

Capítulo seis

Drag Queens¹
Chloe Rutter-Jensen

*Parece extraño que alguien piense
en Miss Mundo como un ser humano.*

Don Short

En el año 2003 el Reinado Nacional de Belleza colombiano actualizó el uso de medios masivos de comunicación, al transformar el proceso de selección de la candidata por Bogotá en un *reality*, “Bogotá Real”, en CityTV, canal local de la ciudad. En este *reality* (CityTV, 2003) los espectadores vimos abiertamente las maniobras que se explicitan en el entrenamiento de una mujer para ser reina. Los mismos medios masivos transparentan el proceso de escogencia y al mismo tiempo se elimina la posibilidad de la reina “natural” cuyos orígenes fueran los de una familia blanca y “aristócrata” colombiana que tuviera derecho divino a ser reina. En el *reality* observamos un proceso de entrenamiento, desenmascarado de cualquier discurso de belleza natural, en el cual existe una competencia de manipulaciones y formas de disciplina corporal que se asemejan a una escuela militar. En este proceso, las candidatas tienen que

¹ Me parece importante situarme como observadora de la cultura colombiana, y sobre de todo de la mujer colombiana. Yo soy una mujer estadounidense ‘blanca’ que se viste con ropa ancha, no apretada, textiles suaves y respirables como el algodón y zapatos planos y livianos. Mi ‘estilo’ difiere considerable de la vestimenta típica de las mujeres en Bogotá que incluye tacones altos, faldas cortas, pantalones apretados, telas sintéticas y camisetas ombligeras. Para mí, la ropa que yo utilizo señala comodidad, y al contrario la ropa típica de la mujer bogotana me evoca una constricción y estrangulación del cuerpo. Lo que sobresale en esta comparación es que la artificialidad de la reina no dista tanto de la mujer cotidiana como podría parecer visto sólo desde mi desempeño de la feminidad.

pasar pruebas, seguir un duro régimen de dietas y gimnasio, y aprender un comportamiento social o de etiqueta tradicional, que incluye lecciones sobre modales de mesa y sobre cómo sentarse y bajar escaleras de la forma correcta para una reina. El programa “Bogotá Real”, donde escogieron a la candidata de Bogotá con la ayuda de los televidentes,² mostró la transformación de cada mujer en reina, incluso las cirugías practicadas a las candidatas. La serie era una exposición casi perfecta de lo artificial y el aprendizaje que implica ser una mujer ideal. Y el pequeño ejército de entrenadores subraya que no es una belleza gratis, sino una rodeada de cantidad de dinero y empleos. Cada candidata representa una pequeña industria en la cual se gastan millones de pesos en publicidad, maquillaje, vestidos, viajes y cirugías, para lograr la corona durante un año. La finalidad de todo el proceso es convertirse en lo que los presentadores afirman es “el eterno sueño de ser la mujer ideal” (RCN 2003, Coronación). Este motivo del certamen del reinado, que explica o justifica la transmisión televisada cada noviembre desde Cartagena, es un sueño-negocio. El ser una mujer ideal apoya una industria que empieza en cada región y termina con los departamentos compitiendo entre ellos para ganar el título de “la mujer ideal” encarnado en el de “Señorita Colombia”.

Resulta interesante que a pesar de hacer visible todas las artimañas y labores de ser una reina, los presentadores siguen posicionando el certamen como el sueño de toda mujer. El reinado en sí presenta una paradoja: la de “existir” como una mujer ideal y al mismo tiempo admitir implícitamente que “se crea” la mujer ideal, que ella no es natural. De hecho, el reinado empeña toda su energía en la mitificación, la invención y la fantasía de la mujer ideal. Y en conjunto los medios masivos le dedican mucha atención a este tipo de mujer, mostrándola como algo alcanzable, factible y creíble.

