



Hacerse el cuerpo

Prácticas de arreglo corporal y distinción en un salón de belleza en Popayán

Manuela Niño Reyes

Monografía presentada como requisito parcial para optar al título de Antropóloga.

Director: Axel Alejandro Rojas Martínez

Universidad del Cauca

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa de Antropología

Popayán

2018

Agradecimientos:

Agradezco a mis padres, hermanos y tíos por despertar en mi la curiosidad por el mundo, agradezco a todos los maestros que dedicaron tiempo a despejar mis inquietudes y también a los que sembraron nuevas.

Agradezco a las personas que me dieron la oportunidad de conocer a fondo sus pequeños y grandes problemas cotidianos en calidad de trabajadores y trabajadoras de un salón de belleza y otros en calidad de clientes.

Agradezco a la propietaria de Solo Uñas por darme la libertad de investigar su establecimiento y además vincularme laboralmente en diferentes momentos.

Y por último agradezco a mi esposo por apoyarme siempre a culminar mis proyectos y a ser mejor cada día.

Contenido

Introducción	1
Capítulo 1 El salón de belleza: “El lugar donde ocurre la magia”	6
1.1 Sobre el espacio social	11
1.2 ;Todo entra por los ojos!	14
1.3 Más que solo uñas	18
1.3.1 El cabello	25
1.3.1.1 Café, pero negro	32
1.3.2 Los vellos del cuerpo	35
1.3.3 Las uñas	39
Capítulo 2: El campo laboral	46
2.1 Los trabajadores de Solo Uñas	48
2.2 Los clientes y sus oficios	63
Capítulo 3: Transiciones y Generaciones: Viches, pintonas y maduras	74
Complicaciones de la vanidad, regulaciones legales e institucionalidad	86
Conclusiones	92
Anexos	96
Bibliografía	98
Web grafía	99

Introducción

“Vivir consiste en reducir continuamente el mundo al cuerpo”

David Le Bretón

Como parte de mis búsquedas y encuentros he hallado investigaciones sobre comunidades humanas alrededor del mundo que cotidianamente realizan correcciones en sus cuerpos, las cuales posibilitaron interrogarme antropológicamente por las prácticas de modificación que se realizan las personas de mi entorno y las funciones sociales que estas cumplen. El arreglo corporal¹, entendido en el desarrollo de este texto como el conjunto de actividades socialmente aprendidas que modifican la apariencia del cuerpo según las concepciones estéticas, culturales y morales de cada colectivo humano, ha sido y es una constante en los grupos sociales.

Sin embargo, las prácticas de arreglo no sólo están determinadas por la estética, la cultura y la moral, sino que se complejiza en la interacción con otros factores; tales como las ideologías y percepciones autónomas de las personas, el uso de determinados productos, la ubicación geográfica, la mediatización, la clase social a la que se pertenezca, entre tantos más. Reflexionar cómo se relacionan todas estas variantes y la manera en que se evidencian en un salón de belleza a la hora de “hacerse el cuerpo” es el horizonte de este trabajo.

La población colombiana, con toda su pluralidad sociocultural y fenotípica, desde hace varios años participa de las dinámicas de producción/consumo de la mega-industria de la moda y la

¹ Según el diccionario Planeta, *el arreglo* se define como “poner algo en la forma que es conveniente, necesario, o está mandado, o de manera que tenga un aspecto agradable” (1990. P. 108). Mientras que, en Solo Uñas, sus trabajadores entienden *el arreglo* como limpiarse, cortarse y maquillarse las uñas, peinarse el cabello, maquillarse la cara en el caso de las mujeres y también incluye depilarse, sin dejar de ser algo conveniente, mandado y algunas veces necesario. En función de lo anterior y para mejor intelección en esta monografía el arreglo personal será la unidad de análisis.

belleza. La compra y venta de productos nacionales e internacionales como ropa, accesorios, calzado, cosméticos, marroquinería entre otros; se realiza no sólo con la intención de cubrir las necesidades básicas, sino de estar “a la vanguardia y lucir moderno”, idea que podemos encontrar implícita en las premisas propagandísticas de muchas empresas, por ejemplo: “Textimoda S.A.S. Adriana Contreras”, “C.I. Red de Diseños Colombianos S.A.S. Anawá”, “Bahía Moda”, “Cerescos Ltda. Masglo”, “Latina Cosmético Iluminatty S.A.”, “Agaval”.² La participación entonces en estas prácticas de producción/consumo hace que se refuercen los estereotipos de belleza, lo que implica a su vez hacer parte de las dinámicas de inclusión o exclusión.

En este contexto, al suroccidente colombiano se encuentra Popayán, la capital del departamento del Cauca. Una de las ciudades más antiguas de América, que conserva las edificaciones coloniales, creencias y prácticas tradicionales que juegan un papel decisivo en la vida cotidiana de los aproximadamente 282.561³ payaneses que la habitan. En esta ciudad de tránsito se desarrollan rutas, relaciones e instituciones comerciales importantes para el progreso ciudadano, entre las cuales, las pequeñas y medianas empresas de la estética corporal forman parte de su actividad económica.

Si bien es cierto que gran parte de los arreglos corporales los realizamos en nuestras casas y los aprendemos como rituales de higiene y preparación de nuestros cuerpos (Miner, 1956), también existen otras formas y lugares para hacerlo en las que participan terceros, por ejemplo: en el salón de belleza, la peluquería o el Spa, donde se prestan servicios y/o se hacen asesoramientos.

² Todas son empresas colombianas. En los catálogos virtuales se leen el año de formación, el propósito con el que nace o lo que ofrecen a sus consumidores. Consultado el 28 de diciembre de 2017, recuperado de: <http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Directorio-Intermoda.pdf>
<http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Directorio%20expobelleza.pdf>

³ Resultados y proyecciones (2005-2020) del censo 2005. DANE. Consultado el 28 de diciembre de 2017.

Para algunas personas la recurrencia a tales espacios hace parte de su rutina semanal, quincenal o mensual ¿POR QUÉ? Para dar respuesta a este, junto a otros interrogantes que se enlazan como: ¿CÓMO?, ¿CUÁNDO?, ¿DÓNDE?, ¿QUIÉNES?, ¿CUÁNTO? considero pertinente recurrir a la teoría de los espacios sociales del sociólogo francés Pierre Bourdieu.

El salón de belleza es uno de los lugares donde la idea de “lo bonito” se hace posible y esto repercute en la forma en que se concibe el cuerpo, importante factor en el funcionamiento de la sociedad contemporánea. **Hacerse el cuerpo** implica partir de la idea de que las condiciones naturales dadas se encuentran en un estado inacabado o imperfecto, y que para completarlo o corregirlo se hace necesario recurrir a un conjunto de arreglos corporales que en ocasiones son elaborados por los propios sujetos y en otras circunstancias son realizados por profesionales, que bien podrían ser peluqueros, manicuristas, esteticistas, estilistas y cirujanos⁴. “Hacerse el cabello”, “hacerse las uñas”, “hacerse la cera” son expresiones usuales que segmenta el cuerpo en las partes que deben ser reelaboradas, las acciones directamente en el cuerpo delimitan la individualidad y las formas de participación en determinados *campos*.

Este trabajo investigativo se realizó en Solo Uñas (S.U.), un salón de belleza ubicado en la carrera 9 # 5 - 30 en el centro histórico de Popayán, y que es frecuentado por un gran flujo de personas quienes solicitan los diversos servicios de arreglo corporal.

⁴ Las prácticas de arreglo corporal en el campo de las cirugías estéticas no hacen parte del objeto de mi estudio por lo que sólo hago mención de este.

Desde la llegada hasta la salida de los sujetos a dicho recinto, la interacción entre clienta/e y profesional es tan diversa que en el ejercicio etnográfico que desarrollo en esta monografía, procuro dar cuenta de ello, al tiempo que pienso la clase social y las formas en que se expresa en el cuerpo. También



Ilustración 1 Primer plano de la entrada del Centro de Estética Solo Uñas. Enero 2016. Foto tomada por: Manuela Niño Reyes

analizo de qué manera éstas prácticas son tomadas como marcadores cotidianos de distinción, para lo cual según Bourdieu (1998), se hace necesario observar la producción de “unas prácticas y unas obras enclasables y la capacidad de diferenciar y de apreciar estas prácticas y estos [...] (gusto)” (págs. 169-170)

Así mismo, en la lectura de autores como Ríos (2016); Cobo (2014); Chaves (1983); Whiteford (1963) y Schwarz (1976), tomaré elementos pertinentes para elaborar la perspectiva de análisis del arreglo corporal junto con el tema de las clases sociales.

El trabajo de campo tiene diversas facetas, funciones y limitaciones, pero es por excelencia el método etnográfico de las investigaciones antropológicas y en uso de esta herramienta he logrado conocer el mundo de la estética desde otra postura, una perspectiva que me plantea interrogantes y me obliga a dilucidar el sentido del afanoso y frecuente arreglo corporal.

A lo largo del texto que he dividido en cuatro capítulos, planteo una premisa sobre la belleza como una idea socialmente construida a través de los tratamientos sobre el cuerpo, de su entorno y su presentación social. En el primer capítulo he incluido descripciones puntuales del lugar y los

sujetos de investigación, de su previa conformación y funcionamiento actual; además de algunos relatos que ayudaran al lector a introducirse en este campo de la estética, donde se evidencian conceptos fundamentales para el desarrollo de esta monografía. En el segundo capítulo centro mi atención en las tipologías de clientes/trabajo y en las relaciones que se crean con las personas que prestan los servicios en el salón de belleza. En un tercer capítulo desarrollo a la luz del arreglo corporal las diferencias generacionales. Y en el cuarto capítulo presento las diferencias en los oficios que se desempeñan en sociedad, puesto que en todos los capítulos se marcan diferencias entre las clases sociales, sabiendo que hacen parte de categorías interseccionales que permiten el análisis de este tema en particular.

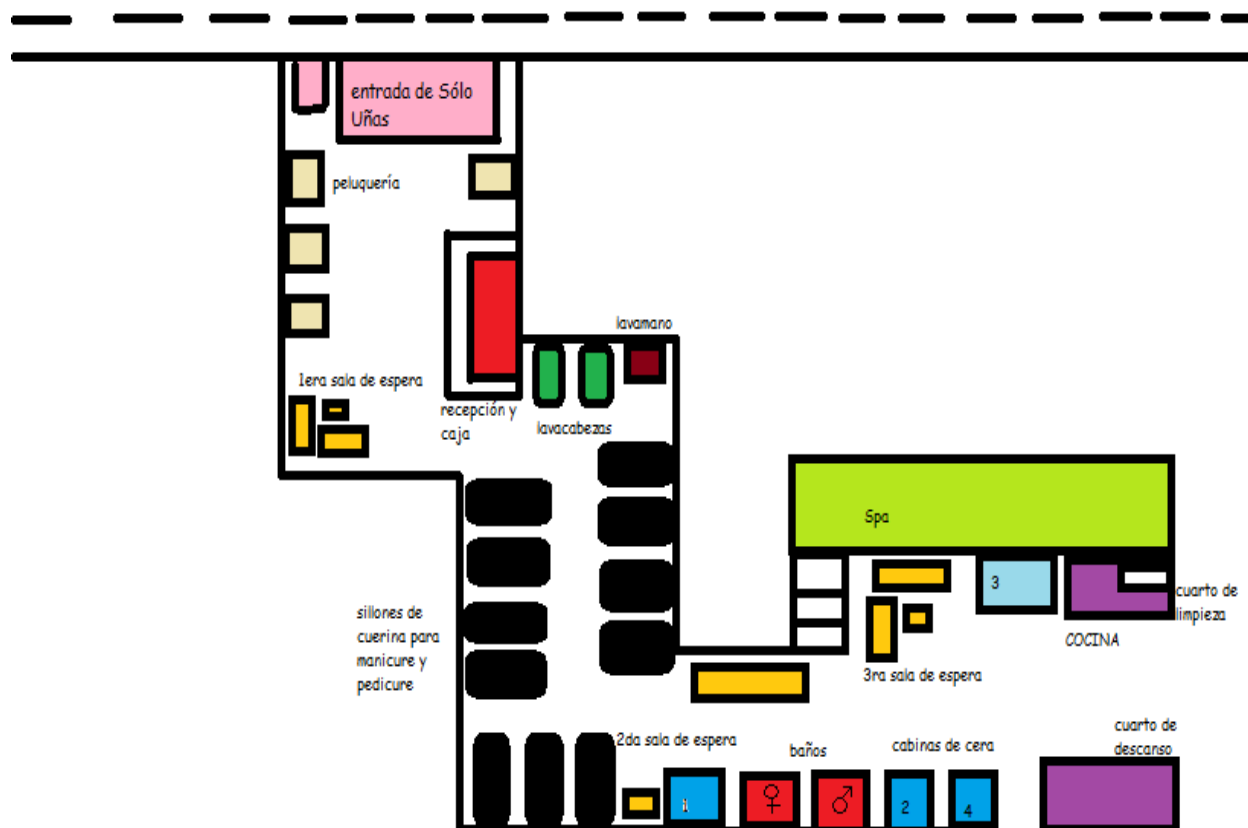


Ilustración 2 Plano aproximado de la organización actual del salón donde funciona el Centro de Estética Solo Uñas realizado por Stephanny Pai

Capítulo 1 El salón de belleza: “El lugar donde ocurre la magia”⁵

Las prácticas de arreglo corporal han sido una constante en los diversos grupos humanos que han existido y existen en la actualidad, pero para armar unos referentes históricos que antecedan a las modernas prácticas de modificación corporal sólo traigo a colación algunos ejemplos.

La arqueología en su ejercicio disciplinario que puede evidenciar lo antiguo que son los tratamientos sobre el cuerpo. Por ejemplo, para el caso del México prehispánico los hallazgos demostraron el uso de las incrustaciones de piedras preciosas en los dientes, la extracción dentaria, las modificaciones óseas, los maquillajes, los tatuajes, las escarificaciones, las expansiones, los cortes, la depilación corporal y el maquillaje. La interpretación de esos procedimientos se relacionó con fines estéticos, rituales y festivos. (Bautista, 2002).

Los antiguos egipcios pensaban que la muerte era la continuación de la vida terrenal, por lo que en los actos mortuorios, y especialmente en el caso de los faraones y sus esposas reales, enterraban todos sus objetos importantes. “Taburetes, sillas, camas, estanterías y cofres en cuyo interior se guardaban vestidos y tejidos, además de joyas, espejos y cosméticos, eran los artículos del mobiliario y enseres de la casa que con mayor frecuencia se incluían en los ajuares funerarios” (Eggebrecht, 1984, pág. 167).

La importancia que tenían las prácticas de arreglo corporal para esta antigua civilización egipcia guardaba estrecha relación con la asepsia, el cuidado y el embellecimiento del cuerpo, de ahí que:

⁵ Respuesta que dio una de las empleadas de sólo uñas al preguntarle qué pensaba de los salones de belleza.

El descubrimiento de jarrones con ungüentos aromáticos y paletas zoomorfas (elaboradas de esquisto, provenientes del Neolítico), originalmente utilizadas como moletas para pigmentos sobre la cara, además de esculturas con trazos de pintura en el rostro, como en el busto de Nefertiti, conllevaría a muchos investigadores a estimar una gran importancia otorgada a la belleza durante la civilización egipcia. (Agudelo, 2007, pág. 45)



Ilustración 3 Baúl para cosméticos de la reina Mentuhotep. Imagen tomada de la tesis “Tecnologías del maquillaje. El cuerpo como ensamblaje expresivo” (Agudelo, 2007, Pág. 47)

Los bustos y las esculturas griegas del periodo clásico (siglos V-IV), demuestran los estereotipos de belleza masculinos y femeninos que primaban en esta cultura. En un artículo escrito para la BBC, la historiadora Bettany Hughes afirmaba que, para los hombres el cuidado corporal se mantenía con la frecuencia en los gimnasios. La belleza se asociaba con la gracia divina de los dioses y con la hermosura de su mente, kaloskagathos era la expresión usada para referirse a este concepto y traduce “agradable a la vista y, por ende, ser buena persona” (Hughes, 2017). Los romanos (27 a. de c. - 476 d. de c.) a través de las conquistas que realizaron, adoptaron algunos instrumentos y prácticas de arreglo propios de los pueblos conquistados, por ejemplo, las mascarillas, los baños con esencias aromáticas, el maquillaje de los ojos con khol, el uso de extensiones rubias, los trenzados, los rizos etc. (Documental “Historia de la moda: cap1 la elegancia romana⁶”)

⁶ Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=k1VTlq7B8RQ&t=107s>. 16 de enero de 2018.

Para finales del siglo XIII, la profesión de “Los cirujanos barberos” era encarnada por individuos que:

“Cortaban la barba y el pelo también hacían sangrías, extraían muelas o blanqueaban los dientes con aguafuerte, eran llamados así porque también hacían pequeñas cirugías como trepanación práctica que consistía en cortar un trozo de cráneo para aliviar la presión entre éste y el cerebro” (Dragonerrante, 2016).

Estos espacios fueron experimentales tanto para la cirugía cosmética y médica como para los centros de estética, desarrollando técnicas que después habrían de difundirse igual que las materias primas y las fórmulas para la preparación de los productos a utilizar.

Posteriormente como medidas de asepsia y prevención de enfermedades se crearon organismos reglamentarios⁷ que regulaban y determinaban qué tipos de arreglos corporales debían cumplirse (Cobo, 2014). Las perfumerías, las sastrerías y las tiendas de tela serían espacios exclusivos de cierto sector de la población que excluían a quienes no contaban con el dinero, con el color de piel o el buen nombre para acceder a estos espacios. Para el caso de América, Whiteford dice que a pesar de las diferencias fenotípicas que existían entre los indígenas y los españoles, el uso frecuente del agua, de la seda, el algodón, las confecciones de la ropa, los aceites y ungüentos con extractos y fragancias, delimitó espacios y actividades para unos y para otros en esta época. Además de producir unas categorías diferenciadoras entre los mismos “blancos”, permitiendo clases sociales entre ellos. (Whiteford, 1963)

⁷ Ministerio de salud pública, registro de seguridad de bomberos, cámara de industria y comercio.

Con el paso del tiempo esto cambió y el uso privado de maquillajes, telas, cremas o fragancias fue accesible a mayor número de personas; del mismo modo, el conocimiento estético floreció permanentemente con el intercambio comercial y los viajes.

La modernidad trajo consigo el desarrollo industrial en Europa, lo que determinó nuevas dinámicas socioeconómicas de importación y exportación en todo el mundo, realizadas para abastecer la demanda de productos innovadores y crear oferta de estos. Para finales del siglo xix y comienzos del xx, las industrias adquieren un carácter cultural que a través de la publicidad capta grandes masas de consumidores a quienes se ofrecen las mercancías replicadas centenares de veces. Hablar de las industrias culturales equivale a mencionar un fenómeno social que es inconcebible sin el contenido (vacío de arte) de sus productos, y sin el encadenamiento de unas redes de comunicación que se encargan de masificarlos. Estos productos están planeados desde el comienzo para un tipo de consumo que no supone grandes esfuerzos racionales, y que apuntan mucho más a un conformismo de las personas frente al mundo en el que viven. Como consecuencia de este matrimonio, los autores advierten que la industria cultural es una rueda más entre las que integran un cierto orden en el mundo, que es el orden del capital. La industria cultural deviene un instrumento al servicio de unos intereses políticos de poder, dirigida a conservar el sistema y perpetuar sus valores como unos valores admitidos, válidos e incluso necesarios. Se trata de una táctica de domesticación de la masa (Arango-Lopera, 2013).

La publicidad supuso un nuevo espacio semántico que le dio gramaticalidad al consumo, con esto deseo decir que gracias a las estrategias propagandísticas se creó *la necesidad* de consumir todo tipo de producto, aunque no hubiese vital necesidad de consumo. El perifoneo, los pasacalles, carteles, canales televisivos, periódicos y revistas, también han sido utilizados como

medios de venta. Avon⁸ y Yanbal⁹ son compañías que utilizando estos mecanismos han llegado a diversos lugares para promover un estado ideal de las cosas y los seres del mundo, formas prototípicas que se elaboran a partir de secuencias de imágenes que se publicitan. En el *campo* de la estética “(...) las preocupaciones por el cuidado del cuerpo y la apariencia física aumentaron en las sociedades occidentales a causa del creciente mercado dedicado al consumo, así como de la alta tecnificación industrial y médica” (Ortiz, 2013, pág. 89)

Los establecimientos de belleza que tienen presencia en la capital caucana constituyen un amplio catálogo de sitios donde además de comprar productos, también se pueden adquirir servicios de tratamientos sobre el cuerpo. Se puede encrespar o alisar, arrancar, pegar, coser o cortar y tinturar pelos de alguna parte del cuerpo; así como cortar, limar o polichar células muertas en las manos y pies (uñas), extraer, maquillar o pegar algo en la piel, estos lugares popularmente se denominan salones de belleza, centros de estética o peluquerías. Cabe la pena mencionar que, entre dichos sitios existen ventajas y desventajas dadas por la competitividad, según los precios que ofertan, por la calidad de sus servicios, por sus usuarios, por quienes trabajan en ellos, por su trayectoria o el prestigio dado por la ubicación del mismo.

Los arreglos corporales temporales que se realizan para crear diferencias o similitudes entre algunos sujetos, se ejecutan casi siempre a voluntad del individuo, ya sea por iniciativa propia o por inducción (proceso de socialización y enculturación); cuando se paga para que otra persona decore, limpie, o modifique visualmente esa parte del cuerpo con la que no se quiere ser identificado, se hace partícipe de un sistema de división social que se inscribe en el cuerpo.

⁸ Empresa estadounidense de cosméticos, perfumes, juguetes, joyería de fantasía y productos para el hogar fue fundada en Nueva York en el año 1886.

⁹ Empresa fundada en 1967 en Lima, Perú, productora y vendedora directa de productos de belleza y cosméticos entre muchos otros.

1.1 Sobre el espacio social

Las razones por las que se elige un lugar para arreglarse el cuerpo, el tipo de modificaciones que se seleccionan para mejorar la apariencia, la cantidad de dinero que se está dispuesto a pagar por tales arreglos, no son cuestiones únicas del sólo querer, ya que existen unas situaciones materiales y objetivas que condicionan a cada sujeto, pensar esas relaciones es una tarea que se facilita con la teoría social del sociólogo francés Bourdieu.

