nación a través de las reinas y cómo estas muestran su cultura, valores y costumbres mediante símbolos sociales. Estos mismos rasgos de belleza le dan una justificación al poder político innato de la élite. Las mujeres son mostradas ante las masas como aquella razón por la cual la clase alta es el rango social distinguido y porqué esta se debe diferenciar de las demás. Esto sucede a través de las distintas características que estas mujeres muestran en lo público: la forma de caminar, de vestir y de hablar en público. Estos son atributos que solo las mujeres de las mejores familias poseen ya que fueron adquiridas en un hogar privilegiado y de una historia ancestral de la mejor clase. Ellas muestran civilización mediante sus gustos por el arte, la música y lo espiritual (Bolívar, 2007). Es importante resaltar que las reinas demuestran su clase de una manera natural, es decir, estos gustos son innatos en ellas.

También es importante recalcar que el reinado le abre camino a la mujer en la sociedad ya que sirve como un evento modernizante donde se le da un papel al sexo femenino en la política de una manera ambigua. El Concurso se muestra como una organización que le abre camino a las nuevas costumbres y a lo moderno. Este es un escenario donde las tendencias, la moda y la cultura cobran vida. Esto mismo lo explica doña Teresa Pizarro de Angulo en el libro *Las más bellas* (como se cita en Bolívar, 2007)

“Como circunstancia curiosa, podría decirse que el Concurso es precisamente uno de los signos de la modernización de Colombia, y al mismo tiempo testimonio de esa modernidad: el Concurso, que desde 1934 se lleva a cabo en Cartagena de Indias, ha sido testigo permanente de la evolución de los gustos, de la moda, del turismo, de las formas de entretenimiento, del papel de la mujer y de otros aspectos vitales de nuestro comportamiento social”.

En 1934 el reinado le otorga una importancia a la mujer que antes no se le daba. Esto le abre campo para que la mujer sea aquella representación en la sociedad que el hombre no

alcanza a ser. Ese lado femenino, sensible y humilde es el que le demuestra a las masas que la clase alta si está pendiente de ellos y les importan. Sin embargo, es aquí mismo donde también nace la exclusión ya que sólo ciertas mujeres pueden ser las representantes de los departamentos. Solo aquellas que cumplen ciertas normas físicas, culturales y de clase pueden decir “yo soy colombiana” o pueden ser la imagen de la nación. Esta fascinación por la estirpe o la procedencia familiar de las candidatas es evidente en las revistas *Semana* y *Cromos*, quienes le dan seguimiento al reinado desde sus inicios. En sus artículos, se escribe sobre los integrantes de la familia y quienes son las figuras importantes. Por ejemplo, *Semana* (como aparece en Bolívar, 2007) comenta sobre Beatriz Ronga Santamaría:

“A la perfección de sus facciones, une esta niña un aire de distinción que la asemeja a los retratos de las herederas de las casas reales (...) Tiene los ojos rasgados, recta la nariz, fina la boca, largo y arqueado el cuello de cisne”. Además, una hermana suya, Yolanda, es la esposa de Gilberto Alzate Avendaño, importante político conservador de mediados de siglo en Colombia” (Bolívar. I, 2011, p. 183).

Es evidente que las participantes de este certamen son niñas emparentadas con personajes políticos influyentes de sus departamentos, y además de esta genética son personas muy dulces, tiernas, con habilidades artísticas como tocar instrumentos, pintar, bailar, entre otros, de ahí la conocida frase las mujeres reinan y los hombres gobiernan (Bolívar, 2011). Así mismo, muchas veces estas reinas son coronadas por personajes políticos importantes como en 1953, cuando la señorita Luz Marina Cruz Losada fue coronada por el general Gustavo Rojas Pinilla. Asimismo, muchas eran y son respaldadas por los gobernantes de sus pueblos y ciudades.

Aquellas que reinan pertenecen a un grupo de personas elitistas, con ciertos rasgos físicos y características que los marginados no poseen, tal como lo afirma el autor Norbert Elías “Se trata de formas de predominio que celebran los rasgos del grupo dominante,

menosprecian las características del grupo marginado y construyen fuertes e insalvables diferenciaciones entre unos y otros” (Como se cita en Bolívar. 2011, p. 185).

Es así como las mujeres de alta clase social asisten a eventos en clubes privados, mostrando sus atractivas facciones físicas, finas y delicadas, parecidas a actrices de Hollywood y Europa. En estos eventos estas mujeres están acompañadas de grandes personalidades políticas que tienen algún tipo de dominio sobre el pueblo. Aquí juega un papel importante la raza; la mujer de clase alta es aquella blanca y de facciones europeas. Ella no es aquella que representa lo afro. “De hecho, la mujer “blanca” es la fuente de este orden, la que asegura la viabilidad de su casta y, por ende, de toda jerarquía social. Es la garante de la preservación relativa de las fronteras entre lo “blanco” y lo “no blanco” (Morgan, p. 55, 2005).

Con esto se genera cierta exclusión hacia aquellos ciudadanos que no son blancos. De esta manera es como la clase alta explica y ejerce su poder ante los demás. Esto cambió cuando a principios del 2000 fue coronada Vanessa Mendoza como la nueva soberana de los colombianos. Por primera vez en la historia del país, una mujer de raza negra fue considerada no solo bella, sino la representación de la belleza colombiana. “La coronación de una mujer negra, al parecer, despoja a los problemas de las comunidades negras de toda su transcendencia... la coronación es muestra de la equidad cultural, racial, étnica...” (Lobo, p. 66, 2005). Sin embargo, como lo mencionó el citado Jaramillo, las finas facciones de esta reina no hacen honor a su raza.

Por otra parte, este evento social y cultural sirve de cortina de humo para el país, pues el mismo pueblo pide que se hagan eventos que distraigan a las personas de las cosas malas que ocurren. Una vez un lector escribió a *Cromos* una nota de agradecimiento a la revista por narrar detalle a detalle lo que pasó en El Concurso Nacional de Belleza y lograr que su pensamiento se distrajera de la muerte de unos campesinos en días pasados. Esto quiere decir que los eventos culturales como el reinado, son necesarios en la cultura y en la vida de todos

los ciudadanos de un país conflictivo como lo es Colombia, pues ayudan a que las personas se distraigan, se tranquilicen, se relajen y tengan un espíritu pacifista (Bolívar, 2011).

Sin embargo, cabe resaltar que a pesar de que este evento sirve como una distracción para el pueblo de las cosas malas y los dolores, el reinado de belleza no puede ser considerado sólo como una fiesta, pues también se hacen actos de beneficencia a los menos favorecidos, como obras de caridad, visitas a los enfermos, visitas y recreación a niños con enfermedades terminales, entre otros. Así mismo, se hacen generosas donaciones de dinero a nombre de El Concurso Nacional de Belleza a instituciones como fundaciones con diferentes causas benéficas, colegios, etc. Es decir que este concurso no tiene solamente un lado cultural y superficial donde se mira la belleza y las virtudes de cada candidata, sino que también presenta un lado humanitario bastante marcado por estas obras sociales que son de gran ayuda y utilidad para los que más lo necesitan.

Por otro lado, se evidencia claramente un poder eclesiástico y religioso sobre el reinado, cuando en 1947 la candidata del Valle, Myriam Ospina Benoit, posó en fotografías con vestidos de baño de dos piezas. Esto fue un total escándalo para la época pues fue una ofensa mostrar tanto. Ese mismo año, Piedad Gómez Román, le prometió al Obispo no posar frente a las cámaras en vestido de baño (Salamanca, 2006).

Sin embargo no todo lo relacionado con la iglesia fueron prohibiciones. Años más tarde, el famoso *Banquete del Millón* fue organizado y creado por el Padre Rafael García Hererros, en el que asistían personas importantes y adineradas a un banquete. En este evento las meseras eran las concursantes a El Concurso Nacional de Belleza, con el fin de participar en este importante suceso. Todo esto, para recoger fondos que ayudaran a satisfacer todas las necesidades del barrio *Minuto de Dios* en la ciudad de Bogotá.

De igual forma, es interesante ver complementos de esta categoría de análisis en otros autores, como Mirta Zaida Lobato, en su libro *Cuando las mujeres reinaban: belleza, virtud*

y poder en la Argentina del siglo xx, en el que expresa claramente que la belleza y el poder están íntimamente entrelazados. Antiguamente, cuando Argentina estaba bajo el régimen del peronismo, se elegían tres puestos importantes conformados por mujeres. El primero era el comité de beneficencia el cual era encargado de promover las obras benéficas en el pueblo, el segundo y el tercero eran las reinas de la producción y del trabajo. Estas mujeres eran elegidas por sus facciones finas, su delicadeza y sus rasgos femeninos. Gracias a que eran la imagen de dichas áreas, estas terminaban siendo líderes y centros de atención de eventos, movimiento de trabajadores, movimiento políticos de la época, entre otros.

A pesar de que no todas estas reinas son de clase alta, por ejemplo las reinas del trabajo y la producción, son las élites quienes siempre disfrutaban de los eventos en los que ellas participan, por ser las representantes de estos sectores de la sociedad. Aquí hablan de sus logros, y muchas veces no tocaban los temas realmente importantes como el recordar y conmemorar los momentos en que ayudaron y premiaron a los más necesitados. Los políticos disfrutaban de todos los eventos sociales, culturales, etc., sin embargo, las mujeres que representan estos eventos deben ser bondadosas, amorosas, consideradas con los demás.

Así mismo, este prototipo de mujer debía también tener cierto perfil físico para poder llegar a estos puestos, como facciones finas, y frente a la cámara debían tener posiciones indiferentes al lente (direccionar la mirada hacia otro lado) en símbolo de respeto a la vida privada (Lorenzo, Rey y Tossounian como es citado en Lobato 2005).