Parte de la manipulación de los medios masivos de comunicación se da a través de la publicidad que anuncia, por ejemplo, agua para mantener una línea perfecta, o créditos bancarios destinados a las cirugías estéticas para lograr la nariz, las mejillas o el mentón de esta mujer ideal. La espectadora que siguiera los consejos de la publicidad se encontraría en un círculo casi lúdico en donde la belleza que estaría copiando, no una belleza natural de reina, sino la belleza construida por la reina a través de las mismas cirugías, ejemplificaría el simulacro de la cara “real”: ni las reinas parecen reinas sin cirugía.³ Por lo tanto el cuerpo de la mujer ideal es una fabricación de la tecnología estética. Los discursos sobre la belleza entonces sugieren al público no una meta inalcanzable, sino la noción de que con un poco de administración corporal, se puede lograr, o transformarse en, la “mujer ideal”. Si examinamos la mitificación de esta mujer ideal en contraste con la mujer “real”, surge una sospecha:

² Cada semana los televidentes pudieron votar para eliminar una candidata del programa. Para votar había que llamar por teléfono celular (una llamada que tiene ya un costo) a un número telefónico especial (con un costo adicional por votar). Si se consideran las condiciones materiales de la mayoría de los bogotanos, se entendería entonces que quienes pudieron votar eran personas de una minoría con el capital suficiente para tener teléfono celular y usarlo. Este punto evidencia la estratificación social de la belleza.

³ Anoto que el juego de palabras de una cara ‘real’ podría significar tanto su materialidad como su realeza. Mas, sería interesante considerar que hay ciertos médicos cirujanos plásticos a quienes acuden la mayoría de las candidatas, estableciendo así el modelo de una estética hecha por el médico. Entonces las reinas tienen caras que se asemejan a la noción de “realeza” del médico.

en vez de reivindicar la existencia de la mujer ideal, los discursos que rodean el reinado manifiestan la artificialidad de la mujer, no sólo en la versión idealizada, sino en el “ser mujer” en sí. Incluso, con esa misma administración corporal se puede transformar al hombre, definido por su genitalia, en la mujer ideal, la que en su forma de *drag queen* es la representación hiperfeminizada de la mujer, al nivel de la reina.

En este capítulo intento indagar en la artificialidad de la mujer “natural” –ideal– con el fin de localizar un debate sobre identidades de género/sexo en un (el) contexto colombiano. Para mirar el reinado de hoy y el tráfico –comercio, negocio– de la mujer ideal producida en el reinado, trazo dos diferentes líneas teóricas. Por un lado demuestro la artificialidad del ser mujer/reina partiendo de los estudios críticos de género para afirmar –y como provocación– que las mujeres reinas de belleza son mujeres vestidas en drag.⁴ De otro lado, me acerco a las teorías estadounidenses sobre cultura visual feminista para examinar la noción de *female spectatorship*.⁵ La emergencia de la reina como texto cultural y visual que circula en una economía de identidad nacional ofrece un campo de estudio extenso en el cual podemos proponer múltiples perspectivas para ‘ver’ este cuerpo.

Mujeres en draga

Mi punto de partida es el concepto de parodia que desarrolla Judith Butler en *Género en disputa*. Butler me ayuda a trazar una analogía entre los dragas y las reinas de belleza para mostrarlas a ambas como un caso del cuerpo ficcionalizado. Interpreto las reinas de belleza como *drag queens*, mujeres “performing” mujeres. Ambos, un hombre vestido de mujer y una mujer vestida de mujer son performativos según la definición de Butler: las personas, al repetir la acción de hacer de mujeres, no de forma singular ni deliberada, producen el efecto que nombran, que en este caso es “la mujer”. Las reinas de belleza, como ejemplo particular de la noción de la mujer ideal, se comparan con el hombre vestido de mujer, pues, si no es para pasar desapercibido en la calle, o sea ‘pasar por mujer’, es un “hacer” o “ser” mujer exagerada y casi kitsch; es ser una mujer vestida en draga.