Este autor parte de la idea de que el mundo social es un espacio multidimensional que lo pueblan sujetos o agentes que compiten constantemente entre sí para adquirir un determinado capital, la adquisición o pérdida de los diversos capitales inciden directamente en las oportunidades de los individuos de mejorar sus *estilos de vida*. Las diferentes dimensiones del espacio social son nombradas *campos*. Pero... ¿qué es el capital? En el libro “Poder, derecho y clases sociales” texto publicado en el año 2000, Bourdieu refiere que:

El capital es una fuerza inscrita en la objetividad de las cosas que determina que no todo sea igualmente posible e imposible. La estructura de distribución de los diferentes tipos y subtipos de capital, dada en un momento determinado del tiempo, corresponde a la estructura inmanente del mundo social, esto es, a la totalidad de fuerzas que le son inherentes, y mediante las cuales se determina el funcionamiento duradero de la realidad social y se deciden las oportunidades de éxito de las prácticas (págs. 132-133).

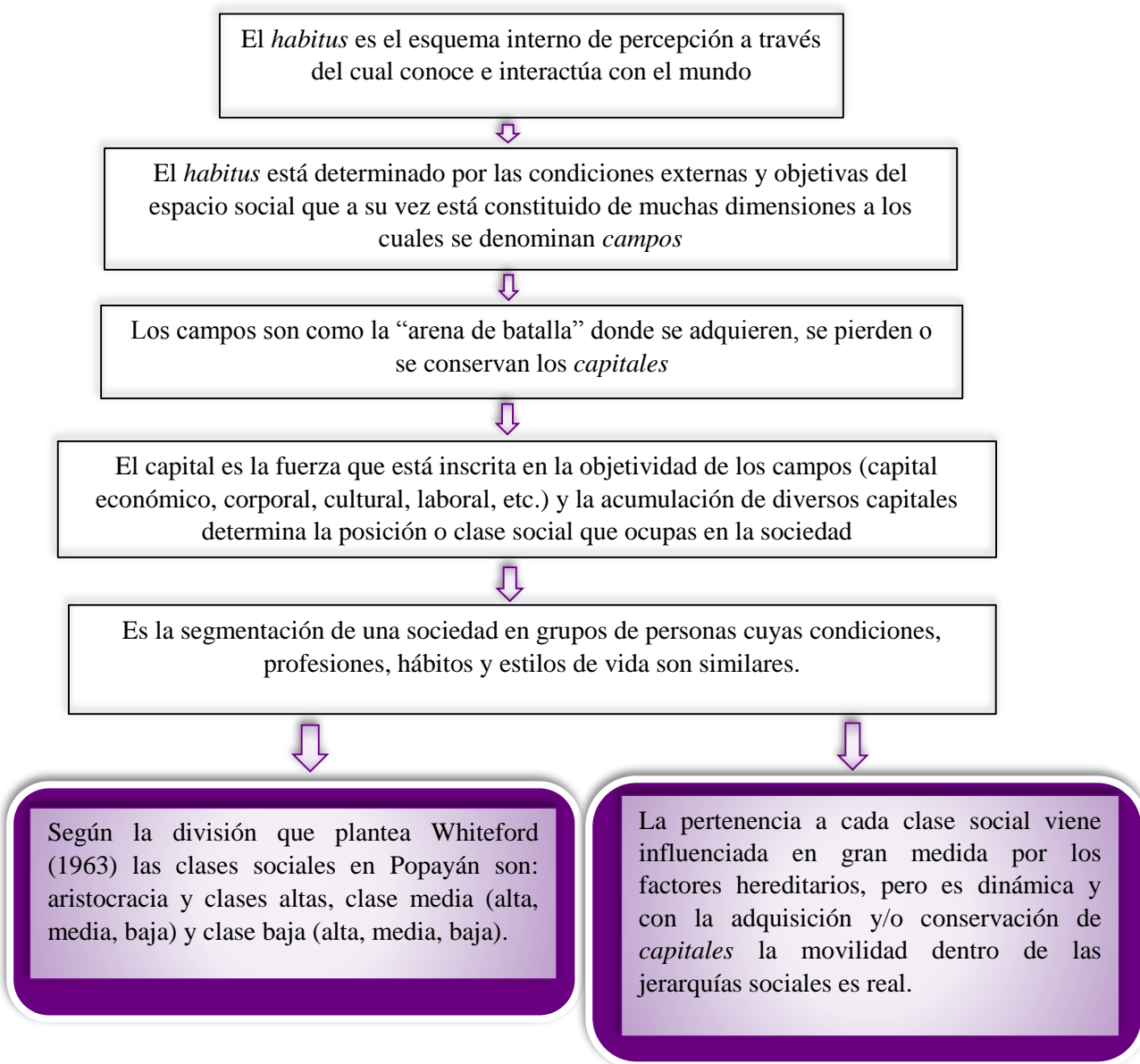
Hablar de la “objetividad de las cosas” es referir entonces al conjunto de relaciones, normas e instituciones que funcionan de manera prolongada para producir, otorgar, quitar o perpetuar el capital en cada *campo* y que son circunstancias independientes de las voluntades e intereses de los individuos. El *campo* debe entenderse como un terreno de batalla en el que los agentes emplean su capital para conservarlo o aumentarlo y ascender posiciones dentro de él.

Las diferencias de los agentes reside en la desigual distribución de los capitales “Tenemos hasta aquí que los agentes del universo social se diferencian por las posiciones relativas que tienen en el espacio social. Agreguemos ahora que la cercanía / lejanía de estas posiciones está en la base de la diferenciación de grupos de agentes o ‘clases’ ” (Bourdieu, 1990 pág. 284).

La distinción social de acuerdo con el *capital corporal* se expresa individualmente, en cada cuerpo, en cada persona de una manera diferente pero reconocible casi para todos, es como llevar la clase social y *el estilo de vida* inscritos en el cuerpo, pero no puede ser definida únicamente por el vestido, es el orden y la correspondencia que se da entre la lozanía de la piel, el color del rostro, el color del cuello, la palma de las manos, los accesorios, las delimitaciones que le damos al vello o si no le damos ninguna, el olor, el lenguaje corporal, el lenguaje oral, y sobre todo nuestros intereses evidentes y entre otras “La capacidad de producir unas prácticas y unas obras enclasables y la capacidad de diferenciar y de apreciar estas prácticas y estos productos (gusto)-donde se constituye el mundo social representado” (Bourdieu, 1998, págs. 169-170).

Para Bourdieu las clases sociales no son reales, son construcciones teórico-analíticas que el investigador crea después de observar los criterios de diferenciación existentes en la vida diaria, señalando también que las clases reales sólo existirán en caso de realizar acciones comunes que procuren sus intereses y cuando posean consciencia de clase, al estilo marxista. Sin embargo, en este aspecto difiere del autor pues al existir un reconocimiento explícito de las jerarquías sociales y caracterizar a las personas en función de los distintos segmentos sociales, *la clase* adquiere un valor de realidad que la quita del plano de las abstracciones científicas como una simple categoría de análisis, aun cuando no existan acciones colectivas que luchen por obtener los mismos intereses.

En este orden de ideas, el ejercicio realizado en el salón de belleza S. U. arroja como resultado que la elección que realiza un individuo, aunque pueda ser propio de una clase no es exclusivo de ella; por ejemplo, una mujer que se considere de clase baja puede elegir un arreglo propio de clase alta, y puede leerse como una estrategia para la movilidad social en las jerarquías de las clases o como la satisfacción de un “gusto”, este aspecto lo desarrollaré más adelante.



1.2 ¡Todo entra por los ojos!

Los movimientos que se hacen con las manos al hablar, la forma de sentarse en una silla, frotarse los dedos entre sí, recoger y soltarse el cabello, de pararse frente a una recepción o en la que se sostiene un paquete, un bolso o unas llaves, la expresión de las cejas y los labios, el brinco que se da al caminar o en donde se posa la mirada; en muchos casos nos hace asignarle cierto grupo, cualidad o defecto, como posible elemento constitutivo de personalidad que tal vez no sea del sujeto en realidad.

Pensarse en términos de clase no es producto exclusivo de lo que eliges al consumir, es también efecto de la política, de la forma en la que se organizan las ciudades, de quienes pueden o no acceder a un subsidio. En 2014, un artículo publicado en la revista BBC, abordaba someramente la relación y dinámica que guardan la estratificación y la clase social en la ciudad de Bogotá. El documento mencionaba que los colombianos se piensan en términos de clases sociales, pero basados en la división que establece la estratificación, relacionada más con la tenencia de

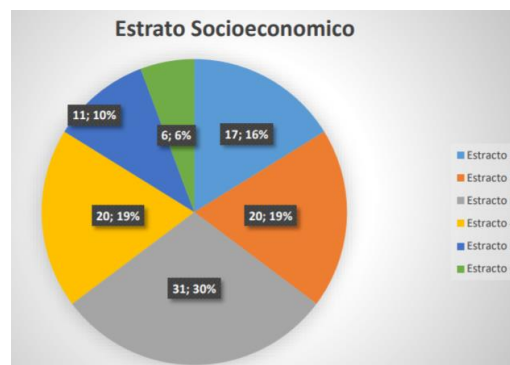


Ilustración 4 Gráfica de porcentajes por estrato socioeconómico de clientes. Tomado de: Natalia Torres (2018)

bienes y las condiciones de las residencias (Wallace). "El poder clasificatorio de la estratificación marca la identidad de los colombianos al punto de que, cuando se busca compañía, el estrato se coloca (en los anuncios personales) al lado del sexo, la contextura física o la edad" (Uribe, 2008).

El haber compartido durante mi adolescencia con diferentes personas en diversos escenarios y ser usuaria permanente de las redes sociales, me ha permitido corroborar esa información. La mayoría de las personas hacemos rápidas lecturas sobre la imagen del otro, ubicándolo,

clasificándolo y restringiéndolo a determinados espacios que marcan su relacionamiento con el mundo.

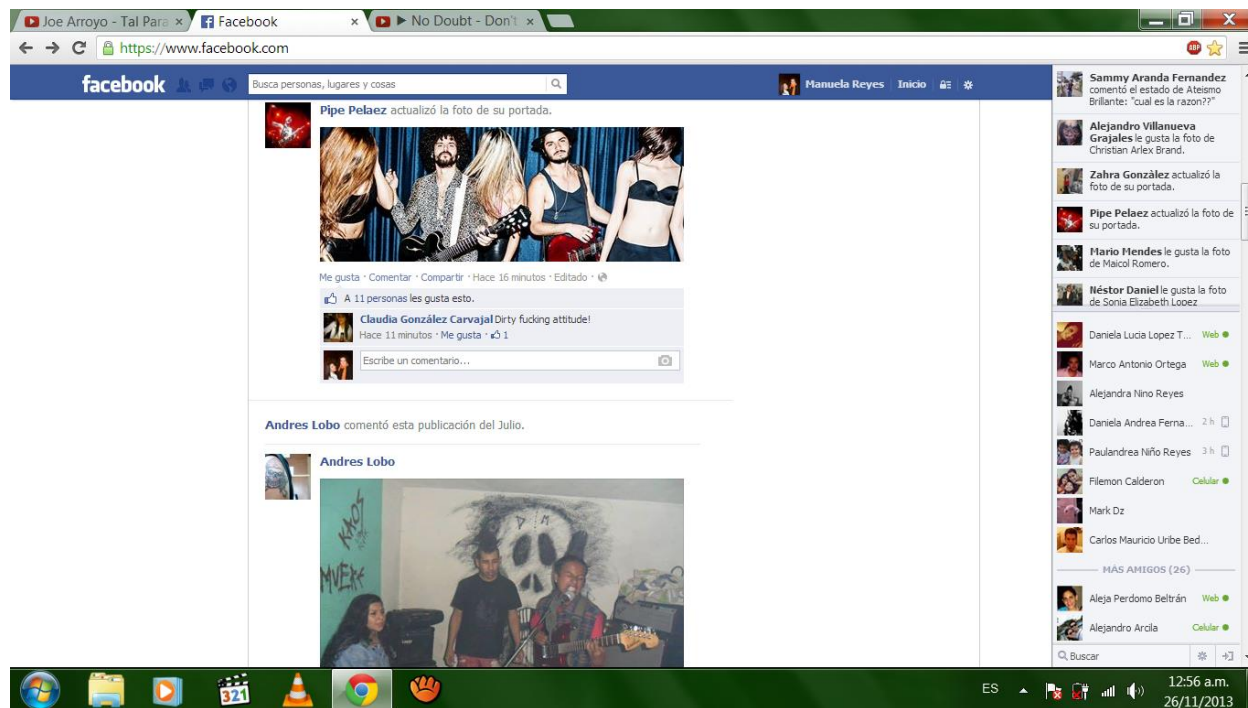


Ilustración 5 Impresión de imagen de Facebook. Tomada por Manuela Niño

Por ejemplo: en la composición de la imagen anterior (Ilustración 5) sacada de mi perfil de Facebook¹⁰, aparecen dos fotografías de dos eventos sociales diferentes. Los músicos de la primera foto a juzgar por la calidad de la imagen, las acompañantes, los atuendos e instrumentos que poseen, revelan una mayor inversión económica y cercanía a los estereotipos comunes de los rockstar, pareciese ser una puesta en escena para estudio fotográfico porque las tres mujeres no muestran su rostro y los hombres no hacen sonar sus guitarras. Por el contrario, en la segunda foto hay un hombre con el rostro colorado por su esfuerzo al cantar y tocar su instrumento a la vez, además que al observar sus acompañantes no se evidencia gran esfuerzo por seguir

¹⁰ Facebook: Es una red social creada por Mark Zuckerberg mientras estudiaba en la universidad de Harvard. Su objetivo era diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet. Tomado de <https://definicion.de/facebook/> el 26 de enero de 2018.

estereotipos de belleza y el espacio en el que se encuentran parece una habitación, ya que por la calidad de la imagen no se sabe bien que la compone, evidenciando la diferencia entre capitales económicos y corporales entre la primera y la segunda imagen.

Cuando hago el ejercicio de googlear¹¹ “arreglo corporal”, el buscador arroja imágenes de mujeres con cabello liso, piel clara, algunas con brochas de cosméticos y maquillaje, hombres con la barba perfilada y el cabello cortado, imágenes de afeitadoras, peines, y ropa formal. ¿Cuál es el papel del internet actualmente en la vida de las personas? El fenómeno de la mediatización a través del internet como dispositivo pedagógico desarrolla en otro nivel los conceptos de industria cultural y sociedad de consumo, es el agente que crea imaginarios a las actuales y venideras generaciones. Por ejemplo, en la búsqueda de tutoriales para enterarse de las nuevas tendencias en peinados y maquillaje, para su posterior adopción.

Este medio permite conocer los cortes de cabello de los cantantes, deportistas y personajes de la farándula, la ropa que utilizan, sus peinados, accesorios o movimientos corporales. La ambientación que eligen para sus videos musicales marcan brechas temporales que nos generan modas y estilos algunas veces aceptados en nuestro entorno, siendo el mismo medio que poco a poco te va explicando qué se te vería mejor, e incita a los que nos rodean a comentar de forma suelta “que tal color te va mejor porque tienes la piel blanca”, o “como eres negra eso no te va”, o “te combina más tal cosa”; en medio de esa opinión sobre la apariencia ajena, se atribuye, calidad, clase y cualidad de acuerdo a la apariencia inicial.

En este sentido quiero mencionar que los conflictos sociales a causa de los sesgos clasistas, raciales y de género, traspasan la puerta de las casas de las personas e inciden en los hábitos

¹¹ Es un anglicismo que se puede traducir por buscar en la web utilizando expresamente el motor de búsqueda Google. Tomado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Googlear>

privados y públicos, *S.U.* es un espacio donde la gente se realiza arreglos privados en público y donde además se manifiestan esas diferencias de clase, raza, género y generación, por lo cual he enfocado mi mirada allí.

La cultura como otra variante importante que debe abordarse, y aun cuando no ha sido fácil de definir¹², ha sido conceptualizada de diferentes maneras por sociólogos y antropólogos, siempre apelando a una característica humana como rasgo básico de su desarrollo en sociedad. Anoto que para fines de esta investigación entiendo que la cultura es aprehendida y trasmisible, que como una fuerza invisible casi omnipresente determina la forma de hacer las cosas y dota de sentido la existencia misma, puebla en general los espacios simbólicos de la vida, no tiene explicación genética y considero además que se manifiesta como Giddens la presenta:

“Cultura se refiere a los valores que comparten los miembros de un grupo dado, a las normas que pactan y a los bienes materiales que producen. Los valores son ideales abstractos, mientras que las normas son principios definidos o reglas que las personas deben cumplir”
(Giddens, 1991, pág. 65)

Así pues, la cultura que ocupa los espacios simbólicos de la vida, es obligatoriamente uno de los diversos condicionamientos que inciden para la selección del arreglo corporal de los diversos individuos y por ende un factor importante de análisis. Un claro ejemplo de esto para el caso colombiano, se observa en los libros de urbanidad como “El manual de Urbanidad y Buenas Maneras” de Manuel Antonio Carreño, “El Gran Libro de Protocolo” de José Antonio de Urbina y “Las Buenas Maneras” de Carmen Soto Díez. Estas producciones literarias se emplearon mayoritariamente en el sector de la educación durante el siglo XX, su función pedagógica era la

¹² “Para algunas teorías sociológicas de la desigualdad, la cultura es algo que se adquiere formando parte de las elites o adhiriendo sus pensamientos y sus gustos” (García, 2004)

de reforzar los ideales de lo aceptable y lo rechazable desde el ámbito público hasta el privado¹³, en función de esto se toman como acto de respeto la buena presentación ya sea en una cita, entrevista de trabajo o la asistencia a alguna institución. El hecho de salir a la calle o levantarse de la cama tal cual, pudiese suscitar reacciones como: “eso no tiene nombre”, “que falta de cuidado, de presentación, de estilo”, “eso no hace parte de nuestra cultura”; en el ámbito público lo que culturalmente está aceptado y a su vez consignado en códigos de urbanidad, es una previa preparación de la imagen de los dientes, del rostro y el cabello, del cuerpo como conjunto.

En el desarrollo de esta investigación considero relevante mencionar que, desde la antropología hacia los años 70's no se le había dado la centralidad a investigar el arreglo corporal y la indumentaria, como sí se le había dado a otros aspectos, aun cuando es una constante en todos los grupos humanos estudiados hasta el momento. Ronald Schwarz (1976) analizó el caso de los guambianos, comunidad indígena que ha resistido desde su indumentaria al proceso de colonización que se vivió fuertemente en el suroccidente colombiano. Según este estudio, el vestido refleja formas de ver el mundo y su posición en él.

1.3 Más que solo uñas

La mayoría de las personas a la hora de escoger dónde realizar sus arreglos personales, observan las diferencias entre locales y los servicios que ofrecen a la hora de ingresar a ellos, su ubicación y estructura, el tipo y número de servicios, los productos que emplean y el personal a cargo como indicadores del costo/beneficio. Los precios varían a gran escala dependiendo del sector de la ciudad, ya que crean barreras y definen posibilidades de acceso. Es claro que quien pide una

¹³ El proyecto político que se había iniciado desde el siglo XIX “abandonar la barbarie para llegar a ser una nación moderna y civilizada” (Afanador, 2015)

intervención corporal estética, la interpreta y la asume de cierta manera -que no siempre es la misma- porque entiende que eso expresa y significa más que el arreglo en sí mismo, social y culturalmente lo ha aprendido así. Además la elección del arreglo también depende del oficio que desarrolla el sujeto, la clase social a la que siente y desea pertenecer, la edad que tienen y al poder adquisitivo que posee. “La diferencia se establece, entonces, más que en los bienes que cada clase apropia, en el modo de usarlos” (Bourdieu P. , 1990, pág. 16)

El registro oficial de *S.U.* en la Cámara de Comercio del Cauca fue en el año 1993, pero inició mucho antes con la señora Alba Lucía Martínez, quien a la edad de treinta años era madre soltera de un niño de tres años y trabajaba como la manicurista y pedicurista de una pequeña peluquería ubicada en el centro histórico de la ciudad, aunque en su tiempo libre también arreglaba uñas a domicilio. La señora que la contrataba para su salón se caracterizaba por ser muy estricta con los horarios de trabajo y exigente con la atención de los clientes. Al cabo de un tiempo, la señora Alba Lucía decidió renunciar a su trabajo, alquiló un pequeño local y organizó el espacio para vivir con su hijo y para estilizar exclusivamente las uñas, de ahí el nombre *Solo Uñas*. Un lugar exclusivamente reservado para dicho servicio se consideró innovador en ese momento (1991-1992) y captó a muchas clientas. La exitosa iniciativa hizo que la señora Alba Lucía arrendara una casa más grande junto a su hermana y dos amigas para atender más personas. Tiempo después su hermana María del Carmen Martínez, adecuó en el centro de esa casa una cabina para practicar la depilación con cera caliente a mujeres que querían ensayar esta técnica. Posteriormente con el aprendizaje de la peluquería se ofreció este servicio, y poco a poco, se fueron vinculando otras mujeres para prestar los servicios que demandaban las clientas, *S.U.* fue haciéndose más que sólo uñas.

El salón que inicio hace 27 años con unas cuantas sillas, actualmente cuenta en el primer piso con un cuarto de limpieza y una cocina, una habitación de descanso, dos baños, cuatro cabinas destinadas a la depilación con cera¹⁴, dos amplias salas en las que se distribuyen catorce poltronas reclinables individuales en cuerina negra con soporte para manos y pies, bancos para las manicuristas y cajoneros de acero inoxidable, tres mesas de manicura en vidrio y acero inoxidable que sirven para guardar utensilios y productos pertenecientes a las manicuristas, hay cuadros decorativos, espejos de diferentes tamaños por todas las salas, tres salas de espera y una sección de peluquería en la entrada del salón junto a la recepción¹⁵.



Ilustración 6 Centro del salón de estética Solo Uñas en julio 2015. Tomada por: Manuela Niño



Ilustración 7 Centro del salón de estética Solo Uñas en septiembre de 2016. Tomada por: Manuela Niño

¹⁴ En estas cabinas también se realizan otros procedimientos como poner pestañas postizas o la pigmentación temporal de cejas.

¹⁵ Este puesto de la recepción hace las veces de caja registradora, puesto de administración financiera y administración de productos utilizados en el servicio de uñas y archivo.

Las ilustraciones 6 y 7 dan cuenta de un cambio en la utilería de S.U. al cabo de un año, para septiembre de 2016 las instalaciones permitirían a personas robustas, adultos mayores y niños acceder cómodamente al servicio de pedicura que antes se veía limitado por la altura de las sillas. Asimismo la decoración del espacio cambió, de las clásicas imágenes de niñas, mujeres y hombres con diferentes peinados a cuadros de Leonid Afrémov¹⁶, los cuales se han puesto de moda en algunos espacios comerciales del país.