De igual forma, en el caso de Argentina en el siglo XX, tanto las reinas populares como las de élite, tenían como propósito unir a la provincia como una sola, mostrar el pueblo como una unidad y dar a conocer su gran diversidad cultural. Así mismo ocurre con El Concurso Nacional de Belleza, a pesar de que eran mujeres de clase alta, una vez es elegida la reina, es la soberana tanto de ricos como pobres. Ella está representando un pueblo entero, no solamente a la clase alta. Hoy en día, no interesa si la mujer viene de clase alta o baja, al igual

que en Argentina, esta es la oportunidad en que la mujer de baja procedencia puede conquistar a todo un pueblo y ser sus representantes gracias a su gracia y belleza.

Así mismo, no pueden dejarse de lado los nexos e influencias que ha habido en el Reinado de Belleza por parte de narcotraficantes y capos de la droga. Estos personajes comenzaron a hacer evidente su presencia cuando jovencitas provenientes de departamentos y familias muy pobres, participaban en el concurso con vestidos que costaban más de 10 millones de pesos, tenían prendas y zapatos de lujo, excelentes maquilladores y, por supuesto, un sinfín de cirugías. Estas mujeres sostenían relaciones sentimentales con delincuentes, pues eran ellos quienes financiaban sus imperfecciones en el quirófano y todos los gastos que implicaba ser una candidata a Señorita Colombia.

67 reinas coronadas

Por: Natalia Gedeón y Liliana Reyes*

En la siguiente línea de tiempo contaremos cómo fueron aparecieron las reinas desde los inicios del Concurso Nacional de la Belleza, y cuáles tuvieron protagonismo en Cromos por su destacado papel en el reinado o porque se vieron envueltas en alguna situación inusual, curiosa o escandalosa.

1934

- 🌈 Retrato de la Señorita Boyacá, Alicia Ferro, totalmente tapada y vestida como ejecutiva, con el pelo recogido y poco maquillaje.
- 🌈 Retrato de la señorita Colombia, Yolanda Emiliani Román, con un vestido largo y mostrando poca piel. A pesar de ser la mujer más bella del país, no se encuentra mucha información en la revista.

1934- 1947

- 🌈 Se suspendió el reinado debido a conflictos políticos que sufría el país. Yolanda Emiliani Román, de Cartagena, sostuvo el título de señorita Colombia durante trece años hasta que se reanudó el concurso.

1947

- Las participantes al Concurso Nacional de Belleza hacen parte de los eventos más importantes del país.
- Las señoritas desfilan en las calles de Cartagena para que el pueblo las salude y lucen vestidos de baño recatados.

1948

- Después de una década donde las portadas de *Cromos* estuvieron dedicadas a las actrices de Hollywood, vuelve a aparecer una reina del concurso nacional, la Señorita Antioquia, Blanca Aristizábal Giraldo, sentada en un sillón, con traje de calle.

1949

- Salen en portadas sucesivas Olga Araújo Grau, Señorita Cartagena; Stella Vélez, Señorita Armenia; Amparo Uribe Arango, Señorita Antioquia; Lilia de la Torre, Señorita Cundinamarca; Ada Porto Vélez, Señorita Bolívar; Clarita Domínguez, Señorita Valle del Cauca; Mercedes de Armas, Señorita Magdalena y Carmen Felizia Zúñiga, Señorita Chocó (de piel blanca). Justamente esas ediciones han pasado por la censura.
- Myriam Sojo Zambrano, de Barranquilla, es elegida Señorita Colombia. Apenas conoció la noticia, el alcalde de Barranquilla adelantó los carnavales. Las ceremonias fueron transmitidas a todo el país por radio, la novedad del momento.

1950

- Myriam Sojo Zambrano vuelve a salir en portada, ahora como Reina de la Belleza de Centroamérica y del Caribe.
- Empiezan a aparecer en portada las candidatas a Señorita Bogotá representantes de los distintos barrios, como Las Nieves, Ricaurte, Palermo y Santa Teresita.

1951

- Salen en portada la Señorita Cundinamarca, María Teresa Nieto Navia; Elvira Botero, Señorita Boyacá (con foto de Leo Matiz); Martha Helena Duque, Señorita Antioquia; Lucy Hoyos, de Cali; Olga Lara Perdomo, del Huila; Cecilia Franco Mac Allister de Cundinamarca; Elsie de Zubiria Merlano, Señorita Bolívar; Trina Ramírez, Señorita Santander del Norte (foto Sady); Clara Hoyos Villegas de Manizales y Leonor Navia Orejuela, Señorita Cali (que tuvo cuatro portadas).
- Por primera vez se nombró un jurado internacional conformado por hoteleros estadounidenses quienes nombraron como soberana a Leonor Navia Orejuela del Valle, primera reina invitada a Miss Universo.

1953

- El Presidente de la República, Gustavo Rojas Pinilla, coronó a Luz Marina Cruz y también abrió la fiesta de coronación, bailando con la soberana, que salió en cuatro portadas seguidas de la revista.
- Aparece una fotografía de Luz Marina Cruz, luciendo un vestido floral, hasta debajo de las rodillas.
- En este año, las reinas impusieron la moda de usar corsés, guantes hasta el codo, faldas como de bailarina, el pelo muy encrespado y corto.

1955

- La revista destaca a Ligia Caicedo por su belleza clásica; a Yolanda Pulecio, por su belleza ingenua; a Margarita Ceballos, por su rostro con personalidad.

- En Cartagena se acabó el agua potable y las reinas tuvieron que lavarse los dientes con agua mineral y el cuerpo con agua clorada de la piscina.
- En este año se impuso la moda de los vestidos de encaje, modelo que usó la ganadora Esperanza Gallón para lucir su figura en la noche de gala.

1957

- En portada salen Mercedes Baquero, Miss Cundinamarca; Luz Marina Zuluaga, Miss Caldas, y finalmente, Doris Gil Santamaría, representante de Antioquia que resultó ganadora.
- Tras la renuncia de Doris Gil Santamaría para casarse, quedó elegida Luz Marina Zuluaga, señorita Caldas, Virreina de Colombia.

1958

- Con 19 años de edad, Luz Marina Zuluaga obtuvo la corona de Miss Universo, la primera Miss Universo colombiana en la historia del reinado. Fue portada de una decena de ediciones.
- *Cromos* presenta a las candidatas por televisión en el teleconcurso “Escoja usted a la señorita Colombia”. El público dice quién piensa que será la próxima soberana y los ganadores reciben premios. Primer premio: \$3.000 ofrecidos por *Cromos*. Segundo premio: un viaje ida y vuelta a Lima, ofrecido por Avianca. Tercer Premio: \$1.000 ofrecido por casa Warner’s y mercancías en prendas femeninas ofrecidas por esta firma.

1959

- Aparecen fotos de la señorita Valle, María Stella Márquez, antes y después de ser escogida como señorita Colombia.

- Al siguiente año, en 1960, fue la primera en ganar el título de Miss Internacional en Long Beach, Estados Unidos.
- La moda de este año eran los cuellos bandeja en los vestidos, dejando ver más piel de lo normal y los vestidos *strapless*, una cintura pequeña y bastante entallada, una falda hasta debajo de las rodillas, peinados altos y con moñas abultadas.

1961

- La ganadora de este año fue Sonia Hiedman Gómez. Este fue el año de las pelucas y el abuso de la laca. Todas las mujeres querían parecerse a Jackie Kennedy, con la nariz respingada y peinados con volumen.
- Este año marcó la historia en el Concurso Nacional de Belleza, pues pasó de realizarse cada dos años, a ser anual. Además, se empezó a considerar como una tradición cultural imperdible.

1962

- Sale un artículo extenso sobre las candidatas al título de señorita Colombia, pero se concentra en Mireya Uriarte, del departamento de Cundinamarca.
- Ese año entre los jurados se encontraba Mario Moreno ‘Cantinflas’, el único que hablaba español, lo cual le facilitó su labor para entrevistar a las reinas. Se dice que influyó bastante en la elección de Martha Ligia Restrepo.

1963

- En la sección de sociales aparecen numerosas fotos de las candidatas al Concurso Nacional de Belleza con diferentes atuendos, como María Eugenia Villegas posando en traje de baño y en traje de calle, o a la señorita Tolima mostrando el gorro típico de su región.

- En portada aparece Leonor Duplat, señorita Norte de Santander, la noche de su coronación.

1964

- La señorita Valle, Martha Cecilia Calero, fue siempre una de las favoritas para el título, sin embargo, no tenía la mayoría de edad. Entonces su comitiva decidió celebrarle el cumpleaños el 8 de noviembre, cuando llegó a Cartagena, para que no se despertaran dudas sobre su edad y no le pidieran la tarjeta de identidad.
- Aparece una serie de fotografías de la nueva reina de Colombia de ese año, Marta Cecilia Calero en el momento de su coronación.




1965

- Debido al incendio del 30 de octubre que arrasó con la plaza de mercado de la ciudad de Cartagena, la Señorita Colombia, Edna Margarita Rudd Lucena fue coronada el 21 de noviembre. Después de participar en Miss Universo, fue invitada a Miss Caribe y Miss Nuevo Mundo y se trajo ambas coronas a su país.
- Hay fotografías de la fiesta de coronación con máscaras de personajes famosos como Fidel Castro bailando con Cleopatra.




1966

- Entre los jurados para escoger señorita Colombia invitaron a Jacqueline Kennedy y un hijo de Roosevelt, pero nunca llegaron. Vicentico Martínez Martelo asegura que este será el mejor concurso de belleza.
- Las candidatas se empiezan a destapar un poco: la señorita Cesar modela un vestido de baño de dos piezas.
- Elsa Garrido, Miss Cauca, lloró durante todo el concurso ya que pensaba que su timidez le iba a impedir ganar el concurso. Sin embargo, ganó el título de Señorita Colombia y se vinculó a las campañas sociales del Presidente Lleras Restrepo.