Es justamente la exageración de la feminidad de la mujer reina que incita a la parodia. El concepto de parodia empleado aquí utiliza tanto la noción de una mirada no heterosexual masculina –a la cual volveré en la segunda parte– como la “construcción fastasmática –ilusiones de sustancia– a las que los cuerpos están obligados a aproximarse, aunque nunca pueden” (Butler, 177). Según ella, la distinción género/sexo, representa lo real a través del sexo y lo cultural a través del género. Entonces, la ilusión de sustancia es la

⁴ En inglés, el juego de palabras es implícita en esta frase. Son reinas “queens” y son vestidas en “drag”. En este ensayo nombro a las reinas de belleza *drag queens* y a los hombres vestidos de mujer para el espectáculo como los llaman en Bogotá, *dragas*. Escojo el nombre de drag queens para las reinas de belleza porque además de ser “reinas” el uso juega con la imagen tradicional de un “drag queen hombre” y reitera la artificialidad de ambos.

⁵ Female spectatorship: El acto de ser espectadora mujer donde la persona observa con atención, un concepto de mirar *activo* y no pasivo. Este concepto luego implica que “the gaze” o *la mirada* también tiene una cualidad activa que articula una relación de poder por parte de la persona ejerciendo *la mirada*.

noción de que un cuerpo naturalmente cabe —o más bien nace— en una categoría de sexo/género. Esta explicación de Butler nos proporciona la idea de que la única manera de aproximarse al cuerpo representado como natural en nuestro sistema género/sexo es a través de la inscripción cultural. Aunque Butler no se refiere a los cuerpos específicos de una reina de belleza, sino a los cuerpos sujetados por el sistema sexo/género, el cual divide a los seres humanos en dos categorías a través de una muy limitada definición de genitalia, sí considera un cuerpo parecido al de la reina de belleza: el cuerpo del hombre gay vestido de mujer, draga. Este cuerpo problematiza la conexión de un sexo real a un género fáctico correspondiente al sistema sexo/género heterosexual tradicional. Butler declara que “como las superficies corporales se representan *como* lo natural, éstas superficies pueden convertirse en el sitio de una actuación disonante y desnaturalizada que revela el carácter performativo de lo natural en sí” (Butler, 177). En el caso de este estudio, yo aplico la teoría de Butler no a la draga, sino a la reina como mujer en draga.

Evoco la práctica de hombres vestidos de mujer para el espectáculo —dragas—, porque es uno de los escenarios en donde el público acepta las artimañas necesarias para convertir un cuerpo en mujer. Sin embargo, hablar de los dragas no desembrolla el análisis de la mujer y su construcción social. En este sentido, Carol Ann Tyler delinea los distintos debates que circulan alrededor de los dragas en los Estados Unidos. Tyler explica que para algunos críticos feministas “el hombre gay vestido de draga es sencillamente otro ejemplo de la representación ginecofóbica/misógina de la mujer que predomina en nuestra cultura” (Tyler, 41). Esta ginecofobia/misoginia también se presenta en Colombia, y la podemos ver incorporada en productos culturales como la novela de Sánchez Baute *Al diablo la maldita primavera*, donde el protagonista critica agresivamente a las mujeres y resalta a los dragas como sus versiones mejoradas. Sin duda, no se puede descuidar este tipo de actitud, pero el cuerpo draga a pesar de exhibir manifestaciones de agresión en contra de la mujer, es una acción clara y concisa de parodia en la cual se afirmaría y expondría lo artificial del constructo “mujer”. En realidad no quiero oponer el draga a la mujer “original”, sobre todo cuando no es el enemigo en una lucha por ganar espacios identitarios en la muy limitante matriz heterosexual. El draga, entonces, deconstruye la originalidad de la mujer y ofrece un escenario en el cual primero, muestra las fisuras del esencialismo de género/sexo y segundo, el hombre, definido por su genitalia, puede expresar una feminidad no heterosexista.

La crítica de algunas feministas sobre la misoginia se basa en la noción de que en el escenario el draga revela su pene reivindicando la identidad masculina y, a pesar de transgredir la masculinidad tradicional, vuelve a asumir un sitio de poder dentro de una economía patriarcal. La mujer no puede revelar un pene ni apelar a su cuerpo anatómico, sin embargo, la revelación de las costuras de su creación evidencia una artificialidad obvia de la mujer bella, incluso, la feminidad exagerada del la reina visibiliza su confección. Sin duda, la reina sólo camina en traje largo o de fantasía en el evento del reinado, y no nada en el mar en vestido de baño y tacones. Estas brechas entre reina de belleza en el escenario y la mujer común en la calle, junto con los relatos de las cirugías, igualan la del cuerpo de la reina con la ficción del cuerpo del draga.