Ilustración 8 Cabina # 2 de cera y escaleras al segundo piso. Enero de 2018. Foto tomada por Manuela Niño

Durante largo tiempo en el segundo piso no hubo ningún tipo de construcción, pero aproximadamente hace unos diez años comenzó a funcionar un spa¹⁷ con diferentes administradores que actualmente cuenta con una cabina para la depilación con cera, una ducha, un baño, cuatro camillas, una sala de espera y un consultorio donde atiende un médico naturista. Debo aclarar que mi trabajo de campo excluye esta zona del análisis porque su funcionamiento

¹⁶ Leonid Afrémov es un pintor bielorruso con nacionalidad israelí.

¹⁷ Allí se realizan limpiezas faciales, masajes reductores, postquirúrgicos, relajantes, tonificantes y de drenaje linfático en el cuerpo; tratamientos de chocolaterapia, cavitación, radiofrecuencia, vacunsonido, presoterapia, electroporación, gimnasia pasiva e hidroterapia y decoloración de los vellos de todo el cuerpo.

es independiente, aunque la cabina de depilación es parte de la administración de *S.U.* porque es atendida por una de sus arrendatarias

Fue tal la popularidad de los servicios que poco a poco se integraron más personas para trabajar allí, ahora permanentemente trabajan unas veinte personas, cinco realizando depilación, cuatro en peluquería y aproximadamente doce mujeres prestando servicio de uñas¹⁸, una señora que se encarga del aseo de las áreas comunes y una persona encargada de la recepción y de la caja registradora, además hay una mujer que asiste a diario para vender cosméticos, quien ocasionalmente ayuda con las labores de recepción de los clientes. En este lugar trabajan distintos tipos de especialistas en arreglo corporal, llamados esteticistas, estilistas o peluqueros y manicuristas. Entre las prácticas de arreglo, modificación o decoración del cuerpo que realizan están: la depilación con cera caliente; el corte, la limpieza y decoración de uñas de manos y pies; el maquillaje facial; el cepillado, planchado, peinado, ondulado, corte y la tintura del cabello, los cuales le aportan una imagen de sanidad, limpieza y brillo.

S.U. está abierto al público de lunes a viernes desde las 8 de la mañana hasta las 7 de la noche, mientras los sábados al ser los días más movidos se cierra un poco más tarde, puesto que llegan muchas personas al salón que están dispuestas a esperar “el tiempo que sea necesario” para ser atendidas a cuerpo de rey, para quedar libres de eso que las afea, los pelos en la cara, en las axilas, en las piernas, en la vagina o para tratarse los de la cabeza, que rara vez crecen parejos, uniformes, simétricos, lisos y sedosos, como dicta el estereotipo de la belleza o el ideal de lo “bonito” en este lugar. Allí van diferentes mujeres y hombres todos los días que pueden dedicar entre cuatro y cincuenta minutos únicamente en depilación, en manicura y pedicura desde veinte minutos hasta hora y media, en peluquería desde los diez minutos hasta seis horas dependiendo

¹⁸ El número varía de acuerdo con la temporada y la disponibilidad de las trabajadoras.

del tratamiento que se hagan, la cantidad y el tipo de cabello que tengan. Dada la importancia que tiene el cuidado del cuerpo (inversión y conservación del capital corporal), la disponibilidad horaria del salón de lunes a sábado brinda el espacio para que gente diferente vaya y se realice el arreglo personal que rutinariamente “necesita”.

El salón de belleza y el spa son, sin duda alguna, lugares semejantes al quirófano; el ambiente, el mobiliario, los instrumentos y el nivel de invasión de los cuerpos es muy diferente, pero el sentido de los dos es el mismo: la transformación de su imagen, imagen que refleja características que naturalmente se tienen pero que pareciera obligación acentuarlas, acentuar el largo de las uñas (pintando una franja usualmente blanca sobre la parte de la uña crecida, denominada: francés), acentuar las cejas (depilación con cera y maquillaje), acentuar el color del cabello (colorimetría), importante en el crecimiento del cabello que no se note la raíz (retoque de raíz). Reflejar en la limpieza, tersura, suavidad, claridad, el color de la piel y cabello, los hábitos de la buena alimentación y el buen dormir, el cuidado del sol y la forma de trabajo.

Las relaciones que se desarrollan entre un cliente y un trabajador del salón, aparte de ser comerciales también son de confianza y confidencia, en algunos casos el salón de belleza es el lugar al que vas a contar tus problemas, felicidades, dificultades y hasta la vida íntima, se intercambian números telefónicos y se mantiene en contacto por redes sociales.

En el salón hay cuatro personas que trabajan desde hace más de veinte años y tiene variedad de clientas que conocen y reciben los servicios desde esa época, de tal manera que se han frecuentado durante años en los que ha sido posible conocer por donde viven, qué les gusta, si han tenido hijos, si se han casado o separado, visitas en las que un pequeño comentario sobre política, clima, figura corporal, ha creado un imaginario mutuo. La interrelación permite que la entrega de un souvenir sea pertinente tanto como dar un mensaje de felicitaciones, hacer una

queja o pagar menos por más y viceversa, y a pesar de esto no es posible decir que hay una relación de amistad por el rol y la función que tiene cada uno en el sistema social allí presente.

Muchas veces las relaciones son efímeras, pero en las interacciones hay cabida para hacer comentarios en los que se puede escuchar expresiones como: “te faltan las pestañas”, “te faltan las uñas”, “te falta el pelo”, “te falta maquillarte”, “maquíllate menos”, “¿Qué te vas a hacer?” o “¿Qué te vas a depilar?”, son preguntas o afirmaciones que en otros espacios serían demasiado indiscretos. La forma en la que se expresan las clientes: “vine a hacerme el pelo”, “vine a hacerme la cera”, “vine a hacerme las uñas” o “vine a ponerme linda”, excluye la persona que lo realiza y hace parecer que las mismas clientas fueran a tomar los esmaltes, la cera, la plancha o el secador para aplicar ellas mismas todos los procedimientos.

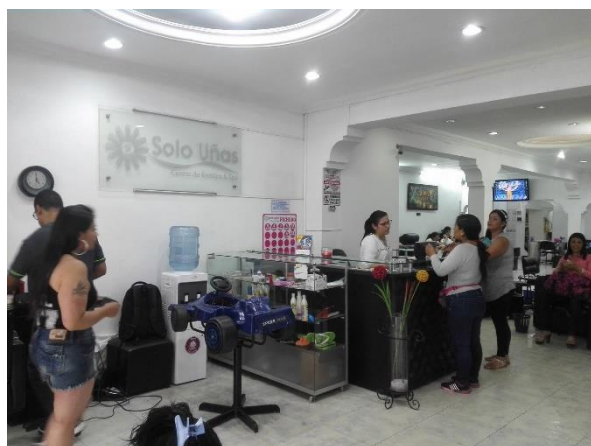


Ilustración 9 recepción. Enero 2018 Foto tomada por: Manuela Niño



Ilustración 10 Sala de uñas, centro del salón. Enero 2018 Foto tomada por: Manuela Niño

En el salón de belleza se ven mujeres similares a las que describe Gilma Ríos, mujeres que: “buscan desesperadamente adecuar sus cuerpos tanto para su propio disfrute sensual como para la mirada de los otros sin los cuales estas transformaciones perderían gran parte de su sentido” (Ríos 2016: 22) *Cuerpos corregidos* es un texto que trata sobre la respuesta social a la publicidad sobre la imagen del cuerpo, cambio en las tallas e ideales de belleza de nuestra sociedad que

tiene por lugar de estudio cierta población de la ciudad Santiago de Cali, capital que influye en las técnicas, los productos y las tendencias que se manejan en la ciudad de Popayán, ya que aproximadamente cada tres meses la propietaria y la administradora de *S.U.* viajan hasta la colmena a actualizarse y aperarse de insumos para el funcionamiento trimestral.

Con el tiempo se ha visto que las personas requieren servicios en tres secciones, que he denominado: el cabello, los vellos del cuerpo y las uñas.

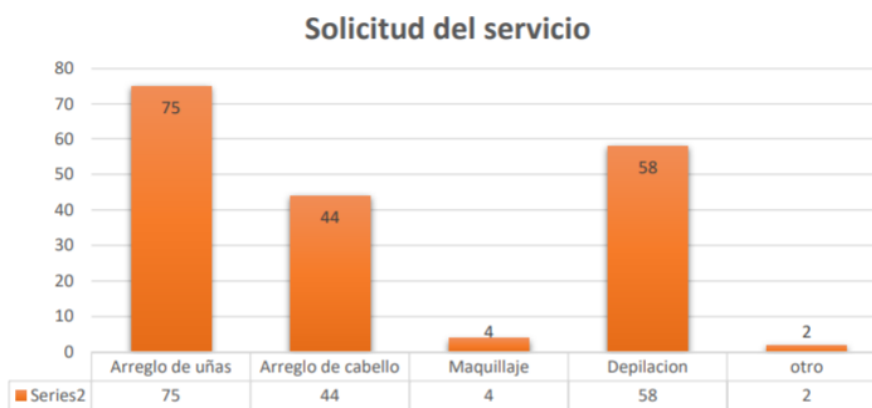


Ilustración 11 Solicitud de servicio. Tomado de: Natalia Torres (2018)

1.3.1 El cabello

Desde la perspectiva biológica el pelo que crece en la cabeza desempeña la función vital de proteger el cuero cabelludo del frío y el sol, contribuyendo a la conservación de la temperatura óptima. Sin embargo, desde un punto de vista más antropológico y sociológico el pelo actúa como símbolo evidente de múltiples significaciones sociales atribuidas por procesos culturales que varían dependiendo del grupo humano, la ubicación geográfica y el periodo histórico del que se trate. En la actualidad, la existencia de una profesión especializada en el cabello que atiende

exclusivamente los cuidados y arreglos de esta parte del cuerpo, señala la importancia que tiene la apariencia del pelo en los procesos de distinción.

En el salón de belleza *S.U.* la zona de la peluquería está ubicada en la entrada, frente a la recepción donde atienden Carlos, Alexander y Ruby; en ese espacio hay cuatro grandes espejos, cuatro sillas giratorias negras, cuatro cajoneros negros donde se guardan la variedad de cepillos (grandes, gruesos, delgados, voluminosos, ralos, plásticos o de metal), peinetas, atomizadores de agua, tintes, peróxidos de distintos volúmenes, alisadores, lacas, siliconas, tijeras, capas, secadoras, planchas y máquinas para recortar u ondular.

La sección de la peluquería en el salón de belleza *S.U.* posee un catálogo de servicios específicos en lo referente al cabello que se encuentran en el siguiente cuadro:

Cabello	Corte	Puntas			
		Conservar el corte			
		Cambio de estilo			
	Tratamiento	Alisado	Keratina		
			Iones		
		Repolarización			
	Color	Un solo tono			
		Mechas			
		Rayitos			
		Iluminaciones			
		Mechas californianas			
		Puntas de otro color			
	Peinado	Trenzas	Todo el cabello		
			En un lado de la cabeza		
			En forma de balaca		
		Liso	Cepillado (secador)		Ondas en las puntas
			Planchado (plancha)		Totalmente liso
			Cepillado y planchado		

Corte: Este procedimiento suele ser es el que menos tiempo toma, sin embargo habrá que tener en cuenta si la solicitud del cliente es quitar las puntas, que usualmente con la exposición al sol y otros factores degenerativos, es la parte que más se daña; o si por el contrario, va adoptar un nuevo corte o a replicar el mismo y qué tanto es lo que desea cortar (en capas, desbastado, en v, recto, con mota, con capul, corto, el hongo, etc.).

Tratamientos de alisado permanente con keratina: Este es un “tratamiento reparador de la estructura del cabello, que elimina el encrespamiento y le da brillo, ya que con el paso del tiempo, se pierde la queratina natural mostrando un aspecto apagado y desnutrido del cabello”.¹⁹ Su procedimiento implica lavar el cabello con un shampoo especial sin sal que lo deje totalmente limpio, posteriormente se aplica la keratina de manera generosa, se cepilla y se deja actuar por unas dos o tres horas, luego se lava de nuevo con otro shampoo específico, se cepilla y se plancha y en esta segunda fase se obtiene como resultado el liso del cabello. Este es uno de los servicios más costosos que dispone el salón, ya que su precio oscila entre los cien mil y seiscientos mil pesos.

Tratamiento de alisado permanente con iones: Este procedimiento es otra modalidad de alisado que sigue el mismo principio que la keratina, pero usando otro producto cuya composición principal es el ácido ditioglicólico, ceramidas y cationes. Su precio oscila en el mismo rango que el del tratamiento con keratina.

Repolarización: Tratamiento que se encarga de restaurar el cabello dañado con un coctel de productos principalmente hidratantes.

¹⁹ Consultado el 26 de enero de 2018, recuperado de: <http://femquality.com/tratamiento-de-keratina/>

Tinte de un solo color: Es la aplicación uniforme de una mezcla de tinte y peróxido en todo el cabello.

Rayitos: Es la selección de muchos mechones de pelo sacados por lo huequitos de un gorro plástico, que se decoloran para después aplicar un tinte de color diferente al que tiene el resto del pelo y crear el contraste.

Mechones: Es la selección de pocos mechones grandes de pelo a los que se decolora y después se aplica tinte de diferente tono al resto del cabello.

Mechas californianas: es una de las tendencias estilísticas más recientes. Consiste en decolorar de puntas a medio en degradé el cabello, para luego aplicar la mezcla del tinte cuyo color usualmente es fantasía (azul celeste, morado claro, turquesa, rosado).

Rubios: Para lograr el enrubiamiento siempre será necesario tener muy en cuenta el color natural e inicial del cabello, ya que de este dependerá el resultado final²⁰.

En cuanto a los peinados hay mucha variedad según las posibilidades del tipo y largo del cabello, por lo general hay trenzados, hay recogidos o semi-recogidos, con cabello liso u ondulado y adornos de flores, cintas y ganchos.

En el campo laboral de la peluquería se requiere de la habilidad, destreza, experiencia, cuidado y tiempo del profesional para realizar procedimientos estéticos que dejen conformes y satisfechos a los clientes. También es responsabilidad del peluquero o estilista tener



Ilustración 12 Cabello cepillado y ondulado en las puntas. Octubre 2015. Foto tomada por Manuela Niño

²⁰En la tesis Janampa, A. S. 2013. Rubias ‘al pomo’: la belleza y el arreglo personal femenino en sectores altos de la molina se desarrolla más a fondo.

conocimiento sobre la calidad de los productos que se emplean, los límites y posibilidades de arreglo que tienen los diferentes tipos de cabello, orientando y sugiriendo cuál es look que les queda mejor.

La mujer de la Ilustración 13 llegó a *S.U.* con su cabellera larga y cobriza, bastante maltratada por el abuso del decolorante del tinte. El peluquero que la atendió recibió su solicitud de “hacerse un color más natural”, y este le aplicó un tono castaño medio. La mujer mencionó que la razón por la que hacía tal cambio era porque viajaba a otro país y deseaba un look mucho más sobrio. Después de aplicar el tinte, el estilista procedió a cepillar su cabello y plancharlo para darle un aspecto de sanidad, sedosidad y brillo. La cliente quedó muy satisfecha con el trabajo, después se dirigió a la caja y canceló el arreglo por la suma de setenta mil pesos, el tiempo que tomó su arreglo fue de dos horas más o menos.



Ilustración 13 "Un tono más natural". Foto tomada por: Manuela Niño Reyes

En otra ocasión llegó una joven mujer de tez blanca con el cabello negro y largo pidiendo que se le realizarán unos rayos de color cenizo, sacó su celular y le enseñó al estilista una imagen modelo que había descargado de internet.



Ilustración 14 Expectativa vs Realidad. Lado izquierdo "Imagen de internet" Lado derecho "Resultado de la cliente"

El estilista la ubicó en la silla y la

preparó para el procedimiento, lo usual es realizar una única decoloración ya que este es de los procesos más dañino al que se somete el cabello, pero para que el estilista consiguiera el tono decidió practicarle dos decoloraciones y aun así los rayos no quedaron grisáceos, ¡estuvo casi cinco horas en el salón y su cabello quedó amarillo!

El tinte del cabello tiene varias funciones sociales en las personas que se lo realizan, por un lado, tapar el crecimiento de las canas es “necesario” ya que el estereotipo de belleza promueve la jovialidad, así que la inversión en este tipo de arreglo permite mantenerse dentro de lo que se estima “bello”. Otra razón social de la coloración del cabello es el cambio de look que hace las veces de transición social (cuando se desempeña un nuevo oficio, se cumplen quince años, se finaliza una etapa de la vida, etc.). Y una tercera finalidad social del tinte es el antojo de “algo novedoso” o de algo que se ha deseado porque se ha visto anteriormente en el cuerpo de celebridades o de personas a las que admiramos.

En ocasiones, los profesionales no logran entender bien la petición de sus clientas y terminan haciendo lo que a ellos les parece mejor, de ahí que se presenten inconvenientes al final de los procedimientos. Durante estos inconvenientes se desarrolla un ambiente tenso en el que salen a

flote los términos en los que se piensa a la gente que presta los servicios, en algunos casos se busca a otro profesional que pueda menguar la inconformidad realizándole un procedimiento adicional según las posibilidades. Cuando se llega al salón por lo general los estilistas hombres atienden más mujeres y se les oye decir: “¿Qué te vas a hacer linda?”, “¿Sólo punticas?”, “¿Hace cuánto no venías?”, “¿Lo tienes maltratadito!”, “¿Te ves regia querida!”, “¿Mechas? mejor te van los rayitos”.

*Valeria, niña negra de 8 años mientras ve
peinar a su amiga: ¿A ti te duele Ana?*

Ana, niña rubia de 6 años: Nooo

Valeria: ¿A mi si me duele!²¹

En la Ilustración 15 vemos a una joven que ha ido hasta la peluquería de S.U. por un corte de “solo punticas”, manifestando que desea conservar el largo. Ella tiene una relación de cercanía con el peluquero ya que su madre trabaja hace varios años en el



Ilustración 15 ¿Siéntate gordis, vas a quedar regia! Foto tomada por Manuela Niño Reyes. 2017.

salón, de modo que el pago no se efectuará en dinero, será un favor que posiblemente será retribuido con buena reputación para el estilista. Así mismo sucede entre las señoritas y señoras que “hacen” las uñas, las que “hacen” la cera o a veces con las señoras que hacen el aseo, en

²¹ Este corto relato lo registré mientras una mujer peina a su hija de 6 años (Ana) y allí se encuentra con Valeria, en medio de la inocencia se comprende la diferencia de tipo de cabello, de texturas, de dificultades a las que se enfrenta una mujer cuando “debe” peinarse el cabello.

algunos casos si se paga, pero no se le paga al salón, se paga algo simbólico, no el precio que se tiene para el público.

Los precios en la peluquería son muy variados, a pesar del tiempo que he dedicado a la observación, no puedo hacer el ejercicio de dar un valor como lo dan ellos. Los criterios que hacen variar el coste son: el largo, el volumen, el tipo de cabello en el caso de los cepillados o peinados y el color o los colores que tiene el cabello, en caso de realizar tinte de color. Se requiere de experiencia suficiente para dar un precio, que en pocos casos, es negociable.

1.3.1.1 Café, pero negro

Al salón llegó en una tarde de jueves una mujer de piel canela, ojos almendrados color café, labios prominentes, cabello castaño hasta los hombros y con crespos estirados que evidenciaban su habitual alisamiento. Se acercó a la recepción y solicitó “hacerse” un alisado, yo que en calidad de recepcionista la atendí, la invité a tomar asiento y esperar su turno.

Una vez sentada tomó una vieja edición de la revista Semana, procurando pasar cada hoja delicadamente, me acerqué a ofrecerle una aromática de frutas que ella acepta, cuando la recibe aprovecha para preguntarme por la calidad del servicio que se brinda en el salón, yo le digo que el lugar tenía 25 años en funcionamiento y que cumple con las condiciones de bioseguridad; acto seguido ella añadió: “pues ojalá sepan arreglarme el pelo, los cabellos como el mío requieren de expertos”, hizo una pausa para tomar un sorbo de la aromática aún humeante



Ilustración 16 Cabello similar al de la mujer del relato. Foto de Stephanny Pai

y prosiguió, “yo no soy de por acá, como un primo se gradúa de abogado, entonces vinimos a la

reunión que su familia le organizó; a mí siempre me arreglan el cabello en Pasto y me lo dejan bien indio, sino que no alcancé a ir por andar corriendo con mi tía, usted sabe esas cosas de última hora” le sonreí y le dije que solía pasar.

Cuando le tocó el turno, se tornó más conversadora con el peluquero, en su afán de amigarse con el desconocido para garantizar un excelente trabajo. Se mostraba bastante ansiosa cuando el estilista le empezó a lavar el cabello. Preguntaba por cada producto que se le aplicaba y también daba referencia de un costoso tratamiento de la vitrina con el que demostraba estar familiarizada. Mientras le cepillaban el cabello, ella inspeccionaba con la mirada y sin disimulo el resultado del proceso, hasta que expresó: “yo sé que el cabello me va a quedar liso asiático desde el cepillado”, y cuando tuvo la parte inferior de su cabellera estirada por el secador, se repasó con la mano una y otra vez constatando que la tarea estuviera bien hecha, una sonrisa de complacencia se dibujó en su rostro. Después vino el planchado y efectivamente su cabello quedó bastante liso, se dirigió hacia la recepción y le pregunté cómo se sentía, me dijo que siempre que volviera a Popayán ya sabía dónde ir para “hacerse” el pelo. Me comentó también que antes de llegar a *S.U.* venía buscando con su celular nombres de peluquerías y que se había arrimado a dos, pero los peluqueros a pesar de estar desocupados le decían que estaban esperando una clienta y ella sabía que ellos no deseaban alisar cabellos crespos porque es más difícil, canceló treinta mil pesos y salió.

La frecuencia de personas negras en *S.U.* no es muy usual, pero en otra ocasión ingresó una mujer negra, alta, con su cabello afro muy alisado, lucía sedoso, brillante y tenía unas extensiones de cabello liso natural hasta la mitad de la espalda casi imperceptibles; preguntó por un producto capilar especial para el planchado, pero no lo encontró y salió del salón. Cuando se fue, una de las manicuristas que estaba conmigo dijo: “que negra tan elegante”.

En su libro *Americanah* Chimamanda Ngozi Adichie (2013), referencia frecuentemente las prácticas de arreglo para el cabello afro de las mujeres negras en dos contextos: Nigeria y Estados Unidos; evidenciando en el transcurso de la lectura las presiones sociales que padecen las mujeres negras, especialmente en EEUU, por alisarse el cabello y dejando al descubierto los conflictos raciales que encubre tal práctica. El mundo novelado por esta autora resulta ser un registro etnográfico entretenido que también puede leerse como una denuncia social. Aunque las movilizaciones sociales de diversos sectores proclaman y reconocen la heterogeneidad étnica y cultural, la preocupación por cumplir con los ideales de belleza impuestos perdura, y en el sistema actual la negritud no es el modelo de belleza predilecto para la mayoría, por lo cual el negocio de la industria estética es cada vez más floreciente gracias a la promoción de estereotipos. Por lo cual actualmente, el cabello alisado es signo de distinción/clase y el cabello afro al natural es sinónimo de pobreza y pocos recursos.