1967

-  Ahora sí, las reinas modelan en bikini en las playas de Cartagena y *Cromos* hace un álbum de fotografías de este año.
-  Se llevó la corona la señorita Atlántico, Luz Helena Restrepo. Pero la noche de coronación, le dieron a Luz Helena un vestido de baño dos tallas más grande (otros sostuvieron que dos tallas más pequeño). Sonia Osorio, quien les enseñaba a las reinas a caminar con gracia, tuvo que coserlo.
-  Por primera vez aparece en una portada de *Cromos* (#2.614) una reina coronada y con centro modelando en vestido de baño. Este fue el caso de Luz Helena Restrepo, de quien se dice que ganó por sus bonitas piernas que supo lucir con minifaldas.

1968

-  *Cromos* destaca a la reina bogotana María Victoria Uribe “Una reina moderna”. Así define así ella el concepto de belleza: “Ahora la mujer bella es la que vive su vida, la que no se preocupa solo por la belleza física y por estar bien vestida. La mujer bella de hoy es la inconforme con los estatutos, con las normas dictadas y toda esa cosa...”
-  Ese año recibió el título la señorita Valle, Margarita María Reyes como la mujer más bella de Colombia.
-  En la portada #2.659 aparece María Victoria Uribe modelando en vestido de baño luciendo su polémico cabello corto.

1969

-  Ahora el certamen busca escoger candidatas que representen todas las culturas y razas del país y en las entrevistas hay más preguntas de actualidad.
-  Por primera vez todas las reinas usaron bikini en los desfiles, menos María Victoria Barbosa, del Chocó, quien olvidó llevarlo.

- Ganó la reina más impuntual, María Luisa Riascos, quien no asistió al ensayo de coronación por pereza.

- Este año se empezó a transmitir el reinado por televisión.

1970

- Pese a que Mariela Serrano de Santander era una de las favoritas para la corona, no ganó, y su departamento prometió no volver al certamen.

- Piedad Mejía de Caldas fue escogida Señorita Colombia. No figuró entre las finalistas en Miss Universo y antes de acabar su reinado se casó, rompiendo las reglas del concurso.

- En este año, personas del público lanzaron tomates al animador oficial del reinado, Pacheco, por coronar a Piedad Gómez como señorita Colombia. La gente le gritaba a la ganadora: “Bajita, gordita maluca”.

1971

- Nació un nuevo método de eliminación por puntos. Ojos: 20, nariz: 20, boca: 20, rostro: 40, piernas: 40, tobillos: 20, silueta: 60, elegancia: 60, caminado: 40, expresión: 20, personalidad: 40.

- Se inaugura el *Minicromos: Cromos 7 días invita a las reinas* a pasar tres días en Bogotá, hospedadas con sus acompañantes en el hotel Tequendama. Hernán Díaz les tomó más de 100 fotos a cada una. Y Gloria Valencia de Castaño las entrevistó en su programa de televisión.

- Al conocer el resultado de la coronación a favor de la señorita Atlántico, María Luisa Lignarolo, la señorita Magdalena, Marta Josefina Noguera, le reclamó a la jurado Gladys Zender, que cuánto le habían pagado. Zender le respondió sarcásticamente que le habían pagado millón y medio y que, además, su padre pagó una millonada en Miss Universo el año de su coronación.

1972

- Por primera vez los territorios nacionales inscriben su candidata para participar en el reinado.
- Las afirmaciones de la señorita Sucre, Elsa María Guerra de la Espriella, causaron gran controversia: “La elección de la candidata no puede ser popular. Una niña pobre no puede ser reina porque tampoco tiene educación y haría una mala representación. En el futuro, cuando el pueblo haya recibido educación, la reina podrá ser popular y pobre”.
- En el *Minicromos* de 1972, la revista cuenta el viaje de las candidatas desde la salida de sus regiones hasta su arribo al aeropuerto de Bogotá para finalmente llegar a la revista.
- Pepón hace caricaturas de las reinas acompañadas de comentarios, burlas y críticas de diferentes situaciones de sus departamentos. Salen fotografías inesperadas y atípicas de las reinas.

1973

- En la fiesta de coronación, la señorita Bolívar tomó más champaña de la cuenta, se subió a la mesa del salón en el hotel que se encontraban y la guardia de seguridad le pidió que se bajara porque iba a tumbar las lámparas del techo y se podía caer.
- La Señorita Colombia, Ella Cecilia Escandón, estuvo a punto de perder la corona porque su maquillador se enamoró del peinador de otra señorita y estaba maquillándola para que quedara fea. Menos mal se descubrió a tiempo.

1974

- Marta Lucía Echeverry llegó a Cartagena con bronconeumonía, asistió a todos los desfiles con 39 grados de fiebre y aun así se ganó la corona.
- María Amelia Ocampo de Caldas fue llamada “la reina rebelde” porque decía que no había ido al concurso a ganar sino a divertirse.

- Después de la coronación, la representante de Atlántico, Heidi Malkum, le jaló el pelo y le pisoteó la corona a la nueva señorita Colombia, que años más tarde, sería relacionada con Gilberto Rodríguez Orejuela, del cartel de Cali.

1975

- Aparecen galerías de fotos de las candidatas, tomadas por Henry Molano Jr., posando frente a las playas de la ciudad amurallada, en vestidos de baño uniformes.
- Este año, la representante de Bogotá, María Helena Reyes Abisambra, obtuvo por primera vez la corona para la capital. A sus 19 años, estudiaba odontología en la Pontificia Universidad Javeriana.

1976

- Por primera vez en la historia del certamen, *Cromos* se vincula directamente con el concurso ofreciéndole respaldo económico a una de las concursantes: Margarita Arroyo, Señorita Cauca.
- Hay otra galería con fotografías de los eventos del reinado y la cronista Margot Ricci cuenta que hubo una balacera en la entrada del Club de Cartagena donde se celebraba el baile de la nueva soberana. Unos jóvenes lanzaron pólvora para asustar a los cartageneros, pero se encontraron con unos militares que terminaron la fiesta.

1977

- Junto a la galería fotográfica del *Minicromos* hay un artículo de Patricia Gómez, que describe las actividades que realizaron las reinas con la revista, como montar en yate y navegar en velero.
- Aparece un especial de la historia del Concurso Nacional de Belleza, desde 1920 —cuando se realizaban concursos de belleza en los clubes— hasta ese año. Se mencionan datos que

no aparecen en la historia real del concurso, como que en 1934 las candidatas llegaban en tren y en barco hasta Cartagena, o que en 1963 se abrió el certamen a todas las regiones del país.

- Shirley Sáenz Starnes fue coronada a los 17 años de edad y tuvo una gran celebración de 18 como la mujer más bella del país.

1978

- Aparece un especial de las exreinas colombianas. En su mayoría se casaron un año después de su reinado, con hombres bastante adinerados por lo cual todas viven en suntuosas casas. Luz Marina Cruz se da el lujo de tener en su apartamento de Bogotá ¡¡cuadros originales de Picasso, Dalí y Calder!!
- Durante este año, la samaria Mónica Gerds sufrió una trombosis en plena transmisión por televisión.
- La portada #3168 es de la señorita Cúcuta en vestido de baño y sale un artículo adentro sobre su *strip-tease*.
- Aparece el término “*Belleza con un propósito*” con el cual se inician los desfiles alrededor de la piscina para recaudar fondos para los más necesitados.

1979

- En una galería fotográfica se ven las candidatas paseando en yates, en muelles de la ciudad amurallada, sumergiéndose en el agua, saltando al mar, posando frente a la cámara.
- Durante este año, Margaux Hemingway, jurado del certamen, se negó a firmar el fallo pues la ganadora no era su favorita: Atlántico.
- La primera portada de este año es de Marcela Pérez del Atlántico.

1980

- Según un artículo de la revista, el Concurso del Reinado Nacional de Belleza mueve más de 400 millones de pesos durante la época en la que se realiza, pues todos los hoteles están llenos, así como los restaurantes, almacenes y centros comerciales. El turismo aumenta en la ciudad amurallada gracias a la llegada de las grandes comitivas que acompañan a las concursantes, más los asistentes de todas las regiones del país.
- Vicky Cárdenas no conquistó la corona por una nariz. La ganó la señorita Santander, Nini Johanna Soto.

1981

- Los periodistas les hacen preguntas capciosas a las reinas.
- Cuando Nini Johana Soto iba a entregar la corona casi se desmaya porque solo había comido una manzana ese día.
- Aparece María Teresa Gómez de Antioquia, coronada en la portada #3331.

1982

- Aparecen fotografías de la coronación de la nueva señorita Colombia, Julie Pauline Sáenz Starnes, representante de Bogotá.
- La señorita Colombia fue coronada por la virreina de 1981, Adriana Rumié, pues María Teresa Gómez estaba en Londres, concursando en Miss Mundo.

- Este año se estrenó el auditorio Getsemaní del Centro de Convenciones de Cartagena de Indias, por lo que la asistencia aumentó notablemente.

- La portada #3383 es de Julie Sáenz, hermana de Shirley, la noche de su coronación.

1983

- Eligen a la cartagenera Susana Caldas Lemaitre como nueva soberana de los colombianos. La Virreina fue Angela Patricia Janiot, de Santander.

- Contoneos del reinado*: esta sección recoge opiniones, rumores y detalles sobre las candidatas en los desfiles. Por ejemplo: “Según malas o buenas lenguas, a Susana Caldas y a Silvia Maritza Yunda “los hoyuelos se les bajaron de las mejillas a las caderas”.

- Este año, la exreina antioqueña María Teresa Gómez se casó con el narcotraficante Dairo Chica.

- En la portada #3435 aparece Susana Caldas coronada y en traje de baño frente al mar.

1984

- Alguien contó que su suegra rompió la pantalla del televisor al no quedar su candidata preferida. En estos tiempos el concurso gozaba de mucha popularidad. “El deporte más popular del país” era elegir la reina nacional de la belleza, según *Cromos*.

- Miss San Andrés y Miss Tolima fueron las primeras señoritas en tener chaperones masculinos.