Así, la pregunta de Tyler sobre las identidades del travesti y de la mujer: “¿Qué hace que (un cuerpo) tenga credibilidad y el otro no, cuando ambos son ficciones?”(54) revela que esta credibilidad en el cuerpo de la mujer reina puede estar, ausente igual que en el draga.⁶ ¿Acaso la mujer espectadora ve al cuerpo de la reina de belleza como creíble? De hecho, el cuerpo “real” es una plastificación tan exagerada del cuerpo de la mujer que se puede cuestionar el acto de creerlo por parte de un hombre o de una mujer.

En el caso del draga y de la reina de belleza oficial se puede asumir una recepción de ambos como ficciones. El entender los dos cuerpos como tal ofrece dos posibilidades viables para rearticular el sistema sexo/género opresivo. Partiendo del punto de vista de los cuerpos ficcionales, ambos “sexos biológicos” están capacitados para desempeñar el papel de “la mujer ideal”. Si el hombre “real”, al igual que la mujer “real”, puede encarnar el cuerpo de la mujer ideal, se crea una lógica que posibilita y ofrece situaciones en las que la mujer “real”, tanto como el hombre “real”, puede incorporar el cuerpo del “hombre ideal”.⁷

Segundo, si ambos cuerpos son ficciones entonces el cuerpo mismo se vuelve una parodia y con ello el concepto de mujer y de mujer ideal. En esta coyuntura de cuerpo paródico-mujer ideal lúdico, sugiero que la persona no masculina patriarcal que siente placer visual al ver a la reina de belleza siente, en efecto, un placer por la parodia, un placer carnavalesco, o lo que Judith Butler en *Género en disputa* nombra “una risa subversiva en el efecto de pastiche de las prácticas paródicas” (Butler, 177). Esta risa subversiva se desenvuelve en el reconocimiento de la brecha entre el cuerpo de la televidente y el cuerpo “fundamentalmente inhabitable” de la reina.

A pesar de la carga que todavía lleva el cuerpo de la mujer en cuanto a ser objeto de deseo, insisto en que al igual que la práctica paródica que producen el draga y los reinados entre los hombres gay al deconstruir la belleza del travesti reina, el reinado nacional oficial, con los cuerpos tecnificados que visibilizan la artificialidad de la mujer, también produce una práctica paródica que circunnavega al cuerpo naturalizado de la mujer.

Hay un marco envolvente en el cual miramos los objetos o conceptos como originarios o copias. El draga es una copia del cuerpo de la mujer según el sistema sexo/género dominante. Como copia de un original, el draga pierde estatus frente al cuerpo de la mujer, pero si miramos uno de los debates más recurrentes sobre la cultura política en Latinoamérica, el de la estructuración de la nación-estado donde se habla en términos de “desarrollo” y “subdesarrollo”, entonces el Estado naturalizado originario es el europeo, mientras que el Estado latinoamericano es la copia fallida, de estatus secundario. Entre otros, Benedict

⁶ La cita completa toma en cuenta que todas las identidades son ficciones. “But if all identities are alienated and fictional, then the distinction between parody, mimicry, or camp, and imitation, masquerade, or playing it straight is no longer self-evident. What makes the one credible and the other incredible when both are fictions?” (54).

⁷ El estudio de masculinidad femenina de Judith Halberstam *Female Masculinity* demuestra la construcción compleja de la masculinidad que se ha naturalizado en el cuerpo biológico del hombre. Ella se concentra en el drag king, la mujer que se viste y hace una performance de hombre en un escenario. Halberstam propone que la mujer masculina, incluso la que pasa por hombre, impugna un género no ligado al sexo anatómico que, por lo tanto, subvierte totalmente los conceptos de un sistema falogocéntrico, donde ahora no es el género el que automáticamente señala un poder fálico.