En una conversación que tuve con Nilson Hernández, trabajador social que labora en *S.U.*, le pregunté: “¿Hay diferencias en los servicios que piden las clientas en cuanto a cabello?” y él me respondió “En cuanto al cabello, yo creo que es el de más uso de los servicios, de los procedimientos, de los alisados, la queratina por ejemplo es uno de los más frecuentes en este momento, el que más está siendo pedidos por los clientes, eeh, es un procedimiento medianamente costoso, pero pues que uno ve que se lo están haciendo personas que están en una condición económica social media, media alta, hay más demanda de esa parte”

Esto pude constatarlo mientras trabajé como cajera y manicurista, porque este procedimiento se lo piden hasta tres veces por semana, distintos clientes (hay hombres jóvenes que también lo solicitan) y el costo varía dependiendo del largo y la abundancia del cabello. Esto es una prueba

más de lo que se considera “bello y deseable” en este espacio, un cabello completamente liso, suave y sedoso.

El sociólogo Bourdieu dice: “los individuos reunidos en una clase que está construida bajo una relación particular, pero particularmente determinante, llevan siempre consigo, además de las propiedades pertinentes que constituyen el origen de su enclasamiento, unas propiedades secundaria que se introducen así de contrabando (...)” (1998, pág. 100). Se refieren al *habitus*, que son esquemas de percepción que hace que la gente sienta y actúe tal como lo hace, de esta manera se reproducen las condiciones de existencia. Si una mujer de clase media acude cada tres meses a “hacerse” la keratina, sucede que a través del *habitus*, genera unas disposiciones que van a implicar unas inversiones de/en capitales (corporal y económico) y esto conllevará a la conservación o ascensión de su posición en diversos *campos*, las posiciones que ocupe en los múltiples *campos* le darán una ubicación en el espacio social que a su vez le otorgarán distinción.

1.3.2 Los vellos del cuerpo

En las cabinas de depilación suceden muchas cosas, he visto como le depilan las axilas a un chico que trabaja allí mismo, las cejas a otra señora de depilación y el bigote a una de las manicuristas. Y aunque uno se imagina que van a gritar, que eso duele muchísimo, esto no sucede, simplemente se han acostumbrado a ese tirón de pelos. En una ocasión mientras trabajaba allí como cajera y recepcionista, me dejé crecer el vello de las axilas como un centímetro, y a pesar de utilizar una blusa de tiras y levantar los brazos intencionalmente, ninguna de las trabajadoras me decía que me depilara o me preguntaba por qué no lo hacía, que por supuesto, era lo que yo esperaba. Hasta que una de las manicuristas que es sordo-muda me vio, e inmediatamente por señas me indicó que me depilara con cera, que le dijera a las chicas en las cabinas y metiendo el dedo dentro de su boca me indicó que era algo vomitivo.



Ilustración 17 Parte trasera del salón S.U. cabinas de depilación y segundo piso. Foto tomada por Manuela Niño Reyes

Existen códigos para los hablantes que son más dicientes que las mismas señas, las miradas de complicidad. La cera mueve casi el 40% de los ingresos totales del salón, en un día pueden ingresar cien personas a depilarse diferentes partes del cuerpo: lo más común son las cejas, segundo están las cejas y el bigote a la vez, seguido de las axilas, las cejas y el bigote, después esta la media pierna sola, luego están la media pierna y el bikini, y por último lo menos frecuente es la pierna completa, el abdomen, los brazos y la cara.

La mayoría de las mujeres que piden algún tipo de diseño en el bikini son las mujeres maduras y las prostitutas, hay muchas mujeres que asisten al salón únicamente a hacerse la cera, pero se hacen las uñas o el cabello en peluquerías del mismo sector, del mismo modo hay mujeres que solo asisten a peluquería y otras únicamente a uñas.

El servicio de la cera es de los más frecuentados en el diario de S.U. y su práctica continua avivando el imaginario de la mujer depilada completamente. Aunque a todas nos crecen, el descuido de los pelos en las cejas, las axilas, las piernas y la vagina, el vello del boso o el bigote

en una mujer es algo difícilmente aceptado porque es visto como poco femenino, para algunas personas es evidencia de desaseo, falta de cuidado o una manifestación contra el ideal, un atentado contra la norma. Hoy día algunos hombres frecuentan la depilación de las cejas, las mejillas, la espalda o el abdomen, pese a que persisten muchos prejuicios contra esta práctica en el género masculino, pues se tilda como una práctica homosexual.

Otro fenómeno que sucede con mayor frecuencia en la peluquería o en las uñas es el “casarse” con alguna depiladora. En una ocasión llegó una clienta buscando a la mujer de la cabina 3 y ella no estaba, al momento regreso la depiladora y le dije que se había ido una clienta, su respuesta fue: “si se va con pelos, vuelve” y efectivamente a las dos horas regresó. En otras ocasiones he observado que llegan algunas mujeres y hombres a depilarse por primera vez y de ahí en adelante siempre regresan a buscar a la misma persona que los depiló, la respuesta que he encontrado cuando pregunto por qué no ensayan con otra persona si todas tienen experiencia es: “ella sabe cómo me gusta”, “ella ya me conoce”, “ya la conozco a ella” es muy bajo el porcentaje de mujeres y hombre que deciden ensayar con una nueva persona.

Con respecto a la depilación de los hombres encuentro mucho estigma por parte de ellos mismos afirmando que es una práctica homosexual, o que tener vellos los hace ver más varoniles, pero también he visto varios tipos de hombre que llegan a *S.U.* solicitando este servicio para el pecho, las axilas, la barba, las cejas, el cuello, y el bikini²². A la mayoría de las depiladoras no les gusta atender hombres, pues afirman sentirse incómodas. Alguna vez una de ellas me contó que atendía bikini de hombre solo si venían con acompañante, para que le ayudara y así asegurarse de no ser acosada o algo parecido, esto más que ser un dato de pasillo lo considero información básica como acercamiento para conocer los riesgos que puede tener el servicio que estas mujeres

²² Aunque los hombres no usan bikini he utilizado este nombre para hacer referencia a los genitales y la zona púbica.

prestan al encerrarse en una cabina con una persona desconocida, además de ese sentido moral y de higiene que aún se conserva. La depilación con cera caliente siempre requiere el uso de pinza depiladora después, esto es bastante incómodo y en algunos casos doloroso porque con la cera no siempre se puede retirar todo el vello, algunas mujeres prefieren esta técnica porque el vello demora más en crecer ya que sale de raíz, a su vez blanquea un poco la piel y le da mayor suavidad a la zona depilada.

Depilación con cera	Frente	5.000
	Cejas	6.000
	Patillas	5.000
	Nariz	Se incluye con el bigote
	Bigote	5.000
	Orejas	No es frecuente, se incluye en barba
	Barba	15.000
	Glúteos	10.000
	Pecho completo	16.000
	Senos	Desconocido
	Axilas	7.000
	Abdomen	Depende de la cantidad
	Espalda	18.000
	Brazos	12.000
	Bikini (lados)	15.000
	Bikini (todo)	20.000
	Pierna completa	25.000
Media pierna	13.000	

*Los valores en el cuadro equivalen al precio por cada servicio, en algunos casos varía dependiendo de la cantidad de vello.

Muchas personas temen la depilación con cera porque causa intenso dolor y otras lo prefieren por el resultado, es una elección que requiere dinero y un poco de conocimiento. Hay algunos

cuidados antes y después de la depilación como la exposición al sol, la frecuencia de la exfoliación y en algunos casos la tendencia a la foliculitis²³.

1.3.3 Las uñas

Existen variedad de concepciones sobre el largo de las uñas, para algunas personas las uñas largas son llamadas “de secretaria” (término despectivo), para otras son hermosas y otras consideran que son antihigiénicas, en cualquier caso, su arreglo puede llegar a costar casi ochenta mil pesos. En 2017 el servicio de manicura y pedicura para mujeres se mantuvo en doce mil pesos, mientras para los hombres el costo bien sea en manos o pies es de once mil pesos, ya que según los criterios de la administración²⁴ en ellos es más sencillo porque son

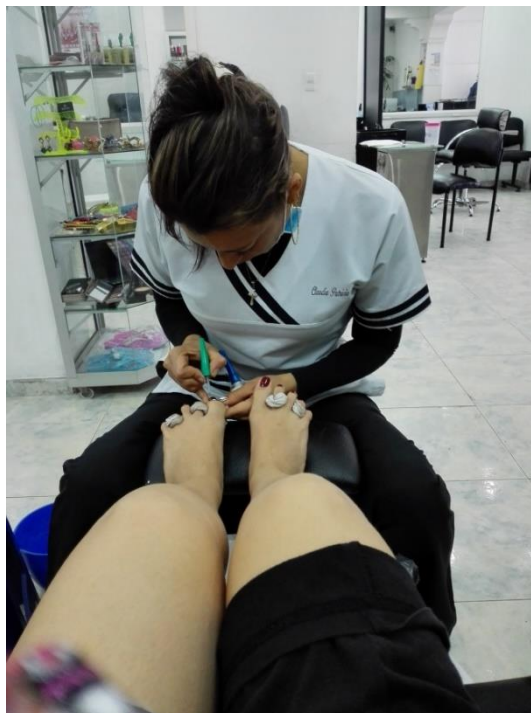


Ilustración 18 Mis pies en manos de Claudia Patricia Foto tomada por: Manuela Niño Reyes. Abril 2016

menos exigentes en la limpieza, demandan menos tiempo y elaboración en el maquillaje de las uñas, ya que a la mayoría de ellos solo se les aplica brillo transparente. Por esto los clientes hombres son apetecidos entre las manicuristas.

Ellos también se pueden realizar un polichado que consiste en pulir las uñas con unas limas especiales, este último implica un poco más de esfuerzo para las manicuristas y casi no es ofertado por ellas, aunque se realiza cuando es solicitado. Esta es una técnica que entre los

²³ Inflamación de los folículos, especialmente de los de la piel que dan lugar a la formación del pelo. Tomado de: <https://www.google.com.co/search?q=foliculitis+definicion&oq=foliculitis+defin&aqs=chrome..69i57j0l5.8127j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8> febrero 2018.

²⁴ Notas de diario de campo. Relato.

hombres es muy bien vista porque realza el brillo natural de las uñas sin necesidad de recurrir a esmaltes o a “cosas femeninas”. Los hombres que se esmeran por hacerse arreglos de uñas, y en general cuidados frecuentes de arreglos corporales, suelen tomarse por metrosexuales.

Uñas	Limpieza	Limpieza completa		
		Solo limpieza completa		
		Desenterrar o desencarnar		
	Maquillaje	Esmalte mate transparente		
		Brillo transparente		
		Básico(Un solo color)		
		Nacarados		
		Decorado clásico		
		Media luna		
		Los de ahora (Moda)		
		Muñecos		
		Francés	Doble francés	
			Sencillo (Grueso de la uña)	
			Sonrisa	
			Super francés	
		Semipermanente	Transparente	
			Básico	
			Francés	
	Polichado			
	Extensiones	Postizas		
		Acrilicas		
		Gel		

Trabajar como manicurista da una visión diferente de este oficio, por el nivel de acceso que significa arreglar las uñas, la especialista se hace una idea de lo dejado o cuidadoso que puede ser una persona. Se adquiere una habilidad manual para los decorados, los cortes y los limados, se adquiere experiencia con los tipos de piel, con el dolor que una persona puede soportar, se empieza a conocer y a relacionar algunos rasgos corporales con los gustos de las personas, con el tiempo se convierten en rutina ciertos diseños que al inicio requerían mayor cuidado, se desarrolla un saber importante con respecto a la gama de colores de esmaltes, a la mezcla y la correspondencia entre ellos, las calidades según las marcas y la durabilidad de los mismos.

Algunas personas dicen que “ser manicurista es todo un arte”, dado que se requiere de experiencia y practica para un buen decorado, para desencarnar una uña o varias a la vez.

La mayoría de estas mujeres (manicuristas) han encontrado en este oficio²⁵ su principal fuente de sostenimiento, por esto la mayoría de las que trabajan en este salón pueden pasar hasta 14 horas consecutivas en este espacio, haciendo del olor a acetona parte de su cotidianidad. Son jornadas en las que pueden no ganar nada o ganarse más de \$100.000, en algunos casos la necesidad y la ambición les hace pacientes ante el cliente cansón o la compañera indeseable, ante la dificultad familiar o la incomodidad de la posición, etc.

En muchos casos la opinión de las manicuristas influye en el tipo de decorado que las clientas se realizan, porque en algunos casos según el tono de piel o el conocimiento previo del rol que desempeñan laboralmente les aconsejan colores, tipos de materiales, el largo adecuado o remedios y productos caseros para endurecer las uñas o nutrir la cutícula. Respecto a los diseños hay una gran variedad, pero también hay tendencias que son tradicionales; el francés es el más valorado, después están los tonos rojos lisos, los rojos lisos con una uña decorada o los tonos rosados-blancos suaves, un solo tono liso en los que entran todos los colores pero con restricciones en ciertos colores de piel. Después hay otras categorías en las que entran los decorados más recargados, con tonos fluorescentes o diferentes gráficas que pueden ser animales de caricatura o reales, figuras geométricas, flores, líneas, puntos, corazones, colores en degrade, esmaltes escarchados, pastelillos, atrapa sueños, gemas, ojos, mándalas, etc.

Es casi imposible delimitar los diseños con respecto a las clases sociales, pero se sabe que para la mayoría de personas que quieren demostrar su asistencia al salón los colores básicos no son su

²⁵ El trabajo es una forma de relación con la naturaleza y el capital no es otra cosa que trabajo acumulado. En consecuencia, es un tipo de relación social de producción que tiene por resultado la acumulación de energía humana y de la plusvalía obtenida a partir de la extracción de trabajo (Uro, 2006).

primera opción, ya que se los podrían aplicar ellas mismas. Nilson Hernández dice: “a mi juicio, que las personas de clase media y media alta, los decorados que se hacen, hablamos del servicio de manicura y pedicura, pues tienden a ser más bien sobrios. Nuestros clientes que vienen acá, algunos que su condición económica y social que quizá no sea tan alto, también buscan que sea recargadito su decoración [sic], que tenga más colores, más figuras, ¿no? Entonces si hay diferencias en cuanto a los gustos en las clases.”

Existe algo muy especial con la mercadotecnia que ha empleado **Masglo** en su línea de esmaltes, ya que ha nombrado cada uno de manera diferente, algunos hacen alusión a características o personalidades como amorosa, coqueta, apasionada, romántica, agresiva, buscona, fufurufa, novia, zángana, virginal, rumbera, curiosa, amable, ajena, caprichosa, machista, sencilla, alocada, solidaria, torera, convencida, provocativa, decidida, sangre toro, regia, distraída, artista, osada, juguetona, arrebatada, etc. Son muchísimos los esmaltes que ha producido esta empresa colombiana en más de 25 años en el mercado. Por lo general no hay una correspondencia entre los nombres fuertes y colores fuertes o los suaves, lo que si es cierto de los esmaltes es que genera en las usuarias una emoción, un leve intensión de ser algunas veces ese nombre. En una ocasión escuche a una mujer decir: “póngame “virginal” aunque sea solo el esmalte” y otra le respondió: ni por los oídos porque por ahí le entro el cuento. Así mismo ha habido variedad de comentarios y alrededor de los nombres, en diferentes medios de comunicación han presentado denuncias algunas mujeres que se sienten ofendidas: “Muchos han calificado a Masglo de ser sexista y hasta misógino por los nombres que ponen a cada color, pero otros han apoyado y expresado que solo se trata de diversión y que el esmalte no tiene nada que ver con la persona que los use (Jiménez, 2015).



Ilustración 19 Francés con silueta de pájaros y corazones

Yo solicité este decorado porque lo vi en internet, la mujer que me lo realizó no estuvo de acuerdo con hacérmelo, dijo que por qué me quería hacer eso tan raro.



Ilustración 20 Francés sonrisa con pinceladas

Este decorado solo se hizo en una mano porque hacía parte de la práctica del curso "pinceladas", una nueva técnica que requería diferentes tipos de pinceles y otros materiales, además de los esmaltes.



Ilustración 21 Uñas cortas "diseño recargado"

Que la ilustración tenga ese título tiene un por qué, las uñas tan cortas no son tan bien vistas en una mujer. En lo que he observado en este lugar, el diseño es recargado según la apreciación de la manicurista que la realizó, tiene "gemas", tiene "animal print", tiene puntitos, letras y se han utilizado 6 colores diferentes.



Ilustración 22 Francés con fucsia

Este tipo de decorado es bastante común, un francés fucsia con pequeños diseños encima de cada franja. Moños, corazones y puntos son detalles que todos los días se hacen en Solo Uñas.



Ilustración 23 Uñas de calavera

Existen decorados alusivos a ciertas festividades de los meses del año, por ejemplo, en octubre se disfrazan por la celebración de Halloween, que es el caso de esta fotografía. Igual sucede en diciembre por fiestas de navidad.



Ilustración 24 Manos mayores

A pesar de recibir el mismo tratamiento en las uñas de las manos, en ellas se refleja un paso del tiempo, un hacer bastante pesado. Utilizó colores de tendencia, más sus manos ya no reflejan tendencia.



Ilustración 25 Uñas acrílicas decorado: francés

Las uñas en acrílico realmente se hacen, se coloca una cinta alrededor de la uña existente y el papel que queda fuera se rellena con una masa a base de polvo y gel que al secarse se endurece igual que una uña natural, luego que esta seca se retira el papel y se le da forma con limas, el proceso puede demorar de 2 a tres horas. Finalmente, se maquillan o pintan con esmalte y puede durar hasta 2 meses según el cuidado.

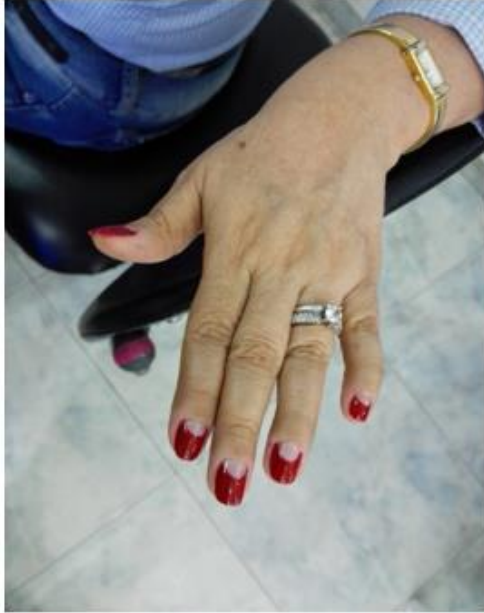


Ilustración 26 Media luna roja "tradicional"

Cliente habitual, no deseable dada su poca empatía y exigencia.

El decorado que tiene requiere experiencia, no es común entre las mujeres jóvenes y representa elegancia y distinción. Fue muy popular hace unos 20 años, pero hoy día es poco común.

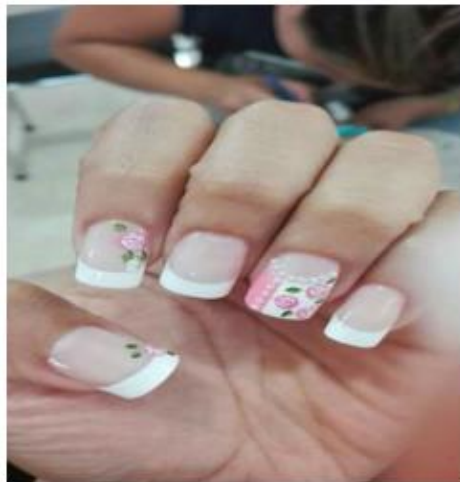


Ilustración 27 Francés con rosas

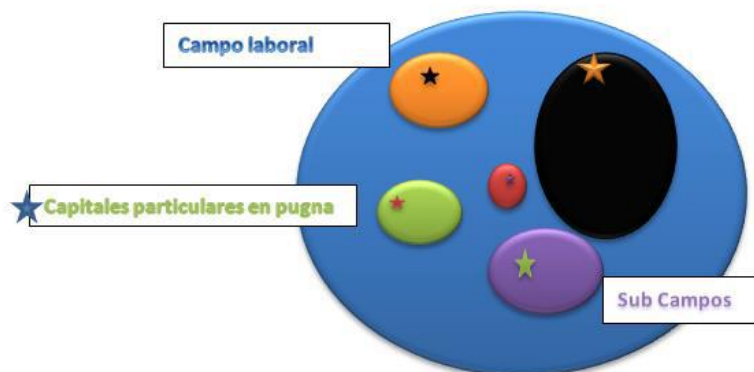
Este tipo de rosas se popularizaron mucho hace unos años porque dicen que se ven delicadas, además son muy fáciles de hacer.

Capítulo 2: El campo laboral

“el principio de la acción histórica, - la del artista, la del científico o la del gobernante, como también la del obrero o la del pequeño funcionario -, no radica en un sujeto que enfrentaría a la sociedad como a un objeto constituido en la exterioridad. Dicho principio no radica ni en la conciencia ni en las cosas, sino en la relación entre dos estados de lo social, es decir, la historia objetivada en las cosas bajo forma de instituciones, y la historia encarnada en los cuerpos bajo la forma del sistema de disposiciones duraderas que llamo habitus”²⁶

La relación entre el *habitus*, el capital y el campo en la teoría social de Bourdieu son elementos indivisibles y necesarios para entender y explicar cómo se comportan las personas en sociedad desde la perspectiva de clases, o para saber cuáles son las principales tensiones y diferencias con las que conviven, de ahí que la etnografía sobre lo cotidiano ofrezca información suficiente para hacer trabajos pertinentes y reflexivos.

El **campo laboral** es un espacio social donde se jerarquiza la posición de los individuos en función de la acumulación de capital: económico (dinero), laboral (experiencia y experticia) y social (relaciones y contactos), sin embargo, dentro del campo laboral existen diversos subcampos.



²⁶ Tomada de <http://pierrebourdieuidayobra.blogspot.com.co/p/marco-teorico-el-principio-de-la-accion.html>. Consultado en 6 de abril de 2018.

Los subcampos son regiones sociales más pequeñas y específicas que cuentan con la participación de varios individuos, por ejemplo, está el subcampo de los universitarios en el campo cultural o el subcampo de los trabajadores de almacenes o restaurantes que pertenecen al campo laboral; las diferenciaciones que se establecen son gracias a los diversos capitales en pugna, las condiciones de objetividad tan variopintas y los distintos *habitus* de los sujetos en cuestión. A partir de estos elementos se conocen aspectos concretos que hablan sobre las personas, la sociedad y la cultura. El subcampo de los salones de belleza hace parte del campo laboral, y gracias al trabajo de investigación que realicé en *S.U.*, pude observar y analizar las formas de comportamiento de los trabajadores en dicho subcampo.