- Nace la idea de la reina culta e inteligente. “Hoy en día las reinas de belleza son mujeres cultas, que están al tanto de la realidad del país, que no evitan los temas espinosos y que saben defender sus ideas con entusiasmo y argumentos”, defiende *Cromos*. También surge el patrón de la reina con cuerpo atlético.

1985

- Tras hechos luctuosos como la toma del Palacio de Justicia y la tragedia de Armero, las autoridades vigilaron estrechamente el Centro de Convenciones con 50 infantes de marina, francotiradores, agentes de la policía y agentes secretos del F-2. Pero la ceremonia derrochó fastuosidad.
- Dados los graves acontecimientos que se estaban viviendo, los reporteros de *Cromos* optaron por hacerles preguntas relacionadas con temas políticos a las candidatas.
- El título de señorita Colombia fue para María Mónica Urbina, quien le llevó la primera corona a la Guajira.

1986

- Algunas reinas se encerraban en sus cuartos para fumar a escondidas.
- Cuentan cómo los cachacos se mueren de calor en La Heroica y se ponen rojos; a las reinas del interior les pasa igual.
- Coronada Patricia López Ruiz, quien es portada en la revista #3592.

1987

- Las exreinas le dan consejos a las nuevas candidatas sobre los secretos del reinado. Según Susana Caldas, las candidatas deben estar tranquilas y ser auténticas. Para Sandra Borda, el concurso no es una competencia sino una integración nacional.
- Gran parte de las reinas usaban cabello corto, vestidos de baño de una sola pieza, escotados, y tacón de punta.
- Diana Patricia Arévalo, nueva señorita Colombia, ocupa la portada.

1988

- 🌈 Hollman Morales publica un artículo sobre la virreina nacional, Yasmín Oliveros, que concursará en Miss Mundo, con fotografías de Abdú Eljaiek. Cuenta como esta niña rebelde y traviesa, en sexto de bachillerato vio la revista *Cromos* y empezó a seguir el reinado. Un amigo fotógrafo le sugirió que se candidatizara a Señorita Chocó y le ganó a otras cinco concursantes. Fue la primera virreina negra que ha tenido Colombia.
- 🌈 La portada #3695 es de María Teresa Egurrola, coronada señorita Colombia.

1989

- 🌈 Las reinas posan para el *Minicromos* con un camisón gigante que no les deja ver muy bien la figura, sin embargo, es fresco para el clima cartagenero.
- 🌈 El padre Rafael García Herreros inaugura el barrio de “Las Reinas” junto con Doña Tera y la comitiva.
- 🌈 En la portada #3748 aparece coronada

1990

- 🌈 La mujer de esta década tiene que ser alta. Los estándares del reinado han cambiado. Los cuerpos empiezan a estar más cerca al término perfección: son más atléticos y están marcados y tonificados.
- 🌈 De la señorita Colombia, Maribel Gutierrez Tinoco, se dice que fue coronada gracias a las influencias del narcotráfico y dejó la corona para casarse con Jairo Durán alias ‘el Mico’.

1991

- Las poses ya no son tan conservadoras y las caras no se ven tan sonrientes. Las señoritas este año posan como modelos profesionales ante las cámaras y lucen minifaldas a la moda.
- Salen las mamás de las señoritas a hacer el *show*: una se disfraza de Madonna y otra de palenquera.
- Este año, Claudia Azcárraga, señorita Guajira, fue acusada por tener relaciones sentimentales con Roberto escobar ('el Osito'), hermano del capo Colombiano Pablo Escobar.
- En la portada # 3.851 aparece la ganadora de ese año, Paola Turbay.

1992

- A Susana Caldas le dan un espacio en *Cromos* para que opine sobre el reinado y las concursantes.
- Los periodistas entran a los cuartos de las jóvenes para tomar fotos y observarlas en su comodidad, fuera de los ojos del jurado y del pueblo colombiano.
- El jurado entrevista a las candidatas y les hacen preguntas complejas para conocer su personalidad: qué consejos le darían al Presidente, su posición frente al narcotráfico, etc.
- La ex reina Paola Turbay corona a la nueva soberana, Paula Andrea Betancur.

1993

- Hay despliegue fotográfico de la gran noche de coronación de la señorita Bogotá, Carolina Gómez. Al siguiente año, Carolina participa en Miss Universo y queda elegida Virreina Universal de la belleza.
- Jolie de Vogue organizó un desfile donde no importaba la belleza, la simpatía o la inteligencia de las jóvenes, sino la obra de arte que tenían pintada, es decir, el cuerpo y la cara. Ganó Caldas.

- En este año, se supo que la reina de Vichada, Adriana Ruiz, tenía relaciones con el narcotraficante Justo Pastor Perafán, al igual que la Señorita Guainía, de quien se desconocía el nombre. Y se descubrió que la señorita Amazonas, Catherine Sánchez, en realidad era señora.

1994

- Sale un artículo sobre cómo las cirugías plásticas se están apoderando del reinado, pues cada vez las reinas quieren estar más cercanas a la perfección.
- Las agencias de modelaje hacen propaganda con las concursantes para que se dediquen a esta profesión.
- Aparecen fotos de la noche de la coronación donde Tatiana Leonor Castro es coronada por su antecesora, Carolina Gomez.
- Paola Turbay, reina de Colombia en el año 1991, sale en portada, ahora con traje de novia.

1995

- El cuerpo de la mujer deportista toma importancia a la vez que las cirugías. Nace la reina modelo y la mujer de cuerpo perfecto.
- Cromos* publica un artículo escrito por la señorita Colombia de ese año, Lina María Gaviria, donde cuenta cómo fue su experiencia en el concurso.
- La ex reina Margarita Rosa de Francisco, al igual que Kathy Sáenz, aparece varias veces en portadas de *Cromos*.
- En la portada # 4.059 aparece Lina María Gaviria, la nueva señorita Colombia de ese año.

1996

- Doña Tera deja el reinado por problemas de salud y la reemplaza su hijo, Raimundo Angulo.
- El jurado tuvo en cuenta la cara lavada de las concursantes.
- Este año, la virreina Zolima Bechara fue acusada de tener vínculos con el narcotráfico.
- En portada # 4.111 aparece la nueva señorita Colombia, Claudia Elena Vásquez con su corona.

1997

- Ese año, los trajes confeccionados por diseñadores famosos costaron entre 25 y 30 millones de pesos.
- Atlántico perdió 12 kilos con la dieta del atún y la piña, y en la madrugada se metía en una tina con hielo para que se endureciera su piel.
- Este año, Rocío Bernal, primera princesa, fue acusada de estar relacionada con Luis Murcia, cabecilla del cartel de Bogotá.
- En la portada # 4.164 aparece la nueva señorita Colombia, Silvia Fernanda Ortiz Guerra, siendo coronada por Claudia Elena Vásquez.

1998

- “Con los pelos de punta” es un artículo que relata la estadía de las candidatas en la isla de Barú, donde tuvieron los pelos de punta por el clima, por los nervios y por la estática.
- En este año, muchas de las candidatas no fueron aceptadas en el reinado por la dudosa procedencia de sus patrocinios.
- En la portada # 4.199 aparece Luz Marina Zuluaga, primera Miss Universo de Colombia, 40 años después de haber ganado la corona como la más bella del mundo.
- La señorita Atlántico, Marianela Maal Pacini, es coronada como la nueva mujer más bella de Colombia.

1999

- La revista realiza un *test* a las concursantes donde les preguntan qué harían en diferentes situaciones, por ejemplo, si tuvieran que escoger entre el reinado y el novio. Todas le dirían chao al novio.
- En la portada # 4.267 aparece la nueva señorita Colombia, Catalina Acosta Albarracín, en el momento de la coronación.

2000

- Este fue el primer año del concurso sin Teresa Pizarro de Angulo. Su esposo era quien se encargaba de los números y ella de las reinas. Para Doña Tera, todas eran dignas ganadoras de la tan anhelada corona.
- Hay una entrevista sobre las cirugías plásticas con Alfonso Riascos, cirujano plástico elegido por la mayoría de las reinas.
- En la portada # 4.319 aparece Andrea Noceti, como la nueva señorita Colombia.

2001

- Este año pasó a la historia porque por primera vez una mujer de raza negra, Vanessa Mendoza, fue elegida como la mujer más bella de Colombia. La reina, nacida en un humilde pueblo chocoano, nunca había montado en avión y no sabía nada de tecnología. Ya coronada, expresó sus deseos de aportar cosas buenas a su departamento y a la paz. Hasta le pidió al gobierno que la dejara participar en las mesas de negociación con la guerrilla en el Caguán.
- Aparecen fotografías de la nueva señorita Colombia en varios eventos en el país, como la llegada a su departamento.

2002

- Continúan apareciendo reinas relacionadas con narcotraficantes colombianos, como lo registra *Cromos*.
- Sale una crónica sobre cómo se fabrica la corona que llevará la mujer más bella de Colombia, en la cual se invierten cerca de 900 horas de trabajo.
- Aparecen algunos datos de candidatas que causaron revuelo en sus reinados por diferentes razones, como Margarita Rosa de Francisco, quien sorprendió al público al aparecer semidesnuda con su traje de India Catalina.
- En portada aparece la nueva señorita Colombia, Diana Lucía Mantilla Prada.

2003

- Álvaro Perea y Marta Susana Urrea, productores audiovisuales, hablan del documental que realizarán sobre el Concurso Nacional de Belleza en Cartagena.
- Una crónica habla de la sensibilidad de la reinas por su pueblo; relata cómo la señorita Medellín, Catalina Valencia, lloró al escuchar el testimonio de tres desplazados por la violencia en un barrio humilde de Cartagena.
- En la aparece la nueva reina de Colombia, Catherine Daza.

2004

- Se publica una entrevista con el cirujano plástico Andrés Mejía Ortiz, quien habla de las candidatas, de su estilo, sus medidas y su porte. Además, de las dietas.
- La periodista María Jimena Duzán escribe sobre la reina de Colombia y la expectativa que se tiene sobre su periodo.
- Aparecen en portada la exreina Catalina Acosta, quien pasó de ser reina a presidenta de la asamblea de Cundinamarca.
- Adriana Tarud es elegida Señorita Colombia.