Anderson cuestiona el concepto dado que las naciones-estados nacieron en Europa. Creo que el artículo *National by Imitation*, escrito por Roberto Schwarz, plantea el debate entre origen y copia en un lenguaje que concuerda con el de sexo/género en cuanto habla del draga como una copia de una mujer. Señala que si la nación en América Latina es una copia, y supuestamente secundaria, entonces esta perspectiva pone en un plano negativo la “totalidad de las fuerzas culturales en América Latina” (Schwarz, 269). Lo mismo ocurre cuando hablamos de la mujer como originario: se pierde el reconocimiento de las fuerzas culturales en juego en la construcción de la mujer. Es equiparable a la noción de que la nación-estado es una ilusión cuyos discursos oficiales tienen consecuencias materiales. De igual manera, la mujer puede ser una ilusión, pero “vivir mujer” tiene consecuencias materiales. Al intercambiar los términos de nación por género se puede afirmar que la copia tanto como el original son ilusiones. Pero, según Schwarz, tendría que existir una manera de imitar que evite una absoluta dominación del “original” (279). Entonces, en mi lectura, la propuesta de Schwarz se plantearía en términos de una imitación o *draguisación* de la mujer que elimine la absoluta dominación del original y, por lo tanto, se muestren las fisuras ya existentes dentro del sistema sexo/género y se abra la posibilidad de reconocer otras versiones –copias, copias de copias, u originales todos– del cuerpo de la mujer, –sea masculino, genitalia hombre– y, finalmente, ampliar la categoría de mujer. O sea, el acto supuestamente imitativo del draga desmiembra la feminidad del cuerpo anatómico de la mujer.

Esta copia, o más bien práctica, paródica adquiere un estatus de original. En cuanto a “imitar”, el draga imita a la mujer, pero no es exactamente lo mismo; en ese espacio entre la mujer ‘original’ y la parodia de ella en el cuerpo del draga se produce un proceso transformativo que resulta en algo nuevo; familiar, pero distinto y no una mera copia secundaria. Por eso la parodia no es un juego lúdico, sino una herramienta para desnaturalizar las feminidades y masculinidades articuladas por definiciones de genitalia, cromosomas o “biología”.

La paradoja al reconocer “originales”, “copias” o prácticas paródicas se configura en que por más que el público sepa que las mujeres en los reinados tienen muchas intervenciones estéticas para cambiar su figura, ese mismo público sigue la fantasía y cree que estas mujeres encarnan la belleza natural y, por lo tanto, representan el concepto de la mujer ideal y la mujer natural. En el reinado gay, o en el cuerpo del draga, es la parodia en sí la que interesa al público heterosexual. Así, la pregunta que aquí concierne es sobre la recepción del público mujer –hetero-practicantes– y en su reconocimiento de la parodia al ver a la mujer ideal en el reinado.

“Female Spectatorship”⁸

La pregunta sobre la recepción del público mujer produce unas respuestas difusas que incluyen múltiples perspectivas hacia la reina, pero lo que importa es plantear que aunque la mujer desfilando como reina puede estar haciéndolo desde diferentes prácticas culturales, el reinado es fundamentalmente un evento donde la actividad no pasiva de mirar es la que produce distintos espacios de interpretación del evento, diferente a los pensados

⁸ Ver nota 5.

por los dueños de los medios masivos. Como establece Martín-Barbero cuando habla de las telenovelas colombianas y su circulación y resemantización, se puede ver el reinado como un objeto de “lecturas diversas dentro y fuera de la casa” (Martín-Barbero, 32). El reinado tiene un fuero que transcurre más allá de la recepción pasiva por parte del público. Es decir, en cada casa la manera de mirar la televisión puede diferir de la que asumen los directores de mercadeo en el canal. Cada espectador(a) pertenece a un género, un estrato social, una raza, una etnicidad, una identificación regional, nacional y religiosa que implica una recepción distinta.