La manera como funciona laboralmente *S.U.* difiere un poco de los otros salones. Las personas que trabajan allí no tienen la figura de empleados directos y/o contratados bajo un sueldo fijo, sino que funcionan bajo un contrato de arrendamiento; es decir que de lo que ganan por sus servicios, pagan un porcentaje por el espacio donde desempeñan sus labores. Esto puede oscilar entre el 40 y el 60%, algunas veces justificado por la antigüedad, otras veces por quien pone los productos para prestar los servicios y otras por el tipo de servicio, generando una diferencia entre las ganancias y las posibilidades de acumulación. Como ejemplo podemos comparar a una mujer que trabaja en depilación y pone todos los productos para atender un promedio de 25 clientes diarios, con otra mujer que hace manicura y pedicura poniendo el 50 % de los productos y atiende un promedio de 8 clientes diarios, ganando al final del día más dinero quien depila que la manicurista.

Otro ejemplo que evidencia la jerarquización y la competencia en el campo laboral según sus ganancias, se presenta entre dos mujeres que trabajan en *S.U.* bajo un contrato laboral indefinido pero con sueldo fijo como la señorita de los oficios varios y la recepcionista. Mientras que la

primera va desde las 6 hasta las 10 de la mañana, limpia todo el salón y está en el nivel más bajo de la pirámide; la segunda permanece la jornada completa (desde las 8 de la mañana hasta las 8 o 9 de la noche), atiende a todo el personal y se encarga de recibir los clientes y el dinero, a pesar de ganar más del doble llega a la mitad de la pirámide que desarrollaré más adelante.

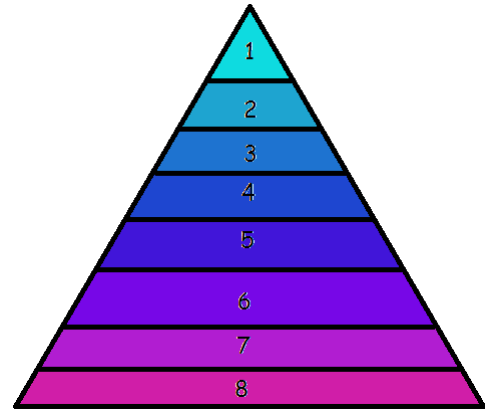
La espacialidad juega un papel importante, porque según los servicios que realizan, tienen diferentes lugares para guardar sus objetos personales y el material de trabajo. Las 5 mujeres que depilan con cera tienen una cabina independiente dotada con una camilla, 1 o 2 ollas eléctricas para derretir la cera, mesas para guardar todo lo que utilizan y sillas, en 2 de las 5 cabinas hay armarios y 3 de las 5 cabinas cuentan con ventilador. Por otra parte las manicuristas tienen pequeños casilleros ubicados en la cocina y la habitación trasera para guardar sus objetos personales, además disponen un gran armario con entrepaños al fondo de la sala de uñas para guardar sus maletas con utensilios y esmaltes.

Solo 3 de las manicuristas disponen mesas con cajones para trabajar, anteriormente cada manicurista tenía su mesa y cajón, pero al comprar los grandes sillones se priorizó la comodidad de los clientes, retirando la superficie que las hacía mesas y dejando únicamente los cajones al lado de todos los sillones, las 3 manicuristas con su equipo completo permanecen la jornada completa; en los casilleros también guardan los maletines 2 de los peluqueros o estilistas, pero a diferencia de los demás trabajadores, ellos tienen mesas auxiliares con cajones en su sección.

2.1 Los trabajadores de Solo Uñas

He desarrollado esta pirámide basada en el capital económico y potencialidad de acumulación del mismo, condiciones espaciales y capital social, según mi observación.

Ubicando en la cúspide (1) a la persona que tiene la última palabra en cuanto a organización y funcionamiento del salón, la propietaria; en el (2) segundo escalón ubico a el administrador, quien se encarga de relacionarse con los trabajadores, el contador y a su vez tiene una fuerte influencia sobre las decisiones finales, es cierto que la



propietaria y el administrador no tienen un espacio para laborar, y toda la administración del dinero y papelería no tiene una oficina, ellos no tienen un horario ni un sueldo fijo lo que les permite la acumulación de capital económico, social, y cultural. En el (3 y 4) tercero y cuarto escalón tengo una dificultad, dado que los peluqueros tienen mayor prestigio o capital social y las depiladoras tienen, en la mayoría de los casos, mayores ingresos y más ventajas espaciales. En el (5) quinto he puesto a una mujer que se desempeña como peinadora, manicurista y depiladora, con altos ingresos, antigüedad y una reputación que la destaca entre las demás, es una trabajadora en potencia y referente de consulta para servicios especiales (uñas acrílicas, uñas en gel, decorados especiales, esmaltes nuevos, semipermanente, pigmentación de cejas y pestañas pelo a pelo). En el escalón 6 he ubicado a la recepcionista por sus ventajas espaciales, la autoridad respecto a decisiones inmediatas y referente en la atención al cliente, ventajas que le brinda la posición de organizadora de las trabajadoras día a día y su incapacidad de aumento en capital económico. Aunque en algunos casos las manicuristas tengan mayores ingresos que la recepcionista, las ubico en el escalón 7 porque es una labor que socialmente se entiende como un oficio más no como una profesión (a diferencia de la peluquería), asimismo el porcentaje de ganancias en relación con el tiempo de trabajo las pone en desventaja comparativa con los

demás, agregando que también están expuestas a enfermedades²⁷. Y en el último escalón ubique a la persona de oficios varios, porque a pesar de lo indispensable que resulta su función, socialmente es poco apreciada y desempeña oficios que ninguno de los anteriores en la escala desearía realizar.

Esta clasificación la establezco por los anteriores argumentos, pero no es consecuente con la manera en la que se perciben los trabajadores; bueno, ya sea por las diferencias en los ingresos, en las personalidades, en la formación educativa que han tenido, por la antigüedad y experiencia o los beneficios espaciales que tengan en su campo laboral, algunos “se consideran de mejor familia que otros” se discriminan entre sí y hacen subgrupos y alianzas que se evidencian en la atención a los clientes*.

Dentro del salón ha habido diferentes formas de organización para las manicuristas, por ejemplo hace algunos años se incorporó “el fichero”, este mecanismo consiste en asignarle un número a cada trabajadora (que siempre es el mismo) y cuando alguien llega para “hacerse” las manos, los pies o ambos, la persona de la recepción observa quien “esta de turno” y le avisa que hay un servicio pendiente dirigiendo el cliente hasta una silla o mesa, y una vez la trabajadora se ocupa, se retira su número del tablero señalando que está ocupada. Cuando termina el servicio nuevamente “se sube al fichero” y su número es puesto al final de la hilera de números, indicando que debe esperar a que todas trabajen para poder tener un nuevo turno, pero si hay personas esperando por el servicio el sistema no funciona, simplemente la primera manicurista que se desocupe atiende al siguiente cliente. Este sistema agiliza el trabajo de la recepcionista, pero también crea conflictos entre las trabajadoras, por ejemplo:

²⁷ Ver complicaciones de la vanidad, pagina 86.

*1. Cuando el solicitante llega buscando directamente a una manicurista en particular y viene con compañía, por lo general esta decide quien atiende al acompañante “quitándole el turno” a la que sigue según el fichero, de tal manera que las mujeres que tienen más clientes fidelizados son “inconscientemente” más apetecidas como “amigas” entre las manicuristas.

2. Cuando salen del salón por más de dos horas son “bajadas del fichero”, es decir que quitan su número y lo vuelven a poner cuando regresa, porque consideran poco justo conservar el turno de una persona que no está en comparación con una que lleva dentro del salón tanto tiempo.

3. Otra ocasión de conflicto se presenta con la manicurista que también hace cera, porque todas apelan a que es también un turno y deben “bajarla del fichero”, aunque ella casi nunca depende del fichero para trabajar porque tiene muchos clientes y nunca los discrimina, a diferencia de otras manicuristas que en variadas ocasiones he visto perder su turno diciendo directamente que no quieren atenderlo o afirman tener cita con otro cliente sin ser cierto, situación que se presenta con las prostitutas, con personas que ya son conocidas por el alto grado de descuido y en dos ocasiones presencie esto con mujeres “negras”.

Lo anterior es para el caso de las manicuristas, pero con las depiladoras es diferente porque no hay “fichero”, lo que existe es una disponibilidad permanente, los clientes por lo general llegan por recomendación de otros “buscando a alguien en especial” y las otras personas que llegan por primera vez se acercan a la recepción y la persona que esté allí²⁸ los dirige hasta la primer cabina que esté desocupada. También es recurrente por parte de una de las depiladoras sentarse cerca de la entrada, abordar a la persona que entra al salón, preguntarle qué es lo que busca y si la persona dice “depilación”, por lo general se levanta de la silla, la toma del brazo o le pone una mano en la

²⁸ No siempre en la recepción esta la recepcionista, a veces está Liliana Muñoz, la propietaria, el contador o algún trabajador.

espalda y la dirige hacia la cabina de ella, actitud que puede molestar a sus compañeros, pero que se ve reflejada en sus pagos quincenales sacando el mayor pago de esta sección.

Por otro lado, los clientes habituales llegan buscando a su “peluquero” o “peluquera” de siempre, pero los nuevos no son remitidos a unos de estos dos porque los han rechazado aduciendo que sólo desean atender a los que ya conoce, situación que pone en apuros a la recepcionista porque en algunas ocasiones se niegan a atenderlos cuando ya se han dirigido hacia ella, mientras que a un tercer trabajador que sea más nuevo en la sección, a menudo se le encargan los clientes nuevos para cepillados, cortes, alisados permanentes y peinados. Esta sección se paga a un porcentaje en específico para que ellos compren sus propios productos (shampoo, bálsamo, toallas desechables o lavables, cuchillas de afeitar), aunque existe el caso de un trabajador que durante un tiempo decidió ahorrar más de lo debido y perjudicó la calidad, la propietaria le disminuyó su porcentaje y ahora se le entregan los productos comprados directamente por *S.U.*

En este ámbito de la distinción por medio de la estética, de los salones de belleza, del comercio, hay rivalidades, egos, personalidades y envidias, hay una lucha permanente por ser reconocido para ganar más dinero, para mejorar la calidad de vida, cuestión que se entiende en este medio como poder satisfacer necesidades vitales, deseos de compra, acumulación, lujo y reconocimiento social de superioridad.

Aquí trabajan aproximadamente 20 personas, ellos se reúnen en diferentes espacios del salón, hablan de las dietas, la figura, varias de ellas trabajan toda la jornada con fajas postquirúrgicas y dicen que cuando no las usan se sienten “como desnudas”. Algunas de ellas se maquillan permanentemente la cara y las uñas, se peinan y se hacen tintes en el cabello, algunas se depilan ellas mismas (explican a las demás cómo hacerlo aunque muy pocas se atreven), hablan sobre la

familia, los esposos, la religión y la política, hablan casi a diario sobre el clima, discuten mucho sobre la edificación, quejándose sobre el espacio, la luminosidad, los utensilios o el servicio que presta alguno de sus compañeros. Durante las reuniones se siente un ambiente tenso con la propietaria, y aunque he notado en sus miradas mucho conversado previamente, no lo comentan en público porque a pesar de que la forma de contratación no permite un despido o un memorando, efectivamente hay un reconocimiento de poder, persiste el temor a hablar. Pero en otros casos hay actitudes desafiantes, en varias ocasiones he escuchado a dos de las trabajadoras decir que allí nunca han sacado a nadie porque se teme a procesos judiciales.

Los días allí pueden ser rápidos cuando hay “movimiento”²⁹, pero también excesivamente largos cuando hace frío o llueve porque casi nadie asiste al salón. Es casi habitual el horario de alguna novela y el horario del refrigerio a las 4 de la tarde cuando pasa doña Gloria³⁰, que el día sábado es colectivo porque la propietaria del salón da el dinero para comprar el mismo refrigerio para todos en algún lugar, ese día pasa doña Gloria cobrando lo que les ha fiado en la semana. Lo mismo sucede con un restaurante que queda en frente y les vende el almuerzo, se los lleva hasta

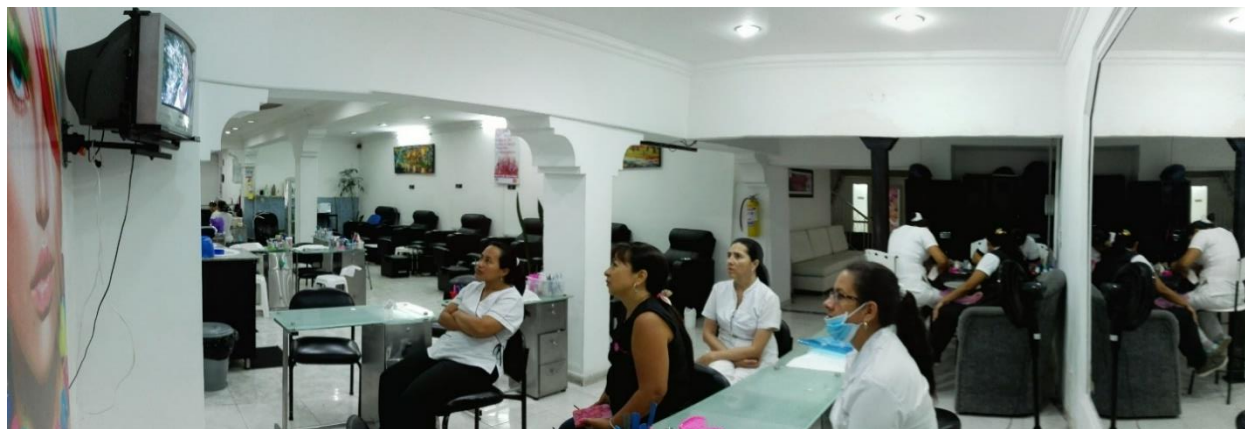


Ilustración 28 Hora de la novela, lunes 11 de abril de 2016 a las 5:20 p.m. Foto tomada por: Manuela Niño

²⁹ Mucho trabajo.

³⁰ Doña Gloria es una mujer que recorre varias cuadras del centro junto a una niña que le ayuda a cargar un tarro de jugo, dos termos de café y dos neveras de *Icopor* llenas de frituras.

la cocina y les recoge los platos cobrando también ese mismo día. La rutina diaria a algunos les permite sentirse tranquilos y acomodados, porque he visto a varias manicuristas sobre todo ganarse durante varios días sólo lo que les cuesta el transporte y el almuerzo, no deben hacer ningún esfuerzo para conseguir clientes porque siempre hay flujo de ellos, además cuentan con televisor, internet, baños, cocina o muebles donde a veces pueden dormir porque el lugar es fresco.

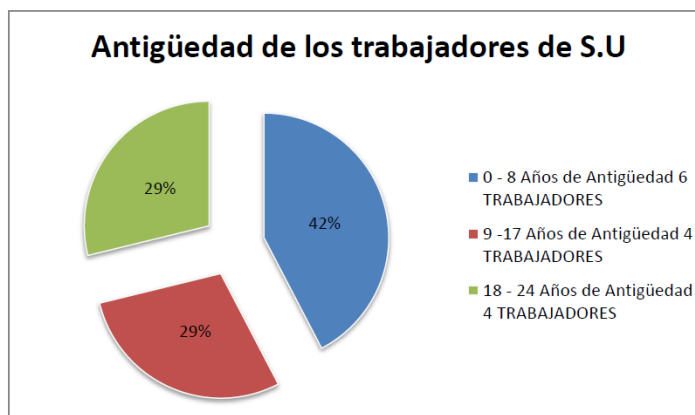
En el siguiente cuadro relacionaré los nombres de algunos trabajadores de *S.U.* junto a las labores que realizan, la edad que tienen y el tiempo que llevan trabajando allí. Debo aclarar que la persona encargada de la recepción es una de lunes a miércoles (ocupé este cargo durante los primeros 6 meses durante mi trabajo de campo), y de jueves a sábado es la mujer aquí mencionada por su antigüedad, pero la persona que actualmente trabaja en la primera mitad de la semana no la menciono porque desde que yo deje de trabajar allí 5 personas diferentes han ocupado ese puesto.

Nombre	Servicios y funciones	Edad	Tiempo de antigüedad laboral
Claudia Patricia Martínez (Cabina 5)	Depilación, Manicure (Uñas acrílicas y en gel), Peinados, Pestañas pelo a pelo y pigmentación de cejas semipermanente	39 años	8 años
Martha Ramírez (Cabina 1)	Depilación	53 años	24 años
Luz Mery López (Cabina 2)	Depilación, Pestañas por punto y pigmentación de cejas semipermanente	59 años	22 años
María del Carmen Martínez (Cabina 4)	Depilación	52 años	22 años
Maricel Baos (Cabina 3)	Depilación con cera y con hilo	35 años	17 años
Rocío Gonzales	Manicura	54 años	24 años
Zuleida Galíndez	Manicura	39 años	9 años
Marisol Meneses	Manicura	26 años	7 años
Daniela Otero	Manicura	24 años	2 años

María de Pilar Segura	Manicura (Uñas acrílicas)	33 años	8 años
Ruby Ordoñez	Peluquería	49 años	12 años
Carlos Eduardo Benavidez	Peluquería	47 años	14 años
Alexander García	Peluquería	39 años	3 años
Liliana Muñoz	Vendedora de cosméticos	46 años	5 años
Lizeth Hernández	Recepcionista		23 años
Nilson Hernández	Mediador social		6 años
David Martínez	Administrador	31 años	14 años

Exhibir su vida privada no hace parte de mi interés investigativo, pero al detallar la edad y el tiempo que llevan laborando en S.U, quiero que usted lector visualice por un momento la rutina laboral de los allí servidores, de las experiencias que han tenido con las muchas personas que han atendido hasta hoy. También para que se plantee cómo es un día de trabajo, las relaciones entre ellos y sus clientes, y además para que se pregunte que ha llevado a estas personas a estar en el mismo trabajo durante años.

Este cuadro permite visualizar en porcentajes la antigüedad y la profesión con más recurrencia dentro de S.U.



Un personaje particular en S.U. es Claudia Patricia Martínez, tiene 39 años y es oriunda de El Bordo (Cauca), su desempeño como manicurista es reconocido por sus compañeros como oportuno porque “se le mide a todo”, ella no discrimina cliente, ni pregunta a quien hay que atender, simplemente se sienta y empieza a trabajar cuando de uñas se trata. En cuanto a la cera con los hombres prefiere que vengan acompañados por una mujer pero de igual forma los

atiende, es una de las primeras en llegar todas las mañanas al salón y trabaja incansablemente hasta tarde si es necesario. Su personalidad es arrolladora y no se caracteriza por ser condescendiente con los demás, pero facilita a sus compañeras esmaltes porque es una de las que más tiene variedad de colores pero no lo hace con el mayor gusto, su apariencia difiere en gran medida de los demás por su altura y voluptuosa silueta, es una mujer emprendedora y gracias a eso es la única manicurista que también hace depilación con cera. Hace poco tiempo invirtió un buen capital económico en capacitarse en diseño y tipos de pigmentación de cejas, técnicas para poner pestañas y maquillaje por estas características. Es una persona que conoce y es un referente en cuanto a decoración del cuerpo, funcionamiento del salón y experiencias en atención al cliente, tanto así que muchos de sus clientes más cercanos tras ser atendidos, no sólo le pagan lo justo sino que la recompensan con regalos o le envían comida (almuerzo, medias tarde, o dulces).

Por otra parte la señora Liliana Muñoz también aporta al imaginario de la belleza, al deber ser del maquillaje facial. Ella vende cosméticos a las clientas y trabajadoras de *S.U.* asistiendo a diario allí pero conservando su independencia laboral, a ella le colabora la persona que está en la caja y la recepción cuando hay mucha gente, cuando va a almorzar, cuando va al baño o a tomarse un café; además ayuda en la sección de peluquería lavándole el cabello a los clientes cuando es necesario y barre los cabellos que caen al suelo después del corte, los esfuerzos que realiza no son remunerados económicamente por la administración pero recibe beneficios ya que permanece todo el día y utiliza el lugar para desarrollar su comercio, única fuente de su sustento.

Martha Ramírez es una mujer de tez blanca, cabello largo, negro e iluminado por algunas canas, quien actualmente se desempeña en la depilación con cera. Es la trabajadora más antigua, comenzó haciendo manicura y pedicura, la primera vez que fue a solicitar trabajo a *S.U.* fue

acompañada de su madre y ha pasado gran parte de su vida asistiendo puntualmente a su trabajo. Es una de las más solicitadas por las clientas de vieja data, es reservada, profesional y a lo largo de su experiencia ha visto los cambios que ha presentado la clientela, la edificación, la forma de administración, y casi siempre es la primera en llegar y una de las últimas en irse. Otra mujer que también depila es Luz Mery López, una señora de 60 años, que en sus 22 años de trabajo ha obtenido amistades y clientes leales (tanto hombres como mujeres) que llegan directamente a su cubículo por sus servicios.

El estilista más antiguo de *S.U.* es Carlos Eduardo Benavides con 14 años de experiencia en el salón. Carlos tiene 47 años y la entrega a su profesión lo compromete a mejorar la apariencia de muchas mujeres y hombres que a diario atiende. Su capacidad laboral no sólo se limita a estilizar el pelo sino a brindar asesoramiento estético, en ocasiones su carácter huraño le permite escoger a qué cliente atiende y a cuál ignora; asimismo he visto que en algunas ocasiones ha tenido diferencias con los clientes al igual que todos los trabajadores del salón, porque como mencione anteriormente, algunos quieren, pero no pueden (dicho que es muy utilizado por él).

Cabe decir que el aprendizaje empírico de profesiones ligadas al campo de la estética es por parte de mujeres (que en su mayoría son madres solteras), como una labor que les permite no sólo una sostenibilidad económica inmediata, sino la oportunidad de trabajar desde casa, trabajar por turnos a domicilio y poco a poco escalar en las diferentes pirámides sociales.

Tengo claro que mi pregunta de investigación es por las prácticas de arreglo corporal y cómo están son marcadores de distinción visto dentro de un salón de belleza, y por esto hablo tanto de los trabajadores, porque son ellos quienes participan del arreglo, los que hacen el arreglo y sugieren la forma, el color, el mejor producto, el valor límite de su trabajo, son ellos quienes

promocionan las tendencias actuales y rechazan las anteriores. Ideas sobre las tendencias que toman de internet, de perfiles en redes sociales que visitan para descargar imágenes de decorados, de tintes, peinados y cortes. Las revistas también les resultan un referente útil³¹.