2005

- Se publica una entrevista con el cirujano plástico Alan González, quien relata lo que se suele vivir en los reinados y cómo suelen juzgar y calificar a las concursantes.
- Aparece una galería amplia de fotografías de las concursantes visitando a los soldados heridos en combate.
- Sale una galería de fotos de las candidatas, entre ellas, la de la nueva Señorita Colombia, Valerie Domínguez, cuando tenía cuatro años.

2006

- Aparece un artículo sobre la reina elegida, Eileen Roca Torralvo, señorita Cesar, que da a conocer detalles de su vida privada.
- Salen fotografías no convencionales de Raimundo Angulo con la exseñorita Colombia, Valerie Domínguez, hablando durante la coronación.

2007

- Hay una amplia galería de fotos de la noche de coronación, con la Señorita Colombia elegida en ese año, Taliana Vargas, quien lució el vestido de gala más costoso que se haya visto durante la historia del certamen, diseñado por el reconocido diseñador Alfredo Barraza, el cual costó 20 millones de pesos.
- Aparece en portada la nueva señorita Colombia, Taliana Vargas.

2008

- Sale un artículo donde las concursantes están visitando un colegio público en donde reviven sus épocas de colegialas.
- La reina de este año, Michelle Rouillard Estrada, decidió cortarse el pelo muy alto para participar en Miss Universo.

- Luz Marina Zuluaga vuelve a aparecer en portada en su noche de coronación como Miss Universo, cuando se cumplen 50 años del acontecimiento.

2009

- Aparecen fotografías de las reinas con vestidos iguales, desfilando por los pasillos del avión que las lleva a Cartagena.
- Se publica un artículo de la exreina Michelle Rouillard donde habla de su experiencia ese año de reinado.
- Aparece en portada la nueva señorita Colombia, Natalia Navarro Galvis, representante del departamento de Bolívar.

2010

- Las 24 aspirantes al título de Señorita Colombia asistieron a una charla para prevenir el maltrato contra la mujer, según registra *Cromos*.
- La nueva señorita Colombia es María Catalina Robayo del Valle.

2011

- Pilar Castaño hace un recuento del reinado desde antes de sus inicios hasta ese año, teniendo en cuenta los estándares de belleza de cada época.
- Aparece en la portada Daniella Álvarez, en su noche de coronación como la nueva señorita Colombia.

2012

- Galería de fotos de la noche de coronación en la que ganó Lucía Aldana Roldán, representante del Valle, de 20 años de edad.

- Es la décima corona que se lleva este departamento en la historia del Concurso Nacional de Belleza.

2013

- Este año ganó la corona la representante al Atlántico, Paulina Vega Dieppa, quien el siguiente año ganó Miss Universo. Aparece en la portada mientras toma el sol, días antes de ser coronada como la mujer más bella de Colombia.
- Al recibir la corona este año, la barranquillera Paulina Vega le otorgó la décima primera corona al departamento del Atlántico.

2014

- *Cromos* publica un especial del Reinado Nacional de Belleza con motivo de los 80 años del certamen recordando a cada una de las ganadoras.
- Aparecen fotografías de Paulina Vega, quien ese año le dio a su país la segunda corona de Miss Universo, con Ariadna Gutiérrez, la nueva señorita Colombia.
- En portada aparece la nueva Miss Universo, Paulina Vega Dieppa con la figura pública y dueño del certamen de Miss Universo, Donald Trump.

2015

- Andrea Tovar, señorita Chocó, es coronada como la nueva reina de Colombia.
- Se publica un artículo sobre el escándalo que hubo en Miss Universo con la reina Ariadna Gutiérrez cuando fue coronada como la más bella del universo durante cuatro minutos y salió el presentador Steve Harvey a corregir el resultado, pues la ganadora era Filipinas.

III CAPÍTULO

El Concurso Nacional de Belleza contado por Cromos (1934 – 2015)

DE LAS REINAS RECATADAS A LAS “OVEJAS” REINAS

Por Liliana Reyes y Natalia Gedeón

Desde la primera reina elegida en 1934, la cartagenera de la alta sociedad, Yolanda Emiliani Román, hasta Paulina Vega, que le trajo a Colombia la segunda corona de Miss Universo en 2014, se desarrolla esta crónica que abarca más de 80 años, y que demuestra que el Concurso Nacional de la Belleza es un espejo donde se refleja el país con todas sus imperfecciones..

Reinas recatadas y virtuosas

En sus inicios, al Concurso Nacional de Belleza llegaban las jovencitas de la alta sociedad de los distintos departamentos. Eran jóvenes recatadas, que simbolizaban el estereotipo ideal de la mujer de la época cuando, además de los atributos de belleza, importaban el estatus social y las virtudes morales de las damas.

Cromos las muestra al público lector en artículos y entrevistas breves, que en muchos casos hacían poetas reconocidos para rendir tributo en verso a la belleza, considerando que la imagen de estas jóvenes era muy respetada. Las reinas también se cuidaban a la hora de mostrarse: posaban con timidez frente a la cámara usando vestidos elegantes y largos que dejaban poca piel expuesta.

Aunque la historia oficial del Concurso arranca en 1934 —y así lo ha celebrado *Cromos* en todos sus especiales—, el evento comenzó en abril de 1932, cuando el comité de belleza que elegía a las reinas

estudiantiles y universitarias del país desde años atrás, escogió a la señorita Aura Gutiérrez Villa, representante del departamento de Antioquia, en ceremonia celebrada en el teatro Colón de la capital.

En esos inicios participaron pocas regiones, pues se trataba de un evento apenas conocido, al que la prensa escrita no daba amplio cubrimiento. *Cromos* publicó fotografías de candidatas que representan el estándar de belleza de la mujer de aquella época, con un toque de “majas” españolas. Al ser un éxito esta primera versión del Concurso Nacional de Belleza, los empresarios Ernesto Carlos Martelo y Daniel Lemaitre decidieron realizarlo nuevamente en 1934 con el fin de celebrar los 400 años de Cartagena y mostrar dos joyas de Colombia: la ciudad amurallada y la belleza femenina. Casualmente, ese año fue elegida Yolanda Emiliani Román, representante del departamento de Bolívar, quien terminó ostentando el título por 13 años debido a los conflictos bélicos mundiales.

El Concurso Nacional de Belleza reapareció en 1947 con mayor proyección, como un evento que convocaba a un país golpeado y dividido por la violencia política. A su vez, las reinas asumen un papel más significativo: estas jovencitas ya no solo posan para la cámara, sino que tienen voz y asumen una responsabilidad social, como lo demuestran en las entrevistas que publica *Cromos*. Allí aparecen fotografiadas en distintos eventos junto con alcaldes, gobernadores y distinguidos políticos. Además, comienzan a aparecer en los desfiles por las calles de Cartagena donde el pueblo puede ver de cerca a sus favoritas, que desfilan en discretos trajes de baño.

Sin embargo, las reinas todavía se muestran bastante pudorosas y los periodistas cuidan su imagen, como se puede apreciar en las entrevistas de Enrique Millán y Carlos Martínez Cabana, quienes les preguntan a las candidatas sobre sus gustos y preferencias, sin tocar temas comprometedores. Tan recatadas eran las reinas, que la valluna Leonor Navia Orejuela, señorita Colombia elegida en 1951 por el primer jurado internacional, no se dejó fotografiar en traje de baño durante su reinado.

En la siguiente edición del certamen, el presidente general Gustavo Rojas Pinilla, tuvo el honor de coronar a Luz Marina Cruz Losada y abrir la fiesta de coronación bailando con la nueva

soberana. Esa noche, el periodista Felix Raffan Gómez le dedicó un poema a la reina, publicado en *Cromos*:

“Luz Marina... jamás poeta alguno, será capaz de insinuar con palabras, la insospechada música de tu mirada pura, de tu voz argentada, de tu cuerpo sinfónico, de tu sonrisa clara”.

A partir de 1957, la moda tomó un papel protagónico en los desfiles y las candidatas empezaron a lucir las últimas creaciones realzadas por los tacones puntilla que estilizaban sus figuras. Se buscaba un ideal de belleza delicado, con facciones finas y ojos perfectamente delineados. La ganadora de este año fue la antioqueña Doris Gil Santamaría, quien renunció a su título meses más tarde para casarse. La virreina Luz Marina Zuluaga, de Manizales, tomó su lugar y le trajo a Colombia la primera corona de Miss Universo en 1959. La soberana fue portada en una decena de ediciones de *Cromos* hasta que celebró los 50 años de su reinado

Pero sin duda la candidata que causó sensación ese año fue Mabel Villaveces, representante del Tolima, quien tras su desfile en traje de baño tuvo que firmar más de 500 autógrafos. A partir de 1958, con el teleconcurso “Escoja usted a la señorita Colombia”, promovido por *Cromos*, las candidatas empezaron a ser mediáticas y en torno a ellas se afianzó la industria de la moda y la belleza. Si bien las transmisiones radiales del concurso comenzaron en 1949, nada reemplazaba la imagen de las beldades que consiguieron algo impensable: unir a las regiones del país hasta entonces divididas por la violencia política que asolaba campos y ciudades.

Reinas liberadas, estilizadas y exóticas

En la década del 60, las reinas muestran sus cuerpos entallados y dejan ver más piel. Sin embargo, los jurados empiezan a fijarse no solo en la belleza física, sino también en los rasgos de personalidad. Y aunque las señoritas seguían siendo un poco tradicionales, el movimiento de la liberación femenina también se manifestó en el reinado. En esos años fueron pocas las que se atrevieron

a romper los esquemas, como la candidata del Cesar, una de las primeras en usar bikini, eso sí, con pantalón hasta la cintura, en 1966. Solo a partir de 1969 se introdujo el traje de baño de dos piezas en el concurso.