El formato del reinado televisado dura más de cuatro horas con diferentes etapas que incluyen una entrevista, el desfile en vestido de baño, de fantasía y en traje de gala. Las cuatro horas ofrecen un espacio amplio en el cual la emisora intenta convertir al espectador(a) en consumidor(a). La publicidad incluye anuncios de jabones, productos light—desde agua hasta atún—, vestidos de baño para mujer, cremas, champús, etcétera. Así, el debate sobre qué “mirada” es la que se ve del reinado exige preguntarse por quiénes constituyen su público.

El público consumidor está, supuestamente, constituido por mujeres. Pero, si estudiamos quién manifiesta el poder de la mirada, vemos que éste se encuentra no en el público femenino, sino en el masculino heterosexual patriarcal. Laura Mulvey propone en su artículo clásico “Visual Pleasure and Narrative Cinema” que

el placer de mirar se ha dividido entre activo/masculino y pasivo/femenino. La mirada determinante es la masculina y proyecta su fantasía heterosexual sobre la figura femenina, la cual está estilizada según aquella fantasía. En su papel tradicionalmente exhibicionista, las mujeres son simultáneamente miradas y presentadas, con su apariencia codificada para un impacto fuerte visual y erótico (...) (Mulvey, 47).

Esto es, la reina se fabrica para la mirada masculina heterosexual. Pero el reinado como evento para hombres heterosexuales se desestabiliza cuando deducimos a través de los anuncios de champú para mujeres, vestidos de baños para mujeres, cremas, maquillaje, etc., que el público pensado por la programadora es de mujeres heterosexuales. Se asume que al comprar estos productos seducirán a los hombres, tal cual como las imágenes de la publicidad relatan, y además tienen a las reinas como ‘modelos’ para ser. Sin embargo, el consumir productos implica una mirada poca pasiva. Si es la mirada masculina la que determina, pero es un público mujer al que se están vendiendo los productos, entonces ¿qué mirada tienen las mujeres al ver el reinado? ¿Es una mirada pasiva?, ¿una que no determina? Y si no determina, ¿cuál es la relación entre reinado y el (la) espectador(a)?

Partiendo, entonces, de una sociedad heterocentrista—y de acuerdo con Mulvey—, encontramos que la mirada de placer es dominada por el hombre; él no está mirando el reinado para comprar champús ni cremas, sino para proyectar su fantasía erótica sobre la figura de la reina. En consecuencia, la mirada de la mujer no determina ni proyecta sino que es una mirada pasiva que recibe información sobre champús y dietas, y que sólo se vuelve activa cuando ella sale a comprar estos productos, pero como acción cultural, no contiene mayor poder. Por lo tanto, la

televidente heterosexual forma parte de la proyección del hombre, por lo que la compra de productos de belleza va a permitirle ser objeto de la fantasía del hombre.

La mujer implícita en la fantasía del hombre es: el objeto de la mirada, la reina, y el objeto del mercadeo de los productos, la televidente. Esta relación establece una complicidad entre la reina como propaganda del cuerpo estilizado y la espectadora quien es consciente de la irrealidad de ese cuerpo estilizado y que al seguir los consejos publicitarios de comprar champús, cremas, cirugías estéticas, ensambla un cuerpo que desea comparar con el de la reina. Aquí se expresa la paradoja de la espectadora mujer que sabe que no existe una mujer ideal, pero, sin embargo, aboga por la candidatura de alguna reina en el certamen. Esta información, que he recogido de manera anecdótica en la calle, las universidades, lugares de trabajo, patentiza una disonancia en cuanto muchas mujeres televidentes suelen opinar que de un lado las reinas y sus cuerpos fabricados son horribles y, al mismo tiempo, les importa quién gana. Se critica a cada candidata, “tiene senos feos, piernas feas, cara fea” o “tiene que ganar fulana”, “fulana es la más bonita” y, al mismo tiempo, se expresa repugnancia hacia las cirugías y la fabricación de los cuerpos. Por ende, la mujer espectadora reconoce explícitamente que la belleza es un constructo. Sin siquiera añadir la mirada lesbiana, se problematiza la mirada de las mujeres identificadas como femeninas y heterosexuales, que desde sus casas manifiestan contradicciones en su manera de mirar a las reinas en el evento.⁹ La mirada femenina pertenece al consumir y al juzgar; al recibir, interpretar e imitar las imágenes representadas.