La amabilidad durante la atención puede permitir cierta relación de cercanía con los clientes, pero también hay casos donde “algunas” personas son consideradas no gratas porque “piden que se les haga mucha cosita”, algunas se refieren a ellas como “cañengo” y una vez son denominadas así quedan marcadas, esta fama se empieza a comentar entre ellas y el cliente termina por no volver a solicitar servicios en el salón. Hay clientes habituales que durante la visita al salón cuentan muchas cosas de su vida privada por la relación de cercanía que menciono, a veces en el momento de elegir un decorado le permiten a las manicuristas decorarles libremente las uñas, es decir, escoger el diseño que llevará los próximos cuatro días o más que una mujer promedio se deja la manicura. También inician conversaciones de temas como la educación de los hijos o problemas familiares y en las siguientes visitas continúan con esas conversaciones, además de hacer un seguimiento a la salud de las uñas, el cabello o la piel, para el caso de la depilación.

En medio de esa relación cliente/trabajador se produce un entramado de formas calificativas dadas por el aspecto físico, el acompañamiento, la vestimenta y/o la profesión que se sabe desempeñan, algunos de los términos utilizados al interior del salón son: ella es o se ve discreta, exhibicionista, sencilla, sutil, ordinaria, sobria, recargada, elegante, guisa, normal, radiante, simplona, bonita, fea, atractiva, llamativa, exuberante, titina, de alta, pupi, estilizada, fascinante, horrenda, asquerosa, lambona, puta, prosti, prepago, gorda, cochina, buscona, de baja, de quinta, etc.

³¹ S.U. tiene una suscripción con la Revista Semana y la Revista Jet-Set.

Aurora Vergara (2013) afirma que en algunas ocasiones la imagen mental del “otro” es plenamente destructiva, definimos el mundo en completa ignorancia de su realidad, sin discutir o replantear los imaginarios establecidos; cuesta esfuerzo reconocer la diferencia (la otredad) y admitirla como algo positivo, como algo que nos proporciona beneficios. Las relaciones cotidianas, la enseñanza a través de la crianza, la escritura y narración de historias son los principales escenarios de la vida en los que se establecen estereotipos.

Creamos denominaciones del “otro” en función de lo que captan nuestros sentidos y eso promueve o afirma relaciones de poder que afectan nuestra cotidianidad, muestra de la sociedad que se construye sobre un desconocimiento de la alteridad, ese “otro” diferente a mí que rechazo.

El *habitus* y los actos del habla

Como ya mencioné anteriormente, para el sociólogo francés Pierre Bourdieu el *habitus* es una estructura de percepción a través de la cual se conoce al mundo, pero también son el conjunto de disposiciones internas que se adopta para interactuar en los espacios sociales. Las prácticas discursivas son un factor indispensable para pensar las complejidades que enmarañan los *habitus* de los trabajadores.

Por otra parte, los actos del habla es una categoría de análisis que se plantea desde la pragmática de Peter Strawson y John Searle (1962), que alude esencialmente a “la acción que involucra el uso de la lengua natural y está sujeto a cierto número de reglas convencionales generales y/o principios pragmáticos de pertinencia”. Los actos del habla constan de tres niveles: acto locutivo (lo que se dice), acto ilocutivo (la intención o finalidad), y acto perlocutivo (efecto que se produce en el interlocutor). Cuando se habla no sólo se expone información del contexto, sino sobre las percepciones, así que hacer análisis del discurso a algunos de los refranes y dichos más

populares entre los trabajadores de *S.U.* es pertinente y necesario para pensar la distinción, para relacionarse con el conocimiento y la forma de ver el mundo.

1. **“El que no muestra no vende”**: quiere decir que para venderse hay que exhibirse. Principalmente se utiliza cuando se quiere hacer referencia a un escote o a la exhibición de la piel.
2. **“Mujer lunareja puta hasta vieja”**: es un dicho popular que se menciona cuando una mujer tiene muchos lunares, sin necesidad de que la prostitución sea su campo laboral.
3. **“El que quiere marrones aguanta tirones”**: expresión utilizada para hacer referencia a que si se desea un buen peinado o un buen resultado se debe soportar el dolor, ya que en algunos casos los procedimientos estéticos son incómodos. Antiguamente se llamaba marrones a unos peinados que se realizaban enroscando el cabello bien templado en medias veladas, esto duraba toda la noche y era un proceso doloroso.
4. **“Entre más tiene y menos sabe, más muestra”**: no es un dicho popular, es una expresión que escuche en *S.U.* y creo que es muy acertada en cuanto a la ostentación, a los accesorios, el tipo de maquillaje o la cantidad de piel que se deja a la vista. También la mención de lo que se tiene es una forma de mostrar.
5. **“Lo menos, es más”**: hace referencia a que el menor uso de accesorios, maquillaje y demás es más valorado o pertenece a un nivel más alto que el exceso.
6. **“Entre más delgada la ceja, más puta la vieja”**: se refiere a la cantidad de vello que se deja en la ceja, mas no es que el ideal sea tener vello en abundancia. El ideal en la depilación que se hace en *S.U.* es que la ceja sea más gruesa en su inicio y adelgace un poco hacia afuera del rostro, terminando en punta.

7. **“El que nunca ha tenido y llega a tener, loco se quiere volver”**: se dice esto cuando se ve que una persona que carece de dinero y lo consigue, acto seguido siente una enorme felicidad y trata de ostentarlo o disfrutarlo al máximo.
8. **“Dime con quién andas y te diré quién eres”**: se utiliza al interior del salón cuando las personas van acompañadas y la imagen de una no corresponde a la imagen de la otra, de tal manera que a una se le asigna el rol imaginario de la otra que en la mayoría de los casos puede ser despectivo.
9. **“Dios los hace y ellos se juntan”**: se utiliza para decir que dos personas tienen una forma de ser similar y cuando se unen son divertidos y/o peligrosos.
10. **“El mismo perro con otro collar”**: expresión que denota desdén hacia una persona, que a pesar de elaborar muy bien su arreglo personal y de pronto verse muy diferente, no deja su actitud o su estilo.
11. **“Aunque la mona se vista de seda, mona se queda”**: la palabra mona puede hacer referencia a que es rubia o que es un tipo de primate, en cualquiera de los dos casos refiere a que aunque el individuo en cuestión utilice una prenda o algo muy fino, sigue siendo algo inferior o lo mismo que era antes de usarlo.
12. **“Entran por arrimaos y quieren salir por dueños”**: se utiliza para hacer referencia a personas que son abusivas o que reclaman derechos que no les atañen.
13. **“La suerte de la fea, la bonita la desea”**: se dice que las mujeres que son entendidas en esta sociedad, tienen más suerte o mayor aceptación en ciertos campos, en comparación a las mujeres consideradas bellas.

14. **“Por la plata baila el perro”**: quiere decir que las personas con intereses económicos no se miden en sus acciones, al punto que pueden ser comparadas con un perro. Es utilizada cuando alguien hace algo desesperado (en ocasiones denigrante) por dinero.
15. **“Lo que se hereda, no se hurta”**: la genética es heredable y aunque la cultura no lo sea, hay procesos de aprendizaje que toman grandes etapas de la vida y que no pueden ser imitadas fácilmente o robadas a otros.
16. **“La calidad no se improvisa”**: cuando se utiliza esta expresión la mayoría de las veces es para hablar de la calidad de una persona, queriendo decir que su calidad depende de su conocimiento, de su valor social, de su nivel de aprendizaje y éxito al realizar algo.
17. **“Unos nacen con estrella y otros nacen estrellados”**: expresión utilizada para hablar de personas que desarrollan su vida con posesiones o más suerte que otras.
18. **“El que de amarillo se viste a su hermosura se atiene”**: se piensa que el color amarillo no resalta la belleza de todas las personas.
19. **“Quiere, pero no puede”**: se utiliza cuando se quiere hablar de una persona que no necesariamente le hace falta el dinero, pero si le hace falta la fisionomía o la calidad para ser lo que desea. Puede aplicar para mujeres morenas que desean ser rubias, para mujeres con cabellos muy lisos y que desean rizados, para personas de contextura gruesa que quieren ser más pequeñas y viceversa, entre otros.
20. **“La que puede, puede”**: expresión muy utilizada por uno de los peluqueros del *S.U.* para referirse a todo lo contrario de la expresión anteriormente referenciada (# 19).

21. **“Primero muerta que sencilla”**: es una expresión comúnmente utilizada por mujeres jóvenes para decir que no se quieren ver sencillas.
22. **“Las pecosas tenemos más puntos a favor”**: es una cita bien apropiada por chicas pecosas. Es una expresión que emerge en el clímax de una conversación entre cliente/trabajador, esta quiere decir que las pecas de la piel hacen que las mujeres sean más llamativas visualmente en comparación de las que no poseen.

Adquirir vocabulario requiere tiempo, experiencia, un compartir y un interés, es un aprendizaje igual que la manera como se entiende la belleza en este lugar. Los clientes de *S.U.* entienden el buen arreglo como un conjunto formado por un cuerpo sano, una piel lozana, sin manchas o líneas de expresión muy marcadas, uñas sanas limpias un poco largas y maquilladas con esmalte, un cabello peinado, brillante, sedoso, limpio, por lo general de un color posible en la naturaleza humana, o con líneas de cabellos rubios con espacios simétricos y un rostro con vello bien delimitado en las cejas y en la frente. Como acabo de demostrar, este conjunto también tiene un reconocimiento y una forma de expresarlo, un tipo de denominación que no es explícito pero cuando se frecuenta este universo de posibilidades, se entiende todo el significado implícito en cada expresión.

2.2 Los clientes y sus oficios

Las personas que ingresan a *S.U.* para solicitar diversos servicios son muy diferentes, pero muchos de esos sujetos pertenecen a una clase social media que por sus características socioeconómicas, para los trabajadores es un gusto atender. Ellos constantemente libran una lucha común por atender a clientes reconocidos y simultáneamente evitar a gente corriente o

pobre como un factor que posibilita la acumulación de capitales para escalar entre las jerarquías internas.

Una vez se legitima dentro del sub campo de los salones de belleza la lucha por el poder y el reconocimiento, los trabajadores de *S.U.* toman el status socioeconómico, además de la apariencia física y el grado de exigencia de los clientes, para clasificarlos y cosificarlos en capital acumulable. Dichas condiciones hacen factible la movilidad dentro de las jerarquías internas de *S.U.* Sin embargo, ¿qué implicaciones tiene esto desde una perspectiva más humana?

Durante las entrevistas que realicé a los trabajadores de *S.U.*, ellos me contaron que gran parte de su clientela son personas que trabajan en puestos públicos (de la Gobernación, Alcaldía o Palacio de Justicia) entidades bancarias, del sector de la salud y de empresas privadas que funcionan por este sector de la ciudad. Asimismo me contaron que en la mayoría de los casos la permanencia en estos oficios esta mediada por la presentación personal, es decir que es un requisito no explícito para conservar el puesto, la elección en los decorados de las uñas debe ser sobrio y sencillo, muchas de estas mujeres piden francés o un decorado rápido, bonito, fresco, delicado, uniforme y casi siempre similar al que llegó a quitarse la noche anterior en su casa o al salón mismo. Con respecto al cabello la preferencia de las mujeres es el cepillado y planchado porque es más práctico para controlar, es una forma de llevar el cabello que posibilita un mismo peinado durante jornadas de trabajo continuo; mientras que el preferido de los hombres es una barba perfilada baja o rasurado completo, un corte de cabello bajo y uñas bien cortas, limpias y algunas veces pintadas. Además de este tipo de clientes, he encontrado que también frecuentan estos servicios los estudiantes universitarios y de colegio, amas de casa con hijos, amas de casa mayores, prostitutas, mujeres y hombres adultos mayores, profesoras de colegio y de universidad, empresarios, militares, y religiosas.

He seleccionado algunos relatos en los cuales los clientes, según sus expresiones o acciones, reflejan como sus oficios u ocupaciones influyen en sus preferencias cuando de arreglo personal se trata:

Las universitarias o estudiantes de bachillerato por lo general van al medio día o en la tarde, acompañadas a veces por compañeros o por sus padres para cotizar algún tipo de tinte, los padres nunca muestran gestos de agrado cuando son menores de edad, ya que consideran que son muy niñas y/o toca costearles los tratamientos dado que por lo general no trabajan. En una ocasión presencié el caso de una mujer de unos 15 años que solicitó directamente al estilista hacerse en ese mismo momento unas mechas, pero la madre le insistió que en ese momento no se podía porque eso demoraba unas horas y le recuerda que debe estudiar para la recuperación que tendrá la mañana siguiente, que lo del cabello no es tan importante ahora, que eso podría esperar; pero la adolescente insiste y como son las 6 de la tarde el peluquero ya quiere ir a su casa y se pone de parte de la mamá, finalmente no se realizó ningún tratamiento. Esto es pensar la imagen corporal como una prioridad, es ver su capital corporal como algo más valioso que su capital cultural o económico a futuro. En los núcleos familiares cada persona desempeña un rol que está mediado por el aprendizaje de este, en los intereses y las prioridades es evidente la posición que se le ha permitido a ese individuo desarrollar acorde con los mecanismos de control establecidos por los dirigentes del grupo. En este relato se evidencia que para la joven es más importante exhibir su cabello con el cambio que desea y obtener la aprobación por parte de sus compañeros y amigos, a cambio de una mala calificación y la reprobación en el sistema educativo.

En otra ocasión pude ver los cambios realizados por una joven universitaria, ella ocasionalmente visitaba *S.U.* para usar los servicios de depilación y uñas, tiempo después se realizó una cirugía

de implantes mamarios y aumento de glúteos, luego comenzó a asistir con mayor frecuencia a *S.U.* y se practicaría un alisado permanente, se había tinturado el cabello de negro y ya no asistía con su uniforme de estudio sino con blusa corta, chaqueta y shorts o jeans. Mi curiosidad por su notable cambio me impulsó a observar las fotografías que publicaba en una de sus redes sociales, todas eran de su rostro y su cuerpo en playas, edificios, discotecas y habitaciones lujosas, en vestidos cortos o ropa deportiva y en alguna ocasión la vi tomándose fotografías sola, a la orilla de la piscina del Centro Deportivo Universitario (C.D.U.). Verla tomarse esas fotos corroboró que en su rápido proceso de cambio, esa forma de exhibición hacia parte del reconocimiento que parecía buscar: ser valorada o resaltar por sus atributos físicos, la inversión de tiempo y dinero en su cuerpo. Respecto a los decorados que ella se realizaba en las uñas también hubo cambio, antes de iniciar su cambio generalizado utilizaba francés y colores suaves en tonos rosa; durante su cambio se puso extensión de uñas en gel, utilizó colores fluorescentes para decorados como único color en todas las uñas y se hizo evidente el uso de las pestañas postizas.

Por largo tiempo vi a varias estudiantes universitarias asistir únicamente para hacerse depilación de axilas, cejas y bigote, así como vi otras interesadas únicamente en el corte de cabello o en limpiezas faciales, tratamientos que por separado no denotan esa inversión excesiva en el capital corporal, aunque sean un gasto frecuente.

Para algunos jóvenes el ingreso a la universidad es una apertura de la universalidad del mundo, significa compartir con diversas personas intereses, filosofías y deseos diferentes, es un espacio donde se abren las posibilidades de ser distintos y reconocidos por eso, así mismo el salón de belleza y las prácticas cotidianas de arreglo corporal son de gran utilidad para nutrir el capital social. Por otra parte, encontré docentes que supe lo eran porque los trabajadores me lo decían o por su apariencia, como en este caso:

Las Profes: Tarde del miércoles 27 de abril de 2016 a las 3:20 pm, llegan dialogando dos mujeres entre los 40 y 45 años de edad, cada una con su bolso mediano, zapatos de tacón bajo y pantalón de tela. A una de ellas la he visto anteriormente, trae una agenda con papeles doblados en medio, tiene una blusa holgada de color rojo, cabello corto y tinturado de castaño claro; la otra trae dos carpetas tamaño oficio con un sobre de papel, tiene una blusa de botones blanca con las mangas hasta los codos y porta una cadena plateada con una medalla. Se acercan a la recepción y una de ellas me dice: “buenas tardes, para manos y uñas para las dos”, la compañera se sonríe y dice: “para manos y pies para las dos”, yo me levanto de la silla de la recepción y señalo el lado izquierdo del salón donde están ubicados unos sillones individuales diciendo: “sigan y se sientan que ya las atienden”, en ese momento tomo de la vitrina dos toallas desechables, cuatro guantes y llamo a las cuatro manicuristas que están en turno y empiezan a llevar sus cajas con los químicos y utensilios necesarios.



Ilustración 29 Decorado “sencillo”, profesora 1 Tomada por: Manuela Niño

Las manicuristas saludan a sus clientas, definen mediante unas cuantas palabras quién les “hace” las manos y quién los pies. Una hora después me aproximo a una de ellas para ayudarle a quitarse los papeles que le han puesto entre los dedos de los pies y poder pintarle las uñas. Fijando la mirada en sus manos le digo “¿Muéstreme, qué se hizo?” Ella me muestra su mano derecha subiendo la muñeca y dejando caer su mano y dice: “Toca este porque en el colegio no debo usar nada estrambótico, toca así, sencillito ¿verdad?” Pregunta que hace buscando la ratificación de su compañera. La compañera me mira y dice “Si, si, uno como profesora debe dar el ejemplo; ¡yo quisiera hacerme otra cosa, pero de una los padres lo van a criticar a uno, uno ya

sabe cómo es miya!” En ese momento la otra profesora coge su bolso (que no cierra por lo lleno que está) y saca una bolsa con unas sandalias para que se las ayude a poner y continúa diciendo “Tantos años en lo mismo aprende uno a evitarse problemas”

Algunos oficios definen las elecciones de las personas, lo que dicen “las profes” evidencia esto porque son mujeres con restricciones sociales por parte de los padres de familia, de los que en la mayoría de los casos depende su contratación; pero en el caso de otros oficios como la prostitución se evidencian disposiciones físicas diferentes, que marcan la forma en la que son vistas, también prevalece el valor de su imagen para el desempeño óptimo de su trabajo, aunque significando lo contrario porque la entidad educativa incentiva un tipo de moral contraria a la que se requiere para esa labor.



Ilustración 30 Decorado “sencillito”, profesora 2 tomada por Manuela Niño

Tres chicas: A primera hora de la tarde del martes llegan tres chicas, una de ellas vestida con licra, blusa fucsia, bolso negro amplio y sandalias de plataforma pequeña, el cabello negro delgado y recogido, la piel de la cara con polvos de base y residuos de pestañina en los ojos; sus otras dos compañeras tienen pantalones cortos de jean, tenis y camiseta ajustada al cuerpo, ambas tenían el cabello tinturado, una de color castaño y la otra con rayos rubios. La primera mujer se acerca a la recepción y solicita uñas en gel para manos y pies, y para sus amigas manicura y pedicura común, las tres solicitan el servicio de alisado para cabello y cera antes que todos los otros servicios. Les pregunté si deseaban que las depilara alguien en especial y preguntaron por Patricia, expresando que una amiga de ellas se las ha recomendado. Patricia,

quien estaba en la mesa más cercana a la recepción, se percató de que ellas entraron y les dijo con una sonrisa “sigan”, acto seguido, las tres van tras ella hasta el fondo del salón.

Después de treinta y cinco minutos bajan y se sientan en los sillones una al lado de la otra. En esa media hora ya le había dicho a cuatro manicuristas que estaban libres que las atendieran, pero dos se ocuparon y entonces debían esperar, le pedí a otra manicurista que estaba desocupada que atendiera a una de ellas y me respondió que “de esas” no atendía, por su expresión entendí que no quería atenderlas debido a su apariencia y por el supuesto oficio al que se dedicaban aquellas mujeres. Una de ellas tuvo que esperar casi veinte minutos, mientras a la del bolso le hacían las manos en gel, entre tanto a las otras dos chicas les arreglaron el cabello y cada una se hizo un decorado con más de seis colores en las uñas.

El total de la cuenta fue así: **Chica del bolso:** cien mil pesos por las uñas en gel de las manos, la pedicura y el alisado del cabello. **Chica de rayitos:** sesenta y un mil pesos por manos y pies, más el arreglo del cabello y las pestañas. **Chica del cabello castaño:** ciento cincuenta mil pesos por el tratamiento de keratina, el arreglo del cabello y por las uñas. **Cera de todas:** sesenta y cinco mil pesos más diecinueve mil pesos de un gancho para el cabello y una billetera. **Total: doscientos noventa y siete mil pesos** pagados con seis billetes de cincuenta mil pesos arrugados y que sacaron de una billetera vieja y deteriorada.

Al día siguiente le pregunté a la manicurista que se rehusó a atender a las clientes el porqué de su actitud y me dijo: “esas niñas vienen con la cabeza revuelta (drogadas, borrachas, trasnochadas) siempre quieren hacerse unos vómitos en las uñas, por eso no me gusta atenderlas, nunca quedan contentas con lo que se les hace y son muy malucas para atender”³².

³² Nota de diario de campo abril 2016

Cabe señalar varias cosas en este momento, primero que la inversión en el capital corporal a mayor capital económico, no siempre garantiza movilidad social en cuanto a ascensión de clase. Hay que recordar que la posición que se ocupe en el espacio social multidimensional, dependerá directamente de la posición que los agentes tengan en los diversos campos o dimensiones. Segundo, que a juzgar por la apariencia de estas tres mujeres, sus conversaciones, el modo de tratarse y los arreglos que “les gustaron y escogieron para ellas” son pertenecientes a la clase baja y evidencian unos *habitus* que reproducen sus circunstancias externas. Con esto quiero decir que los gustos que son determinados por unas “condiciones de existencia” específicas también son determinantes, y en este orden de ideas, las personas de clase baja, media y alta tendrán la distinción propia del segmento social al que pertenecen y que los caracteriza por sus gustos y elecciones. Y tercero por el posible oficio de estas mujeres (la prostitución), invertir en su capital corporal es apenas coherente, dado que el cuerpo es su principal herramienta de trabajo.

Este tipo de clientas van a veces de a dos o de a cuatro mujeres, con blusas que dejan ver su brasier o top, con más o menos dinero, con más o menos exceso de pestañina en los ojos, con más o menos arrogancia para solicitar un servicio, el aspecto que adquieren por su oficio es mal visto ante la sociedad y configuran el estereotipo “de lo que no se debe ser”, a tal punto que cuando algo no “encaja”, se escuchan expresiones como: “¡Quítese eso, parece una puta!”