Pero fue la representante de Bogotá en 1968, María Victoria Uribe, la que rompió con todos los esquemas de moda reivindicando la belleza natural. Calificada por los periodistas como la reina *hippie*, declaró en una entrevista: “*La mujer bella de hoy es la inconforme con los estatutos, con las normas dictadas y toda esa cosa...*” Esta reina rebelde posó para el fotógrafo Hernán Díaz con una ruana larga que apenas dejaba ver sus piernas, y el pelo cortísimo, extravagancia que ninguna mujer se permitía porque todavía el pelo largo era símbolo de feminidad.

Con ella surgió un nuevo concepto de belleza propio de la mujer moderna: segura, inteligente y natural. Por su parte, los jurados del concurso, además de la belleza califican la personalidad de las candidatas, buscando la mujer más “perfecta”. Claro que los vestidos más estrechos permitieron enseñar las curvas a los jurados y a los colombianos, porque a partir de 1969 se empezó a transmitir el concurso por televisión, que desde entonces se convirtió en el espectáculo novembrino más esperado y con mayor audiencia.

Para acompañar esos cambios del reinado que se acomodaba a nuevos patrones de belleza estaba la revista *Cromos*. En lugar de versos como los que les escribían los poetas a las primeras reinas, la revista delega a sus mejores cronistas para narrar las intimidades del reinado. Gonzalo Arango, Juan Gossaín, Margot Ricci, Ricardo Arbeláez ‘el Loco’ firman las entrevistas insolentes y las crónicas salpicadas de anécdotas e impresiones con ayuda de fotógrafos como Carlos García Rozo, Enrique García y Hernán Díaz. Ahora las reinas deben superar no solo las sesiones de fotos, sino de *tests* y entrevistas para dar a conocer sus *hobbies*, sus debilidades, sus comidas favoritas, su rutina de ejercicios, etc.

Pero fue en 1972, con el lanzamiento del *MiniCromos*, cuando la revista se volcó a cubrir el Concurso Nacional de la Belleza en vísperas de los eventos centrales. Primero, bajo el lema “Dejad

que las reinas vengan a mí”, se llevó a las candidatas para la ciudad amurallada donde los cronistas narraban las fiestas populares en contraste con las fiestas de los clubes sociales. Más adelante, el *MiniCromos* buscó paradisíacas playas y paisajes de otras regiones que servían de escenario a las candidatas, contribuyendo así a la promoción del turismo nacional. La mayoría de las fotos son grupales y típicas, como las de las reinas en la proa de un yate o caminando en la playa.

Ya en los ochenta, la belleza se asimila a perfección y resaltan los cuerpos esbeltos de las jovencitas, que luchan por el título de Señorita Colombia mediante cirugías, dietas severas, maquillaje llamativo y prendas ajustadas que les marquen el cuerpo. Algunas de estas candidatas fueron financiadas por narcotraficantes, la clase emergente del país. Por lo tanto, en estos años también reinaron el chisme y las cuitas, sin que *Cromos* dejara de entregar ningún detalle a sus curiosos lectores sobre lo que ocurría en Cartagena.

En 1983 fue coronada una de las reinas más queridas en la historia del certamen: la cartagenera Susana Caldas Lemaitre. El periodista Rafael Baena la describe con todos los adjetivos como “sencilla, linda, descomplicada, inteligente, agradable, alegre, tranquila, oportuna...”. También aparece una sección llamada “Contoneos del reinado”, con rumores sobre las candidatas en los desfiles. A Susana Caldas y a Silvia Maritza Yunda les criticaron la celulitis en las piernas: “Los hoyuelos se les bajaron de las mejillas a las caderas”.

En 1985 fue elegida la guajira María Mónica Urbina, una morena con ojos verdes y rasgos exóticos. La noche de coronación, los organizadores del concurso tuvieron que tomar estrictas medidas de seguridad debido al clima de violencia que se vivía en el país. Por ello, 50 infantes de marina, francotiradores, agentes de la policía y secretos de F-2 se infiltraron en los desfiles de reinas y de gente.

Al finalizar la década de los ochenta, *Cromos* muestra que el reinado no se limita solo a las fiestas, sino que también tiene un alcance social con su contribución a obras benéficas. Una de ellas es el barrio de “Las Reinas”, fundado por el padre Rafael García Herreros, el mismo creador del Banquete

del Millón, fundado en 1962, donde las bellas servían el caldo y el pan a los asistentes que pagaban un millón para obras de caridad.

Las candidatas parecen divertirse mucho más en los *MiniCromos*, y sin esperar a que termine el baile de coronación se van a rumbear con novios y edecanes a la Escollera, la discoteca más famosa de la época. Disfrutaban de más libertad, aunque sin infringir las reglas establecidas por Teresa Pizarro de Angula, ‘doña Tera’, quien presidió la junta directiva del Concurso por más de 40 años hasta su muerte en el año 2000, cuando la sucedió su hijo, Raymundo Angulo.

A partir del nuevo milenio, el cubrimiento periodístico se volvió más gráfico, con profusión de fotografías en los especiales del *MiniCromos*, y se siguieron manejando los artículos tipo test para conocer mejor a todas las candidatas. Los diseñadores de los distintos trajes de las concursantes comenzaron a ganar notoriedad y se recuerda en especial el vestido de gala diseñado por Alfredo Barraza que lució Taliana Vargas cuando recibió el título de Señorita Colombia en 2007, el más costoso de la historia del certamen: \$ 20 millones.

Un año después, Michelle Rouillard decidió cortarse el pelo muy alto para representar a Colombia en Miss Universo y aunque recibió muchas críticas, su personalidad y estilo natural se impusieron.

Reinas sintéticas y “ovejas” reinas

Con el tiempo, el Concurso Nacional de Belleza se ha convertido en una industria cultural. Desde las pasarelas se muestran las últimas tendencias en la moda y en revistas como *Cromos* se promocionan productos de belleza, vestidos de baño, joyas, y los diseñadores tienen la mejor vitrina para exhibir sus creaciones en cuerpos esculturales. Claro que algunas señoritas intentaban engañar al jurado con rellenos. De Sandra Borda, Señorita Colombia 1984, dijeron que “tenía el corpiño más inflado que el presupuesto inicial de la Casa de Huéspedes Ilustres”.

Para finales de los 80, *Cromos* se acerca todavía más a las candidatas. Sus cronistas cuentan cómo se esconden para fumar en su habitación o los consejos de belleza de las que se bañan en una tina con hielo para que la piel luzca tonificada. También se resaltan las reinas exóticas, las nuevas caras que tanto llaman la atención, como la de Yasmín Oliveros, la primera virreina nacional negra, a quien Hollman Morales calificó de “La reina problema” por lo traviesa.

En los 90 surge un nuevo concepto de belleza, el de la mujer perfecta, cada vez más ayudada por las cirugías plásticas; pero también el de la mujer con cuerpo atlético y tonificado que suponía duras jornadas de gimnasio. Las poses no son tan conservadoras y las caras ya no se muestran tan sonrientes, sino más *sexies*. Las facciones de las mujeres deben ser finas como símbolo de feminidad, el pelo preferiblemente largo y en lo posible rubio, la cintura de avispa, los labios carnosos y las piernas largas, rasgos que no caracterizan precisamente el prototipo de mujer colombiana. Por último, la sonrisa debe ser blanca y alineada, lo que supone previo blanqueamiento con posterior diseño de sonrisa

A la vez, se pone de moda la minifalda, el maquillaje cargado y las fotografías profesionales propias de modelos; incluso, muchas de las candidatas terminan el concurso y saltan a las pasarelas o a la televisión como presentadoras.

Y entre todos estos cambios, el concurso también se fue volviendo más incluyente, y en el año 2001 ganó por primera vez una reina de raza negra, Vanessa Mendoza, quien llevaba una vida sencilla en su pueblo chocoano, nunca había montado en avión ni sabía nada de la tecnología. Con el título de la más bella expresó sus deseos de aportar bienestar a su departamento y contribuir a la paz, por lo que le pidió Gobierno que la dejara participar en las mesas de negociación con las Farc en San Vicente del Caguán.

Ahora bien, bajo la dirección de Marianne Ponsford, *Cromos* también le dio la palabra a los detractores del reinado, como cuando Yirama Castaño entrevistó al polémico columnista Alberto Aguirre, enfrentado al Presidente del Concurso Nacional de Belleza, Raimundo Angulo. Aguirre

criticó que se hubiera realizado el concurso mientras el país sufría tragedias como la de Armero y Armenia. Pero el Presidente del concurso afirmó que el certamen se realizó porque justamente servía de anestésico para el pueblo colombiano golpeado por esos hechos dolorosos. Por otro lado, Aguirre reclamó que por culpa del certamen, las participantes se estuvieran volviendo cada vez más plásticas y más superficiales, pero Angulo respondió que ese fenómeno era producto de la globalización, y las cirugías no se podían prohibir porque se estaría violando el derecho a la libre expresión y desarrollo consignado en la Carta Constitucional.

Y es que además de canutillos, la revista contaba historias de reinas relacionadas con capos del narcotráfico, como la Señorita Santander de 1989, Claudia Milena García, ennoviada con Luis Aguilar, un lugarteniente de Pablo Escobar. Pero la historia que trascendió fue la de la Señorita Colombia 1990, Maribel Gutiérrez Tinoco, de quien se dijo que fue coronada gracias a las influencias del narcotráfico y luego dejó la corona para casarse con Jairo Durán alias 'el Mico', asesinado en una vendetta entre mafias en 1992. Por su parte, la señorita Amazonas, Catherine Sánchez, que en realidad era señora, debido a que había contraído matrimonio el año anterior con un narcotraficante, fue destituida. Además, estaba embarazada de dos meses y medio. Al año siguiente, la señorita Guajira, Claudia Azcárraga, fue acusada por tener relaciones sentimentales con Roberto Escobar 'el Osito', hermano de Pablo Escobar. También se demostró la relación de Rocío Bernal, Primera Princesa en 1997, con Luis Murcia, alias 'Martelo', cabecilla del cartel de Bogotá.