De un lado, el papel de la mujer –como consumidora– es relevante en la economía de la belleza; de otro, como espectadora, su mirada no es solamente pasiva y comercial. Primero, se exige que la mirada lesbiana ejerza el poder de ver con deseo a las candidatas. Segundo, sugiero que el concepto de placer escopofílico, desarrollado por Freud y analizado por Mulvey, ayuda a entender una posible mirada determinante por parte de la mujer identificada como heterosexual y femenina que puede ser tanto paralelo como intervenido (¿) con la mirada lésbica. Mulvey afirma que “hay circunstancias en las cuales mirar es una fuente de placer, tanto como en su configuración opuesta, hay placer en ser mirada (...) (Freud) aisló la escopofilia como uno de los instintos componentes de la sexualidad que existen como un motor del sexo independiente de las zonas erógenas” (46). Propongo que la televidente tanto como la candidata impugnan este placer de mirar. Es una posibilidad de posición activa de la mujer colombiana ante el reinado. En el momento de ofrecer el placer de la mujer –espectadora– a mirar a la mujer –reina–, y el placer de la reina por ser mirada por la espectadora, la escopofilia freudiana se sale de una heterosexualidad obligatoria y de una mirada determinante por el hombre heterosexual patriarcal. De hecho, se rearticula la escopofilia por fuera de la prescripción heterosexual y se plantea una situación en la que la mujer mira a la mujer con placer y deseo.

⁹ Las entrevistas informales que he recogido sobre las opiniones de mujeres identificadas heterosexuales varían más por generación que por estrato social. Parece que dentro de los adolescentes de cada estrato social hay un apego al reinado que va disminuyendo con la edad. Por otro lado, las mujeres ya fuera del mercado laboral (más o menos superior a 50 años) también siguen los eventos del reinado. El único grupo de mujeres entre 20-50 que admite ver el reinado son de estratos bajos. Me parece más interesante que el grupo entre 20-50 que sí admite y se emociona al ver el reinado son los hombres identificados homosexuales.

La mirada de placer de mujer a mujer existe, pero articular una acción cultural no pasiva por parte de la ‘miradora’ –de la que mira– se dificulta cuando analizamos lo que John Berger dice en “Ways of Seeing”,¹⁰ donde afirma que la mujer siempre ha mirado a la mujer, pero en este caso se mira a ella misma. “Desde la niñez más temprana ella (la mujer) ha sido enseñada y persuadida a vigilarse a sí misma de manera constante” (37), lo cual, para Berger, implica que la mujer está dividida en dos, ella y la imagen de ella. Sugiere entonces dos posibilidades: una es que la mujer mira a la mujer para vigilar. En esta situación habría que estudiar un estado hegemónico en donde la misma mujer cede y apropia un poder. En la segunda posibilidad la mirada de la televidente a la candidata funciona de una manera parecida a la mirada hecha por los ojos del hombre: ella está proyectando *su* fantasía sobre la candidata –la fantasía de sí misma. El proyectar su fantasía sobre la reina subyuga la mirada erótica heterosexual a una autosexual y, por ende, disminuye la fuerza de una acción cultural lésbica en donde reconoceríamos la posibilidad de tener mujeres mirando a mujeres por placer como es naturalizado el deseo del hombre mirando a la mujer.