La profesional independiente: Al salón *S.U.* asiste una mujer profesional que es laboralmente independiente, ella siempre se hace el mismo decorado, la única variación que pide se le realice es la cantidad de uñas que deben llevar las florecitas (conformadas por cinco puntos blancos unidos) que descenden en línea curva, como formando un arco, por el extremo derecho de la uña de la mano derecha y viceversa, sobre una base de color pastel (verde, amarillo, rosado, entre otros colores pasteles y blancos). Es una mujer alta que usa tacones, su atuendo es un poco

recargado, usa gafas y lleva lentes de lectura en su bolso. Cuando va al salón habla con la manicurista durante una hora, lleva unas carpetas o sobres de manilla con papeles; en su arreglo personal, se hace poner pestañas postizas y se maquilla los ojos con sombras en la parte superior de los párpados y esto hace que resalten en comparación con el tono castaño súper claro de su cabello corto y liso desde la raíz hasta los hombros con ondas marcadas en las puntas. Se puede decir que es una cliente regular, que usa todos los servicios y semanalmente invierte en su arreglo corporal dentro de *S.U.*, aunque dentro de su casa también debe hacer mantenimiento a su cabello y maquillaje a diario.

El atuendo con el que las mujeres y hombres llegan al salón es muy variado, pero la correspondencia entre su ropa, su lenguaje corporal, la solicitud del servicio, el modelo de celular que usan, a dónde miran mientras hablan o de lo que hablan mientras los atienden, la cantidad de dinero que cancelan y cómo lo hacen (tarjeta de crédito, débito o efectivo), es lo que genera la distinción, un conjunto de prácticas enclasables que constituye los códigos en que se clasifica, lo que los hace pertenecientes a alguna de las tres principales clases sociales que coexisten en la ciudad de Popayán.

“Las mujeres de la pequeña burguesía, que tienen bastante interés en los mercados en los que las propiedades corporales pueden funcionar como capital para otorgar a la representación dominante del cuerpo un reconocimiento incondicional sin disponer, al menos ante sus propios ojos (y sin duda objetivamente), de un capital corporal suficiente para obtener de él los más altos beneficios, se encuentran, también aquí, con motivos para las más grandes tensiones” (Bourdieu, 1998, pág. 203)

Como bien dice Bourdieu en la cita anterior, las mujeres de la pequeña burguesía utilizan su cuerpo como un capital que les puede proporcionar beneficios, pero también grandes tensiones,

tensiones sociales que les permiten un reconocimiento y una calificación alta si cumplen con el código establecido, que a su vez da acceso a cierto círculo social que facilita la vida que ellas creen desear. Bourdieu habla de las mujeres de la pequeña burguesía, yo lo entiendo como mujeres de clase media alta, pero las mujeres no viven solas, sus círculos sociales están compuestos por hombres, en el 50% de los casos del salón de belleza yo diría que son los hombres los que costean los servicios de las mujeres. Cuando menciono reconocimiento y calificación recuerdo un capítulo de la serie de televisión británica *Black Mirror* creada por Charlie Brooker, que de una manera exagerada muestra el efecto que tendría la tecnología en nuestras vidas, si las calificaciones que les damos a las personas fuesen visibles en números y además públicas. El capítulo *Caída en picada* o *Nosedive* ha causado gran impacto en la forma en que observo mi rutina, esta investigación y mis redes sociales, por ejemplo he podido calificar a los conductores de un servicio de transporte “Uber” casi de la misma manera en que se hace en ese episodio, con la diferencia de que no dispones de un implante ocular que permita observar el puntaje de la persona con solo verla de frente sino que funciona mediante una aplicación de celular. Pienso que este es el inicio de la transformación social a la que podemos llegar si seguimos creyendo y reforzando la idea de que un arreglo, un accesorio, una posesión material, una relación o un estrato social nos hace más o menos valiosos que otros individuos. Tomado de: <http://politicagbm.blogspot.com.co/2015/07/la-respuesta-de-masglo-ante-las.html> (Jimenez, 2015)

Cuando menciono reconocimiento y calificación recuerdo un capítulo de la serie de televisión británica *Black Mirror* creada por Charlie Brooker, que de una manera exagerada muestra el efecto que tendría la tecnología en nuestras vidas, si las calificaciones que les damos a las personas fuesen visibles en números y además públicas. El capítulo *Caída en picada* o *Nosedive* ha causado gran impacto en la forma en que observo mi rutina, esta investigación y mis

redes sociales, por ejemplo he podido calificar a los conductores de un servicio de transporte “Uber” casi de la misma manera en que se hace en ese episodio, con la diferencia de que no dispones de un implante ocular que permita observar el puntaje de la persona con solo verla de frente sino que funciona mediante una aplicación de celular. Pienso que este es el inicio de la transformación social a la que podemos llegar si seguimos creyendo y reforzando la idea de que un arreglo, un accesorio, una posesión material, una relación o un estrato social nos hace más o menos valiosos que otros individuos.

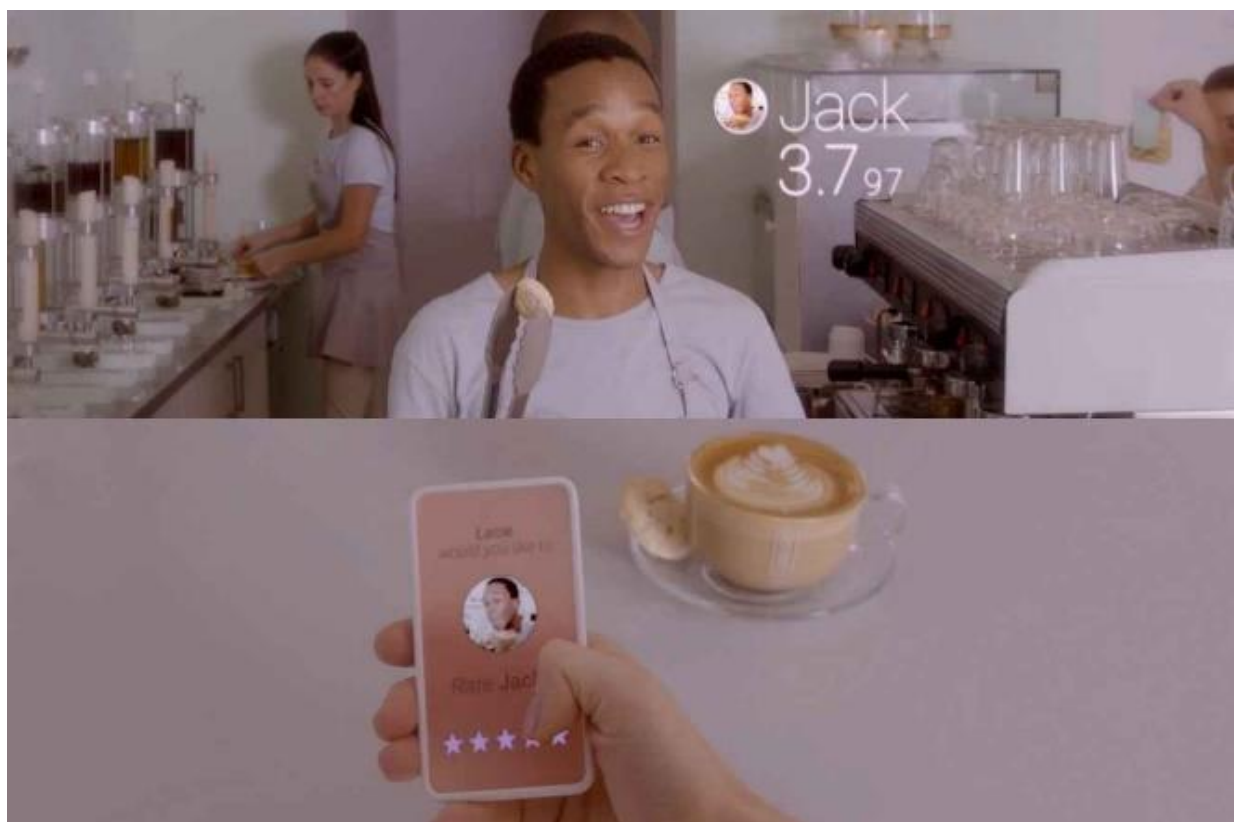


Ilustración 31 Nosedive. Imagen tomada de: <https://www.gaztezulo.eus/albisteak/zenbat-izar-merezi-ditu-zure-gaurko-lanak>

Capítulo 3: Transiciones y Generaciones:

Viches, pintonas y maduras

La comodidad de la imagen corporal es una idea que está en permanente construcción, y que como anteriormente lo hemos evidenciado, implica preparar cuidadosamente un cuerpo. En Popayán, tanto mujeres como hombres, asisten a los salones de belleza para hacerse las uñas y/o el corte de cabello, más o menos desde los 5 hasta los 90 años de edad. En el caso de *S.U.* las más pequeñas se hacen manicura o pedicura (pagando el mismo precio que una persona adulta), o peinados trenzados y cortes de cabello, mientras que los niños van más regularmente por su corte de cabello que para el arreglo de uñas.



Ilustración 32 Tres generaciones. Foto tomada por: Manuela Niño

En este punto de mi investigación me es claro que para buena parte de la clase media de la sociedad payanesa, los rituales de paso implican el arreglo corporal por parte de un profesional. Ya sea en la propia casa o en un

salón de belleza, estas ceremonias comúnmente indican un cambio en el estatus de una persona, como pueden ser el paso de estudiante a profesional (la graduación), o de niña a señorita (la fiesta de quince años), de soltero a casado (el matrimonio), entre muchas otras (Dolmatoff, 1975).

Las hijas acompañan su madre a la iglesia, la tienda, al supermercado, al médico o cuanto lugar como espacio social representa una función en sus vidas. La forma de bañarse, dónde tocarse,

qué colores combinan, cómo vestirse para cada ocasión o cómo llevar el cabello y los zapatos se aprende en lo íntimo del hogar, pero en el salón de belleza se refuerzan estos aprendizajes y se adquieren otros que van relacionados con la imagen personal, por ejemplo: la forma adecuada de las uñas, los colores que “están bien” según la edad u ocasión, qué tan corto o largo debe dejarse el cabello, además de la actitud y el comportamiento al interior de estos lugares. A algunas las llevan desde los pocos días de nacidas y las que van por voluntad propia hasta hacer suyo el hábito, en el caso de *S.U.* se presentan variedad de casos, desde las mujeres que van solas y hasta las que van acompañadas de sus madres, hijas, parejas, compañeros de estudio o de trabajo.

Las mujeres que van con sus hijas se encuentran entre los veintidós y los ochenta años de edad, sus hijas son acompañantes, pero a partir de los 5 años son potenciales clientas para la limpieza y maquillaje de uñas, piden que se les haga decorados en las uñas con colores pastel y fluorescentes, también les gusta los peinados y la gel de escarcha para el cabello o la piel. A

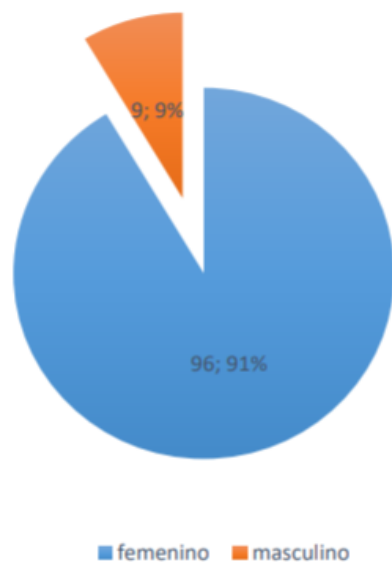


Ilustración 33: Grafica por género.

Tomada de trabajo de grado Natalia Torres.

partir de los doce años muestran interés por la depilación de las cejas, posteriormente de las piernas, las axilas y después de los 14 años comienzan a preguntar por el bikini y el bigote.

Gran parte de la clientela de *S.U.* son mujeres y hombres adultos mayores. Los hombres principalmente van a cortarse el cabello, algunos van por tintes para cubrir sus canas y por pedicura. Su comportamiento es reservado, siempre optan por tomar una revista y hablar

solamente con la recepcionista y quien los atiende, por lo general van entre semana, un martes o miércoles (cuando asiste menos gente), es frecuente ver que solicitan el servicio de pedicura más no el de manicura y no son tan constantes en su arreglo como sí lo son las mujeres de su misma edad. Ellas asisten regularmente y utilizan casi todos los servicios, optan por el paquete más común de depilación que es cejas y bigote, además de corte y/o tinte y cepillado en una sesión, generalmente les gusta ser atendidas en la mañana, hablar con los peluqueros y demás trabajadores, fácilmente entablan conversaciones con clientes de apariencia y edad similar, manifiestan las complicaciones que sufren por la edad (aunque esta sea notoria), son constantes en el arreglo de las uñas y utilizan tonos claros casi blancos y rojos lisos³³, ocasionalmente piden un pequeño decorado en la uña del dedo anular, un rojo en media luna o simplemente se hacen la limpieza.

Su arreglo personal denota constancia, tiempo y dedicación, son mujeres que por lo general no tienen trabajos con horario fijo, se encargan principalmente de su casa, a veces de sus nietos, su flujo económico depende de sus bienes o de sus hijos, lo que les permite en algunos casos pagar por variedad de servicios, disponer reiteradamente de dinero y conocimiento para mantener su estilo de vida.

El concepto de *habitus* se refiere a disposiciones profundas y duraderas, pero no rígidas ni mecánicas, que son el resultado de nuestra experiencia y conocimiento práctico, corporal y emocional del mundo social. Las luchas de clases y las diferencias de condición, apreciación y percepción se transmutan por medio de las operaciones del *habitus* y del gusto en estilos de vida, a saber, formas de llevar los cuerpos, modos de hablar, apreciar y actuar en el mundo, que conforman sistemas de prácticas estéticas y morales (Arango, 2013, pág. 187).

³³ Solo el esmalte aplicado de manera uniforme sobre todas las uñas.

A forma como se expresan o comportan es donde se expresa el *habitus*, también la forma en la que se lleva el cuerpo, un frecuente cuidado del cabello y de la piel no es algo que se pueda imitar o improvisar de un momento a otro, en el conjunto del cuerpo se refleja el pasar de los años y la exposición al sol, las horas de descanso y la forma de alimentación.

En ocasiones especiales va la madre, la abuela y las hijas para hacerse lo que se denomina “el paquete completo”, que incluye *hacerse el cabello* (lavado, cepillado y planchado u ondulado de puntas) y hacerse maquillar el rostro. *Hacerse las uñas* (aseo y decoración de manos y pies) a medida que las mujeres crecen, suelen escoger los decorados más complejos. *Hacerse la cera* (depilarse) en la zona que quedará expuesta con el atuendo elegido para la ocasión. Y en algunos casos dependiendo de la edad, la confianza, la resistencia al dolor, los hábitos y la cantidad de dinero del que se disponga la clienta, también se hará bikini.

Hay una mujer que hace más de 10 años va a *S.U.* con su hija de 19 años, es muy seria al momento de saludar a las personas que la atienden, por lo general calza zapatos cerrados de tacón bajo, jeans levemente ajustados y blusas de arabescos color tierra. He tenido la impresión que ella está a la vanguardia en cuestión de moda, su hija que también es clienta de *S.U.* en una ocasión espero más de media hora a la señora que las depila para hacerse las cejas, que según mi observación le faltaba una semana de crecimiento para poder hacerse la cera, utiliza el cabello hasta la cintura, se lo tintura de color negro y en varias ocasiones la escuché preguntar por el mejor tratamiento para el brillo del cabello junto a su madre.

A través de la imagen que la madre presenta se ve un cuidado permanente en su cabello, en el movimiento de su cuerpo y su ropa, del que su hija aprende el deber ser en el arreglo corporal, es una clienta potencial de los servicios que ofrecen los centros de belleza.

También observé la visita de un chico de unos 17 años de edad, de contextura delgada, alto y con el cabello castaño claro. Él estaba vestido con el uniforme de alguna institución educativa y llegó a cortarse el cabello con una peluquera que lo atendió antes, pidió que solo le cortara el cabello de los lados de la cabeza pues había crecido un centímetro de largo y en la parte superior unos ocho. El corte que va a conservar es el llamado *undercut*, cuando el muchacho se sienta en la silla de la peluquera le hace las peticiones de lo que desea hacerse en el cabello, la peluquera saca la máquina, pone la cuchilla más pequeña que tiene y se dispone a bajar el centímetro de cabello en todos los lados de la cabeza sin tocar la parte superior, ella demora solo 5 minutos hasta que suelta la máquina y empieza a desamarrar la capa. Acto seguido la madre del chico (que ingresó detrás de él), se acerca a la peluquera cuando el chico está siendo sacudido y le pregunta con un gesto de desaprobación “¿Eso es todo? ¿No te vas a cortar arriba? ¿No se va a quedar así! ¿Cómo se le ocurre? ¿Qué tipo de corte es ese?” El chico se aleja de la silla, mira al espejo que tiene en frente y se peina de lado aplacando cada vez más con su mano el extenso cabello que no ha tocado la peluquera e ignorando por completo las recriminaciones de su madre, se dirige hacia la recepción y le pide que pague, ella sin más opción, saca de la billetera diez mil pesos y se marcha ofuscada.

En ciertos casos el arreglo corporal de los adolescentes y jóvenes se conoce por ser de estilos que disienten o rompen con los “códigos de la buena presentación” y que por lo general también son contrarios a los gustos de los padres. Sentir atracción por lo que es diferente o contrario a lo aprendido en casa, puede interpretarse como una estrategia para obtener distinción, además de ser una manifestación implícita de desacuerdo con las normas. En varias ocasiones he escuchado decir a los padres de niños varones que el cabello largo es para las niñas y que debe dejárselo cortar para que se acostumbren “a ser un machito”, “a ser un hombrecito”. También he visto que

llevan a los bebés para que les corten el cabello, y aunque nos les guste, no importa qué tan fuerte sea el llanto porque de igual forma se los hacen cortar periódicamente.

Las ideas de patrones estéticos para los niños y las niñas de clase media cambian constantemente con lo que eligen los personajes públicos, símbolos de masculinidad y feminidad dignos de admiración tales como deportistas, músicos, o personajes independientes con mucho dinero ostentado. Y para los más adultos, actualmente existe una tendencia que asemeja la idea de ser cuidadosamente descuidado, es como despeinarse, pero conservando la intención de verse atractivo, así como un pantalón nuevo, pero con desgastes y rotos intencionales.

Las transiciones no se presentan únicamente por edad o generación, también son producidas en rituales paganos como los cumpleaños, logros educativos o religiosos (como el bautizo), la primera comunión o el matrimonio, donde es frecuente hacer uso del salón de belleza. Por ejemplo, me sucedió que un sábado como parte de mi trabajo de campo fui a laborar como manicurista a *S.U.*, entraron 3 mujeres jóvenes, empecé a atender a una de piel blanca con pantalones ajustados, chanclas de baño y camiseta de marca Chevignon, quien estaba acompañada de dos chicas más. Ella me cuenta que vino desde Bogotá para acompañar una amiga que se casaría y que se estaba hospedando en un hotel del centro. Desde temprano se había puesto a buscar en su smartphone un salón o peluquerías para que la arreglaran a ella y a sus amigas, y aunque vio otros dos salones dijo que “no se veían como bien”, hasta que con la dirección de Google Maps le apareció *Solo Uñas*. Ella dijo que caminando desde un restaurante al hotel vieron el letrero y entraron porque el lugar les inspiró confianza “se veía bien, como más grande y más limpio que los otros” dijo una de ellas. Llegaron a las 12:30 al salón y salieron casi a las 5 de la tarde, el matrimonio se celebraba a las 6 en la Ermita y su intención era llegar bien arreglada para la ocasión.

Los rituales de paso son importantes cuando hay un reconocimiento social de los mismos, el matrimonio es tomado como un día decisivo en la vida de una persona, es importante la compañía y los esfuerzos de los asistentes hacia la pareja, entre esas cosas el arreglo corporal es un factor fundamental en nuestra sociedad. En algunas ocasiones los asistentes asumen el tipo de vestido requerido por la calidad de la tarjeta, por el arreglo que ha manifestado la novia que desea hacerse y también por el lugar de la ceremonia, con esto no quiero decir que no haya excepciones, hay personas que son invitadas y no comprenden el código, es decir que su arreglo personal no concuerda a lo que la mayoría ha interpretado.

Según la edad que refleje una persona, hay unos límites que socialmente debe respetar en cada condición de clase con respecto al arreglo personal, cuando estos parámetros se trasgreden la persona probablemente es juzgada negativamente disminuyendo su valoración social, el “[...] capital simbólico es cualquier propiedad (cualquier tipo de capital, físico, económico, cultural, social) cuando es percibido por agentes sociales cuyas categorías de percepción son de tal naturaleza que les permiten conocerla (distinguir) y reconocerla, conferirle algún valor” (Bourdieu 1997: 108).

Para las mujeres mayores no es socialmente bien visto una falda corta, una blusa sin mangas o de tiras, unos zapatos muy altos o sandalias muy descubiertas, un maquillaje de colores primarios brillantes, uñas muy largas y de varios colores o tener el cabello muy largo; mientras que el ser recatada, amable, silenciosa, sonriente, sencilla, sutil, conservada, natural y sin arrugas representan mayor valor o ser de “buen gusto”.

Cada escalón generacional de la vida humana en estas latitudes tiene una apariencia propia que se desarrolla junto con los capitales adquiridos, aunque me he topado con varias personas que opinan que en el caso de los hombres no es así, por llevar el cabello corto, no usar aretes, llevar

bolso o no maquillarse, considero que en su caso es más notorio, ya que ellos al usar el cabello corto es más notorio el crecimiento y la frecuencia del corte, sobre todo en la barba. Actualmente muchos de ellos se depilan con cera las axilas, parte de las cejas y de la barba, al no utilizar esmaltes de colores la limpieza de las uñas se convierte en algo permanente. Por ejemplo, tal y como muchas jóvenes suelen usar el maquillaje para disimular el acné en su adolescencia, muchos hombres han optado por usarlo con el mismo fin, así como cuidar su alimentación y usar mascarillas, la foliculitis en la barba también es frecuente en esta etapa de la vida.

Para el caso de los adultos mayores los cuidados estéticos pueden ser una necesidad. El servicio de uñas porque la capacidad visual disminuye, el de peluquería porque el cabello no crece tan parejo ni del mismo color y el servicio de depilación porque la velloosidad del cuerpo aumenta en zonas como las orejas, la nariz y el bigote o bozo en las mujeres. El servicio de maquillaje facial puede pensarse como necesario con el paso de los años, ya que el rostro es una parte del cuerpo que presenta cambios realmente notorios como manchas, resequedad, arrugas y pecas, pero no es tan frecuente la solicitud de este servicio y menos por parte de personas muy mayores.