La conexión entre el narcotráfico y el concurso se volvió tan inocultable, que los organizadores del reinado frenaron la participación de candidatas que tuvieran patrocinio de dudosa procedencia, pero muchas se colaron, y otras quedaron en evidencia años después. Así ocurrió con Luz Adriana Ruiz Jaramillo, exreina del Vichada, acusada de tener nexos con el narcotraficante Justo Pastor Perafán. La entonces presentadora de televisión aceptó ser su socia en algunos negocios, pero negó haber recibido algún tipo de beneficio por parte del delincuente. Sandra Murcia Vargas fue detenida en 1999 en un aeropuerto internacional con una carga considerable de cocaína proveniente de los

negocios de su esposo, el famoso narcotraficante alias ‘Don Efra’. La exreina María Marcela Serrano Camacho, del departamento de Guainía también fue compañera sentimental de este capo y fue detenida por las autoridades por enriquecimiento ilícito, y se descubrió también que ‘Don Efra’ le financió un calendario en el cual ella era la estrella. Uno de los casos que causó más revuelo fue el de la exvirreina Zolima Bechara, representante del Chocó, a quien destituyó la junta directiva del Concurso Nacional de Belleza por tener nexos con un narcotraficante, al cual iba a visitar a la cárcel.

Y a veces, sin saberlo, la revista registró matrimonios entre reinas y capos, como fue el del rejoneador y narcotraficante Dairo Chica, que se casó con María Teresa Gómez, exreina del departamento de Antioquia.

Siguiendo con los escándalos relacionados con estupefacientes, en 1994 la famosa exreina bogotana y cara de muchas portadas, Kathy Sáenz, fue detenida en España por tráfico de dólares falsos. Allí pasó un mal momento, hasta cuando se aclaró que los dólares eran de unos amigos.

Reinas airadas y deslenguadas

En la historia del reinado abundan las anécdotas sobre imprudencias de las reinas, metidas de pata, pataletas y exabruptos que en algún momento opacaron hasta su belleza. En 1970, Mariela Serrano, representante por el departamento de Santander, no obtuvo el título de la más bella, lo cual hizo enfadar a su comitiva y a su región. Por esta razón, dijeron que no iban a mandar nunca más representantes al concurso, sin embargo, esto jamás se cumplió.

Un año más tarde, la señorita Magdalena, Marta Josefina Noguera, hizo *show* al conocer el resultado de la coronación a favor de la señorita Atlántico, María Luisa Lignarolo. Noguera se salió de sus cabales y fue hasta donde el jurado para preguntarle a la ex Miss Universo, Gladys Zender, cuánto le habían pagado. Zender le respondió sarcásticamente que le habían pagado millón y medio y que, además, su padre pagó una millonada en Miss Universo el año de su coronación. Pero no contenta

con haber disgustado a los jurados, Martha Josefina afirmó frente a los medios que una mujer de raza negra, como lo era la Señorita Chocó, no podía representar a nuestro país.

También la Señorita Sucre 1972, Elsa María Guerra de la Espriella, desconcertó cuando dijo frente a las cámaras que la nueva soberana no podría ser alguien pobre, pues sin educación no podría representar bien a la cultura colombiana. Después de la coronación de Marta Lucía Echeverry como Señorita Colombia en 1974, la representante de Atlántico, Heidi Malkum, le jaló el pelo y le pisoteó la corona. A propósito, años después, Echeverry fue relacionada con Gilberto Rodríguez Orejuela, narcotraficante del cartel de Cali.

Pero por encima de escándalos, *Cromos* no ha dejado de cubrir ningún reinado y las reinas salen en portada desde la noche de la coronación hasta que se casan, tienen hijos y triunfan en su vida profesional. Y así, mientras Luz Marina Zuluaga, se casó al año siguiente de haber entregado la corona de Miss Universo y siguió siendo una especie de Reina Madre hasta que le celebraron las Bodas de Oro de su triunfo, la segunda Miss Universo colombiana, la barranquillera Paulina Vega, saltó directamente a la televisión, prometiendo llevar una vida más pública que discreta.

Al repasar los especiales dedicados al reinado a lo largo de su historia, se concluye que las reinas de las últimas generaciones han incursionado en la televisión, el modelaje o se han convertido en exitosas empresarias, como en el caso de Carolina Cruz, Paola Turbay y Carolina Gómez. Lo que demuestra que el patrón de belleza del nuevo milenio exige, además de una graciosa figura, una cabeza tan bien puesta que incluso pueda sobreponerse a una falsa coronación, como le ocurrió a Ariadna Gutiérrez, quien ostentó el título de Miss Universo durante cerca de cuatro minutos debido a un error del maestro de ceremonias.

CONCLUSIONES

Luego de haber recorrido un proceso de documentación, análisis, descripción y narración para este trabajo de grado, logramos sacar conclusiones de cada uno de los objetivos planteados.

Partiendo de nuestra pregunta problema principal “¿Qué tan ceñida ha sido la historia de El Concurso Nacional de Belleza contada por *Cromos* a la versión oficial del reinado? Observamos que de cierto modo es bastante parecida, pues a pesar de que *Cromos* cuenta algunos escándalos que evidentemente la versión oficial no menciona, en general la revista publica artículos e información positiva sobre este concurso; es políticamente correcta como también se supone por los compromisos que tiene con los anunciantes y patrocinadores del Concurso. No obstante, menciona algunos temas que no son publicados en la versión oficial.

En la década de los 80, el narcotráfico alcanzó a penetrar el Concurso Nacional de Belleza, cuando algunas de las participantes aceptaron nexos sentimentales con los capos más reconocidos del país. Esto, a cambio de tener un patrocinio en el reinado que les asegurara la corona, obtener un financiamiento para cirugías plásticas que les ayudaran a perfeccionar su cuerpo y artículos de lujo, entre otros.

Esta información fue dada a conocer por *Cromos* a sus lectores, pero no fue mientras estaban sucediendo en la década de los 80, sino años más tarde, en la década de los 90. Así mismo, en la información que *Cromos* publicó, los hechos no fueron mencionados en su totalidad. El cubrimiento de este tema fue muy superficial, y cuando ya no era secreto para nadie. Una de las razones por las cuales este medio no sacó estos escándalos a la luz pública, es porque es una revista que goza de la exclusividad en el cubrimiento del reinado, sobre todo con el *Minicromos* desde 1972.

Por otra parte, se evidenció que el cubrimiento que este medio de comunicación hacía del reinado de belleza se caracterizaba por el estilo conservador y poco atrevido, sin embargo, a partir

de la década de los 70, los periodistas le pusieron un tono mucho más irreverente en las entrevistas, test a las candidatas y crónicas. Entre ellos se destacaron Juan Gossaín, Margot Ricci, María Jimena Duzán, y Ricardo Arbeláez o más conocido como 'El loco', quien a comienzos de los 70 hizo el cubrimiento más divertido, gracias a su estilo desenfadado. *Cromos* no se cuestionaba mucho por temas interesantes y pertinentes para las concursantes, como su diario vivir, su relación con los padres, entre otros. Se concentraban más bien en la parte física, sus gustos por las actividades que hacían en tiempos libres y en algunas ocasiones, su vida sentimental con su pareja.

Cromos realizaba el cubrimiento total del reinado, pero pudo haber contrastado más las reinas unas con otras, enseñar la vida de cada una, y la realidad que se vivía afuera de los lujosos hoteles en los que estaban hospedadas las candidatas, pues únicamente mostraba las élites y lo bello del reinado. Los enviados especiales de *Cromos* casi no se dedicaban a mostrar el pueblo, sus habitantes, el reinado popular, etc.

La revista, entonces, siempre queda bien con la institución, con El Concurso Nacional de Belleza, pues precisamente es el medio oficial que cubre este certamen, y hasta hoy es reconocido por el *Minicromos* que ocupa varias ediciones.

En la realización de este trabajo de grado quedó faltando tiempo para consultar la totalidad de la colección, lo cual no se pudo hacer, pues sólo se revisaron los meses de octubre y noviembre, que son los periodos en los que aparece mayor contenido sobre el reinado. Durante el resto del año sigue saliendo información sobre las reinas y las exreinas, por ello futuras investigaciones sobre este objeto de estudio podrían ocuparse de ver el seguimiento que les hace la revista más allá del reinado.