Tanto Mary Ann Doane como Laura Mulvey delinear otras problemáticas de *female spectatorship*, y Doane sugiere que al apropiarse la mujer de la mirada sobre la mujer, surge un problema de narcisismo por su cercanía al objeto deseado, es decir, esa división de la cual Berger habla, de estar consciente de mirarse a uno mismo. Se establece un círculo en el que la mujer desea su imagen y, por lo tanto, según Doane, se da un tipo de narcisismo. Doane sigue afirmando que además de manifestar un narcisismo, la cercanía corporal entre la mujer de la audiencia y la mujer de la televisión dificulta la posibilidad de fetichizar el cuerpo. Sin embargo, si aplicamos la mirada de mujer a mujer en un contexto donde el cuerpo de la mujer reina, estrella de cine, modelo, etc., es transformado a través de la tecnología estética, se abre una distancia entre la mujer espectadora y el objeto mirado, en este caso la reina. Además, el categorizar la mirada de la mujer como narcisa sin contextualizarlo, crea el peligro de descuidar una herencia masculinista que rechaza a la mujer que se admira a ella misma o que transmite confianza y autoestima. En realidad, tanto la distancia entre cuerpo manipulado y cuerpo ‘natural’, como la herencia masculinista, opacan el reflejo narciso. Así, se facilita una salida de la prescripción de narcisismo y de la mujer que se desea a sí misma como objeto, y se abren varios modos para desear el cuerpo en el escenario del reinado, el cine, la pasarela, por parte de la mujer espectadora. Entre otros, puede ser el deseo de una lesbiana, el de una heterosexual, o una manera de autoafirmación de la mujer hacia ella misma.

Finalmente, no veo el cuerpo, ni la figura, ni la representación de la reina como un texto subversivo a través del cual nos aliviaríamos del discurso opresor y del control social que hay sobre los cuerpos en nuestra sociedad. No abogaré por pensar en el Reinado Nacional de Belleza como una herramienta de transformación social, ni como transformador de cambios de los conceptos de belleza, ni como un espacio para pelear las formaciones raciales, ni un lugar donde se genera movilidad social. El reinado funciona como sitio para ver cómo se producen, reproducen y circulan estos discursos. Yo analizo el reinado desde una lectura en reversa, literalmente, en donde estudiamos a los espectadores y examinamos su participación en el evento.

¹⁰ Maneras de ver.

En el caso del reinado contemporáneo la parodia ayuda a tumbar tanto el concepto de belleza natural atribuida a las mujeres candidatas como la misma definición limitada de la mujer construida; las distintas opciones desde dónde le añaden a la candidata otros valores sociales, nacionales, identitarios, de géneros, sexos, sexualidades y raciales. De hecho, se establece un territorio en el cual las miradas y los ojos que ven el reinado expresan deseos distintos, no contingentes a un sistema sexo/género heterosexista. Entre estas miradas se incluye el draga que mira tanto como reinventa, el hombre gay, la lesbiana, la mujer u hombre femeninos, la mujer u hombre masculinos, el o la ama de casa, el (la) campesino(a), la ejecutiva que miran o una multiplicidad de perspectivas deseosas, existentes, pero hasta ahora no legitimadas.

Referencias bibliográficas

- Anderson, Benedict. *Imagined communities*. London: Routledge, 1990.
- “Bogotá Real?”. CityTV. Bogotá, 2003.
- Butler, Judith. *Género en disputa*. México: Paidós, 2001.
- Berger, John. “Ways of seeing”. *The feminism and visual culture reader*. Edited by Amelia Jones. London: Routledge, 2003.
- Doane, Mary Ann. “Film and the masquerade: theorizing the female spectator”. *Writing on the body: female embodiment and feminist theory*. Editors, Katie Conboy, Nadia Medina, and Sarah Stanbury. New York: Columbia University Press, 1997.
- Halberstam, Judith. *Female masculinity*. Durham: Duke University Press, 1998.
- Martín-Barbero, Jesús. *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992.
- Mulvey, Laura. “Visual pleasure and narrative cinema”. *The feminism and visual culture reader*. Edited by Amelia Jones. London: Routledge, 2003.
- Tyler, Carol Ann. “Boys will be girls: the politics of gay drag”. *Inside/Out: lesbian theories, gay theories*. Edited by Diana Fuss. London: Routledge, 1991.
- Sánchez Baute, Alonso. *Al diablo la maldita primavera*. Bogotá: Instituto Distrital de Cultura y Turismo, 2002.
- Short, Don. *Miss Mundo: la verdad desnuda*. Barcelona: Ediciones Actuales, 1977.
- Schwarz, Roberto. “National by imitation”. *The postmodernism debate in Latin America*. Edited by John Beverley, Michael Aronna, and José Oviedo. Durham: Duke University Press. 1995.