REFERENCIAS

- Peña, G. (2005) *El concurso de belleza como elemento constitutivo de la identidad cultural (1947 - 1953)*. Bogotá, Colombia.
- Rodríguez, T., y Rincón, O. (1998). *Responsabilidad de los medios en un contexto democrático, caso de estudio el Reinado de Belleza*. Bogotá, Colombia.
- Cabrera, C. (2009). *Bellas, víctimas y luchadoras: la construcción de la imagen de la mujer en la revista Cromos, 1958 – 1975*. Tesis. Pontificia Universidad Javeriana, 2009. Bogotá: Web. Abril 27 de 2016.
- Reventós, J. (2011). *100 años del sector belleza y cuidado personal en Colombia a través de la comunicación*. Bogotá, Colombia.
- Dueñas, J. (2011). La belleza según Cromos. 100 años del sector belleza y cuidado personal en Colombia a través de la comunicación. Bogotá, Colombia.
- Bolívar, I. J. (2007). Reinados de belleza y nacionalización de las sociedades latinoamericanas. *Íconos: revista de ciencias sociales*, volumen XI (28). Recuperado de <http://67.192.84.248:8080/bitstream/10469/4232/1/RFLACSO-I28-07-Bolivar.pdf>
- Borja, J., y Rodríguez, P. (2011). El reinado de belleza en Colombia: vida privada, dominio político y anhelos de eternidad. En Bolívar, I. *Historia de la vida privada en Colombia* (pgs. 180 – 201). Bogotá, Colombia.
- “80 años del reinado nacional de la belleza”. El Espectador.
- Finol, J. E. (1999). *Semiótica del Cuerpo: el mito de la belleza contemporánea*. Universidad del Zulia Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Antropológicas (LISA). Recuperado en: http://www.joseenriquefinol.com/images/stories/pdf/opcion_el_mito_de_la_belleza.pdf

- *Pasarela paralela: escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza/* editora académica Chloe Rutter-Jensen ; Ingrid Bolívar, Elisabeth Cunin, Bobby Rosenberg, Nick Morgan, Gregory. J. Lobo, Chloe Rutter-Jensen. - Bogotá. Editorial Pontificia Universidad javeriana, 2005.
- Eco, U. (2004). *Historia de la belleza*. Italia: Editorial de Bompiani.
- Hume, D. (1745). *Ensayos morales, políticos y literarios XXIII*.
- Baudrillard, J. (1970). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Francia. Éditions Denöel.
- Horckheimer, M., y Adorno, T. (1994). *Dialéctica de la ilustración*. Recuperado en: http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/adornot/esc_frank_adorno0005.pdf
- Taussig, M. (2008). *La bella y la bestia*. Recuperado en: [file:///C:/Users/JMR/Documents/Downloads/-data-Revista_No_06-04_lenguajes01%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/JMR/Documents/Downloads/-data-Revista_No_06-04_lenguajes01%20(2).pdf)
- Delgadillo. A. Patrimonio e Industria Cultural: Cuando una fiesta tradicional se convierte en producto cultural, (tesis de pregrado). Recuperado en: <http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/paginaimagenes/PRESENTACIONESyPONENCIAS/Memorias%20Ponencias/Bogota/Eduacion,%20sociedad%20y%20cultura/Mesa%203%20Septiembre%2021/JAVIER%20ALFONSO%20DELGADILLO%20MOLANO.pdf>
- Bell, D. (1979) *Industria Cultural y Sociedad de Masas*. Caracas, Venezuela.
- Lobato, M. Z. (2005). *Cuando las mujeres reinaba: belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX*. Buenos Aires, Argentina. Biblos.
- Horkheimer, M., y Adorno, T. (1994). *La industria cultural*. Recuperado en: http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/adornot/esc_frank_adorno0005.pdf
- Lamus, M. C. (Ed.). (2015). *Las Reinas: Crónica de los 80 años del Concurso Nacional de Belleza*. Bogotá: C. I. Gráficas Coloramas.

- Revista Mprende. 2014. Jolie de Vogue, una historia para contar por una colombiana, maría cortés de chaves. Recuperado en: <http://mprende.co/mujeres-mprende/jolie-de-vogue-una-historia-para-contar-por-una-colombiana-mar%C3%ADa-cort%C3%A9s-de-chaves>
- Cunin, E. (2003). *Identidades a flor de piel. Lo 'negro' entre apariencias y pertenencias: mestizaje y categorías raciales en Cartagena (Colombia)*. Recuperado de <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00291675/document>
- Jaramillo, J. E. *Reseña de Pasarela Paralela: escenarios de la estética y el poder en los reinados de belleza*. P. 54 – 57.
- Salamanca, J. (2006). *Belleza colombiana*. Credencial Historia.

ANEXOS

Entrevistas realizadas a Susana Caldas y Lupe Yidios

<https://www.youtube.com/watch?v=Z-El591Ivyk>

Entrevista a Diego Guarnizo, ex Director de Arte del Minicromos

20 de abril de 2016

Yo llevo haciendo El Concurso Nacional del Belleza 20 años, estuve haciéndolo 18 años consecutivos y dos años atrás. Cuando empecé a hacer esto entraba Raimundo Angulo a ser el presidente, después de la muerte de su madre. Él muy querido y muy generoso además, decidió poner El Concurso Nacional de Belleza como una empresa ya no tan doméstica sino completamente organizada, en todas las formas, en la logística, en lo administrativo, etc.

Yo llegué al concurso nacional de belleza, en ese momento era Ale Basil era la asistente de dirección y gracias al canal RCN que por mi trabajo como director de arte de televisión me invitaron a entrar al ejercito Raimundo Angulo para hacer nuevas propuesta audiovisuales a través de El Concurso Nacional de Belleza. Y tuve esa entrevista con Raimundo que primero me enamoro, por sus principios, por el valor a la mujer, por la importancia de hacer país anos a través de un evento que tiene más de 80 años, por hacer cosas grandes por Colombia. Y teniendo esos ingredientes pues yo me contagie al 300% y Rai os dejo presentarle proyectos grandes como uniformar a las reinas, apoyar a la industria de moda colombiana, historias maravillosas salen de eso porque despertamos la industria del calzado en Bucaramanga que por temas de la violencia estaba dormidísima. Los zapateros que toda la vida habían hechos zapatos no tenían trabajo y todo esto por esta circunstancia tan tenaz que vivió Colombia, y lo que logramos nosotros fue volverlo a despertar. Esto se lo debo a Rai pero siempre porque él me dejo ir a Bucaramanga, el me abrió los

caminos, el medio toda la organización y yo me fui a golpear puerta por puerta de los zapateros y decirles vale la pena, hagamos zapatos para El Concurso Nacional de Belleza y miremos qué va a suceder.

¿Qué sucedió? Que gracias a la alcaldía nació una asociación de zapateros que se llama *Asoinducals* que hace dos ferias, una nacional e internacional, hoy exporta zapatos, le vende a todo el país, están activas más de 400 empresas de zapateros, gracias a una semillita que el concurso puso. Hoy en día *Asoinducals* sigue calzando a las reinas. Con la industria de la moda qué más bonito que las historias que recogíamos de las reinas del pasado, estoy hablando de los años 60, 70, 80. Cuando uno hablaba en estas visitas que yo hacía a Colombia, uno tocaba puertas y la gente decía “es que yo con la moda lo que hacía era esperar el reinado para ver qué se ponían y mandar a hacer mis vestidos” entonces en este figurín de moda lo que hicimos fue pegarnos a este corazón y llamamos a toda la industria del diseño colombiano a que nos apoyaran, nosotros les dábamos las telas por primatea y se las entregábamos al diseñador y ellos uniformaban a las candidatas. Así aportamos un granito de arena a la industria de la moda desde El Concurso Nacional de Belleza.

El último proyecto importante para resaltar fue cancelar el desfile de fantasía en el que las reinas usaban plumas, canutillos, brillantes, entre otros para ser reemplazado por el desfile del traje típico donde se muestran las artesanías de Colombia. A partir de este momento, por medio de las artesanías se comienza a mostrar las tradiciones ancestrales de cada departamento y surge la frase “*Colombia, un país hecho a mano*”.

Cuando tocaba de puerta en puerta buscando a los mejores artesanos, encontré a Carmen Chíquiza de Rojas, una mujer que se puso feliz cuando llegué con esta propuesta a la entrada de su casa, pues era el sueño que siempre tuvo su difunto esposo (hacia un mes que se había muerto) de vestir a una reina. Ese año, Vanessa Mendoza lució en el Concurso Nacional de Belleza y en Miss Universo, un chal tricolor tejido en macramé, hecho por esta humilde artesana.

De ahí en adelante comienza una nueva etapa y el *Minicromos* logra salir de Cartagena, para empezar a disfrutar de las bellezas del país. Viajaban al Chocó, a Bucaramanga, al Huila, para tomar fotografías y disfrutar de las riquezas de cada departamento. Además, se empezó a concebir a la mujer colombiana como una persona independiente, capaz, con ganas de salir adelante, de trabajar y ser siempre la mejor en lo que haga. Así mismo, se quiso romper con el molde con el cual llegan todas las reinas de pararse de cierta forma, de posar de otra manera, se quiere lograr que las reinas sean auténticas.

Por otra parte, el *Minicromos* se convirtió hasta el día de hoy, en el único medio que puede sacar las primeras fotos de las reinas reunidas en vestido de baño, es decir las fotos oficiales. Luego de esto haber sido publicado, los otros medios pueden empezar a publicar sus historias.

Entrevista a Raimundo Angulo

15 de abril de 2016

En 1932 hubo una elección de reina, pero fue en el año 1934 que Ernesto Carlos Martelo y Daniel Lemaitre, con motivo de la inauguración del puerto de Cartagena, decidieron junto al presidente Olaya Herrera y Roosevelt, hacer un evento que promocionara a Cartagena de manera turística. Así fue como nació el Concurso Nacional de Belleza.

El vínculo entre cromos y el concurso ha sido absoluto desde sus inicios. Ha hecho todo el recuento y es patrimonio de los colombianos. La revista ha evolucionado con los años y tiene un objetivo fundamental que es la unión de los colombianos a través de la belleza y la representación de Colombia y su cultura a través del reinado, sobre todo para las regiones más olvidadas. Se busca promocionar la iniciativa con cromos de ir a las regiones. Yo siempre trato de estar en por lo menos en un *Minicromos*.

También, han venido muchas revistas internacionales a hacerle seguimiento al reinado. Vicky Weinstein estuvo muchos años delante de *Minicromos*. Fue una persona comprometida con la revista y con el reinado. Acompañó a Camacho cuando fue propietario de *Cromos*. La revista ha tenido periodistas y extraordinarios, tales como Juan Gossain, Hernando Santos, Guillermo Cano, Yamid Amat, entre otros.

La corona ha evolucionado y va transformándose, pero no han sido muchos los cambios. Lo más significativo es que tiene el escudo de Cartagena. Con los años le han quitado altura, pero siempre ha guardado el mismo sentido. La corona tiene un baño de oro, pero no es de ningún material costoso, sería un despilfarro para mi concepto.

El reinado es un reflejo de la nación. En los años 70 y 80 el narcotráfico trató de influenciar al concurso y muchas reinas se casaron con capos. Sin embargo, los periodistas de *Cromos* han denunciado, después de una buena investigación, todos estos escándalos y los han sacado a la luz pública.