Teniendo en cuenta que este capítulo trata sobre las generaciones y las transiciones, deseo agregar mi experiencia como mujer joven, como estudiante, como antropóloga y como trabajadora de *Solo Uñas*, porque durante mi proceso de trabajo investigativo tuve varias transiciones que servirán al lector para comprender los escenarios que me llevaron al plano de la incomodidad y despertaron mi interés por este tema.

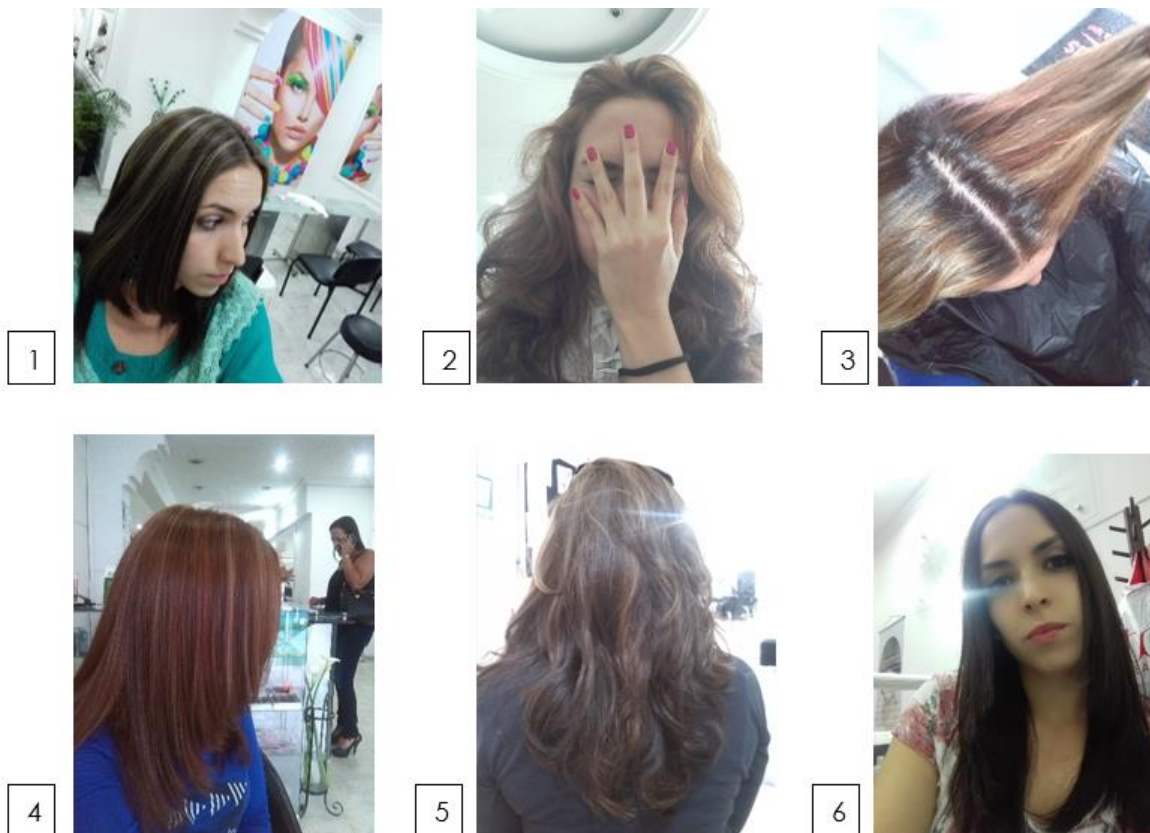
La primera vez que entré a *S.U.* fue porque en ese entonces mi novio, que es a la vez el hijo de la propietaria y el administrador del negocio, quiso invitarme un servicio de uñas. Me pareció un salón grande, bonito y con muchos trabajadores. Aunque yo permanecía con mis uñas pintadas de un solo color, llevaba mucho tiempo sin ir a un salón de belleza a que “me las arreglaran” y

me hicieran un decorado. En esa visita me atendieron dos mujeres, una se encargó de mis manos y otra de mis pies, lo que para mí era nuevo, ya que en las pocas ocasiones que había solicitado este servicio la misma persona se encargaba de todo; la que me hizo las manos me preguntó por varios aspectos de mi vida y también me ofreció varios tipos de decorado, yo sabía que estaba de moda el animal print y lo elegí. Mientras me lo hacía miraba el de las manos y me gustaba mucho, pero cuando vi mis pies noté que había usado los mismos colores y “las manchas” eran muy diferentes, no me gustaban nada, se lo expresé y me dijo que así era el que ella sabía hacer, eso fue frustrante para mí porque no era yo la que estaba pagando y no quería discutir con ella, entonces la otra señorita que pintó las uñas de mis manos, limpió el esmalte de las uñas de mis pies y volvió a pintarlas igual que mis manos.

La primera vez que me depilaron con cera fue durante una visita donde una de mis hermanas, lo hice porque ella me lo recomendó y me atendió una muchacha que lo hacía a domicilio. Volví a hacerlo (por segunda vez en mi vida) como a los 2 meses en *S.U.*, y que fue muy diferente porque el lugar era fresco, todo estaba dispuesto para ese servicio, la mujer que me atendió tenía uniforme y una actitud muy dispuesta, inspiraba confianza y fue muy rápida, de tal manera que empecé a frecuentarla y al ver sus clientas empezó mi motivación por los tintes.

Ocasionalmente atendía la recepción, y ya que el administrador me encargaba esa labor, así conocía un poco el funcionamiento del negocio y de paso a los clientes. Uno de los estilistas me hizo unos rayitos y keratina (Foto 1), después pagué el retoque de los rayitos y quedé más rubia (Foto 2), luego quise que me emparejaran el color por un tono cobrizo (Foto 3 y 4), no pude continuar con ese color y yo misma me apliqué un castaño claro que dejó mi cabello de varios colores (Foto 5), y por último, para emparejar y tapan los diferentes tonos el nuevo estilista de

S.U. me recomendó aplicarme un castaño oscuro que el primer mes parecía negro (Foto 6). Aquí las fotografías que sustentan mi relato del cabello y que fueron tomadas en *S.U.*:



Entre mis frecuentes visitas, conversaciones y tratamientos en *S.U.*, y la necesidad de elegir un tema de investigación para finalizar mi pregrado en antropología, empecé a contemplar la idea de investigar sobre la imagen corporal; ya que en mi vida tuve varias experiencias que me llevaron a preguntarme por la discriminación que produce la obesidad y la imagen discordante con el promedio. Una de esas experiencias fue tener a mi madre muerta a sus 46 años de vida tras realizarse un bypass gástrico en busca de una solución a su “baja calidad de vida” ocasionada por sus 196 kilogramos de peso corporal, y otra experiencia fue realizarme una liposucción a mis 22 años y vivir el cambio que produjo en mi círculo social y en mi autopercepción.

Después la propietaria (mi suegra) me ofreció un trabajo temporal como recepcionista en *S.U.*, el cual acepté de febrero a julio de 2016. En ese puesto empecé a comprender que era pasar un día completo dentro de un establecimiento al servicio de desconocidos, sonriendo, ofreciendo servicios y cobrando de la manera más amable posible, ese cargo fue realmente estresante para mí porque debía estar pendiente de que todas las personas que entraban, de las que recibían un servicio, debía brindarles amabilidad, atención a sus necesidades, encargarme de los insumos para los servicios y debía estar pendiente de los trabajadores, a veces cometía errores al asignar el turno entre las manicuristas y ellas se molestaban conmigo, el ambiente era tenso por mi condición de cercanía con el hijo de la propietaria, también porque no tenía experiencia en un trabajo similar y por ser la menor de todos los trabajadores. Trabajaba 3 días consecutivos en la semana desde las 8 de la mañana y en ocasiones hasta las 9 de la noche, ocasionalmente me pintaban las uñas y solo pagaba el porcentaje que las manicuristas ganaban cuando me depilaba o me cepillaba el cabello, hacía lo mismo.

Durante estos meses logré acercarme a algunos clientes quienes después me permitieron hacerles preguntas, también entendí la importancia que le da la gente a la imagen de su cuerpo y a su arreglo corporal, desde la caja observaba mujeres que llegaban con zapatos muy gastados a pedir rebaja para tinturarse el cabello y las escuchaba decir que habían caminado mucho para llegar al salón, también vi hombres y mujeres que trabajan en los bancos del centro ir semanalmente a la misma hora a que les realicen manicura, vi mujeres desesperadas porque a las 6 de la tarde empezaban a trabajar y debían estar listas para que no las regañaran en los prostíbulos, vi niños llorar asustados tras escuchar el ruido que la máquina de cortar cabello, vi mujeres esperando hasta tarde a que su pareja saliera del trabajo y llegara para pagar los servicios que se realizaban

durante la tarde y vi la discriminación persistente hacia el cabello rizado, la piel oscura, la gordura y la prostitución.

Mi mayor dificultad como investigadora fue lograr consignar en un documento todo lo que conocía de este campo, poder plasmar ese mundo que sentía tan cercano y cuando empezaba a describirlo se volvía tan confuso, tratar de concluir un problema que es conflictivo ahora y que lo seguirá siendo mientras exista un sistema basado en cosas más que en personas, mientras perdure la diferencia basada en el capital económico y su uso. Otra gran dificultad que tuve fue acercarme a los trabajadores como investigadora y no como la novia del administrador o como la recepcionista incompetente, encontré algunos trabajadores que por su misma ocupación y capital económico tienen un nivel de autoestima, que se refleja en el tipo de conflictos o críticas que hacen a sus compañeros. Otra gran dificultad que tuve durante la escritura de este texto fue con mi conciencia, ya que conocí varios casos vergonzosos que decidí no registrar, dado que para el tema de investigación no eran necesarios, más etnográficamente hubiesen sido valiosos permitiendo conocer aspectos de la personalidad payanesa.

Complicaciones de la vanidad, regulaciones legales e institucionalidad

-Cliente (con atuendo humilde): Buenas señor, disculpe ¿usted es peluquero?

-Carlos (estilista profesional de S.U.): ¡JA! qué tal, E S T I L I S T A, peluqueros los de la 13.

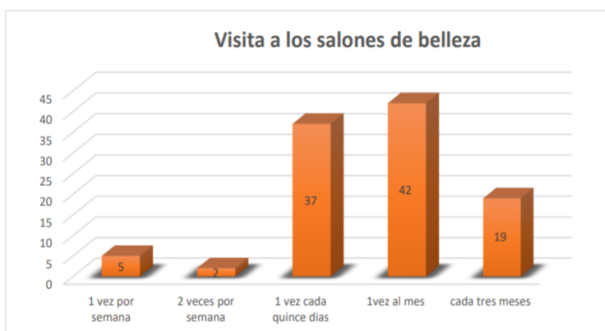
Las prácticas de arreglo corporal que se llevan a cabo en los salones de belleza representan potenciales daños a la salud e integridad física de los profesionales y clientes que solicitan los diversos servicios, así lo testifican las muchas anécdotas e historias que existen. Por mencionar someramente algunos de los principales factores de riesgo que amenazan la salud del experto, se encuentran:

- Quemaduras por el manejo de objetos con altas temperaturas como es el caso de los secadores, las planchas de cabello y las pinzas de ondular.
- Heridas hechas por tijeras o cuchillas.
- Intoxicaciones, alergias, dolores de cabeza e incluso enfermedades crónicas por la manipulación de sustancias químicas (removedores, esmaltes, tintes, alisadores).
- Enfermedades (asma, rinitis, dermatitis, artritis, espasmos musculares por posiciones inadecuadas, etc.).

Desde la perspectiva de salud ocupacional, los trabajadores suelen tener varios factores de riesgos que representan peligros, uno es el factor de riesgo biológico ocasionado por la humedad del sitio, otro factor de riesgo es el químico que compromete directamente la vitalidad del trabajador e incluso el factor de riesgos psicosocial que considera las tensiones interpersonales al interior del salón, junto al nivel de estrés generadas por las mismas exigencias que implica el desempeño laboral. Esto hace parte de las complicaciones que tiene la vanidad.

Por otro lado los clientes, esas personas que solicitan los servicios de arreglo y cuidado corporal, son muy susceptibles de vivenciar malas experiencias y padecer riesgos, en la mayoría de casos auspiciada por la negligencia del profesional o las condiciones antihigiénicas de los instrumentos de uso, por ejemplo:

- Los hongos que se adquieren por el uso de instrumentos antihigiénicos o no esterilizados en el servicio de manicura y pedicura.
- La alopecia en cejas y pestañas ante procedimientos como la micropigmentación y la aplicación frecuente de pestañas postizas.
- Quemaduras capilares y caída del pelo ante el abuso de tintes, decolorantes, alisados, permanente, etc.
- Contagio de hepatitis B, C y en los casos más extremos hasta de VIH.
- Foliculitis después de la depilación, reacciones alérgicas y quemaduras ocasionadas por la cera.



Nota: Estas dos ilustraciones fueron logradas por Natalia Torres, quien realizó unas entrevistas en S.U. como parte de su trabajo de grado en el programa de Administración de Empresas de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca del cual fui testigo ocular, aunque la cantidad de personas encuestadas apenas supera cien, estoy segura por mi experiencia y observación, que la información aquí representada en la realidad equivale a unos porcentajes muy similares.

Las inversiones de tiempo y dinero que las personas realizan para los cuidados corporales de embellecimiento son bastante altas y la frecuencia con la que asisten al salón de belleza *S.U.* es

constante, las experiencias de estas personas sirven de sustento real para afirmar que la cuota de dolor y el latente peligro en la atención, son los riesgos que se asumen al invertir en el capital corporal con la intención de escalar en los campos jerarquizados que cada quien interactúa o para mantenerse en su poder.

Hacerse el cuerpo por regiones o zonas tiene un precio y una sensación diferente, en *S.U.* la depilación del bigote es lo más barato y supone un dolor soportable. Por otro lado lo más caro son las piernas completas, que de acuerdo con la técnica, los tiempos y la temperatura de la cera que utilice la persona que depile el dolor varía, pero la mayoría de las mujeres coinciden en decir que lo más tormentoso es el bikini y también las parte inferior de la piernas cerca de los tobillos. Existen diferentes tipos de piel lo que complejiza un poco más una óptima depilación, hay mujeres que son muy sensibles y pueden tener desprendimientos leves de la capa más superficial, en las cabinas de depilación se dan recomendaciones dependiendo de los casos, la más común es exfoliarse previamente, aplicar abundante agua fría y sábila en la zona depilada para restaurar, y días después hacer exfoliaciones esporádicas para evitar la incrustación del vello.

Cuando se realizan los arreglos de las uñas, más allá del padecimiento que experimentan las/los clientes respecto al dolor sufrible, existen peligros reales o potenciales como la transmisión de enfermedades graves (como el VIH), en *S.U.* una medida de prevención ante estos riesgos es el uso del esterilizador para mantener la debida asepsia en los instrumentos de uso. Aunque esto tal vez no salve a los clientes de sentir incomodidades menores como cortaduras, dado que la limpieza consiste en retirar, limar, pulir y cortar todo inicio de células muertas visibles; las uñas pueden contagiarse de hongos si no se cumple con la previa esterilización del material, las sustancias que se utilizan para ablandar callos y cutícula pueden resultar abrasivas para algunos tipos de piel.

Por otra parte los riesgos en la sección de peluquería son distintos, en el caso de *S.U.* los alisados permanentes y tintes pueden causar alergias a los clientes, irritaciones del cuero cabelludo y en casos muy esporádicos la pérdida del cabello. En el corte de cabello para hombres siempre hay rasurado a ras de piel que representa posible amenaza de cortadura, en cuanto al peinado y el alisado temporal hay exposiciones a la plancha del cabello que alcanzan los cuatrocientos cincuenta grados centígrados y al entrar en contacto con la piel puede causar graves quemaduras. El maquillaje a pesar de ser profesional, existen casos en que el uso de lápices de ojos y polvos compactos para dar el mismo color a toda la piel en forma de base, la pestañina, los labiales y las sombras de ojos, pueden causar alergias o contagios por personas en las que se hayan usado anteriormente, pues no son productos que puedan ser esterilizados.

A pesar de los posibles riesgos que he mencionado, “el mercado de la belleza en Colombia mueve más de seiscientos mil millones al año, en tratamientos no quirúrgicos” (Dinero, 2014) y permanentemente hay personas entrando y saliendo de salones de belleza.

Sin embargo el Estado colombiano, que no es ajeno ni a las dinámicas comerciales ni a los peligros que esta representa, ha creado reglamentaciones jurídicas de vigilancia y control pertinentes que determinan cuales son las condiciones adecuadas y exigidas que deben tener diversos puestos comerciales y de prestación de servicios, respecto a los centros de estética y/o salones de belleza. Aquí traigo a colación algunos ejemplos:

- Ley 9 de 1979: esta norma nacional constituida por doce títulos expone minuciosamente las directrices que deben tenerse en cuenta respecto al manejo de aguas, las emisiones de gases con afecciones atmosféricas, el manejo de residuos etc. No sólo en los espacios laborales sino también en las viviendas y hogares colombianos en aras del cuidado medioambiental. Esta ley contempla además las licencias sanitarias con las que debe contar los negocios y las

sanciones en las que procederán las instancias departamentales de presentarse irregularidades, la vigencia de esta facultad al ministerio de salud para determinar las entidades nacionales que elaborarán los procesos de vigilancia y control.

- Ley 711 de 2001: con esta regulación legal que, al igual que la anterior es de carácter nacional, pretende definir los principios, los dominios y las restricciones legales que se relacionan con la práctica de la cosmetología, también crea la comisión nacional del ejercicio de la cosmetología, cuya función principal como órgano estatal es de carácter consultivo y asesor, además es el que se encarga de determinar los contenidos académicos de los programas de estudios académicos de cosmetologías, contenido que tendrían que ofertar los institutos, instituciones y academias. Esta comisión denuncia la inobservancia de la ley a las autoridades para aplicación de sanciones.
- Resolución 2117 de 2010: que fue emitido por el ministerio de protección social, determina las condiciones explícitas en las que deben estar los negocios que se dedican a la “estética ornamental tales como, barberías, peluquerías, escuelas de formación de estilistas y manicuristas, salas de belleza y afines y se dictan otras disposiciones” (Resolución 2117 de 2010, Pág. 1).

Estas tres disposiciones reglamentarias son sólo un ejemplo de las muchas regulaciones legales vigentes que determinan las dinámicas de los negocios de la estética, pero insistiendo en un análisis a partir de la teoría de Pierre Bourdieu, podría afirmar que estas son las condiciones objetivas que ponen las reglas del juego en el campo laboral y son condiciones que los propietarios de sus negocios deben tener presente para seguir escalando en las jerarquías de los campos, en pro de continuar abonando su capital simbólico.

Otro aspecto importante que pone las reglas sobre el tablero de juego son las instituciones y academias que enseñan la profesión de la estética, por ejemplo: el Sena (Servicio Nacional de Aprendizaje) como una entidad pública, ofrece variedad de programas en esta área del saber en la modalidad de técnicos y tecnólogos, que después de la formación teórica, en la última etapa del proceso se realiza la práctica en salones de belleza, spa, etc. La inserción de aprendices Sena en los negocios, es una forma de garantizar trabajos de calidad y profesional que desbanca al experto empírico y además lo desprestigia.

Conclusiones

Los adornos como distintivos de estatus son símbolos que encontramos en las sociedades primitivas, entre los rituales de paso no solo encontramos el bautismo, la primera comunión, los quince años, las confirmación y el matrimonio, pues también pueden tomarse como rituales de paso la primer vez que se utiliza un tipo de prenda que exhibe alguna parte del cuerpo intencionalmente, la primera vez que se utiliza un color de labial, la primera vez que se depilan las piernas, las cejas, la vagina o la primera vez que es necesario cortarse el bello facial. La forma en la que se llevan a cabo estos cambios es producto de lo que consideramos bello o adecuado, de la educación institucional, de la educación en casa, de los campos que se desarrolla la vida humana en la actualidad.

En términos analíticos, un campo puede definirse como una red o configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, ya sean agentes o instituciones, por su situación (situs) actual y potencial en la estructura de la distribución de las diferentes especies de poder (o de capital) -cuya posesión implica el acceso a las ganancias específicas que están en juego dentro del campo-, y, de paso, por sus relaciones objetivas con las demás posiciones (dominación, subordinación, homología, etc.) (Bourdieu, 1995, pág. 64)

Como he explicado la distinción social a través del cuerpo varía de acuerdo con la generación, es decir que, los niños no se hacen lo mismo que los jóvenes y estos no se hacen lo mismo que los hombres adultos y los adultos mayores, además se crea una correspondencia entre el arreglo personal y la edad que cada uno tiene, teniendo variaciones según el oficio, el poder adquisitivo, el capital cultural y el capital social. Se presentan unos límites no explícitos en la mayoría de los casos, pero que son evidentes cuando uno observa y compara los grupos generacionales.

Estas diferencias son más marcadas entre las mujeres, porque el catálogo de servicios para ellas es más amplio y en el ámbito donde desarrollé la investigación corresponden al mayor porcentaje de clientes, el comercio se dirige a este público permanentemente y crea estrategias para mantener su interés en la imagen y aumentarles la capacidad que tienen culturalmente de intervenir en su cuerpo.

Pero con todo lo dicho es pertinente contestar puntualmente ¿Cómo se expresa la distinción a partir del cuerpo? Haciendo uso del arreglo personal, adecuando el cuerpo, modificando la apariencia con esmaltes, maquillaje, tintes, y accesorios que tengan una alta valoración a nivel social, haciendo un uso moderado que reafirme los parámetros establecidos (reforzados en medios de comunicación) dictados por la moral, por lo que se conoce como un cuerpo sano, ejercitado, con una actitud corporal dispuesta a entrar en sociedad, con una elección común de los espacios de descanso, de los espacios vacacionales. Para adquirir este paquete completo es necesario tener un nivel económico medio, es decir que el capital económico no necesariamente debe ser alto, lo que debe es permitir al cuerpo aparentarlo, haciéndolo visible mediante la imitación y el amaneramiento.

“Para Bourdieu las relaciones económicas entre las clases son fundamentales, pero siempre en relación con las otras formas de poder (simbólico) que contribuyen a la reproducción y la diferenciación social” (García, 1990, pág. 10), con esto quiero resaltar que en la actualidad este argumento tiene validez, porque las relaciones económicas son fundamentales para seguir reproduciendo la diferencia, pero quisiera agregar que la diferencia actualmente se produce por relaciones mediadas por el capital corporal, es decir por la apariencia en sociedad. Las prácticas de arreglo corporal evidentemente crean diferencias visuales, el frecuente cuidado de la imagen personal permite distinguirse socialmente.

La clase no es objetiva, tiene que ver con unos distintivos que se expresan en el cuerpo. Hay una estética propia de la clase social y en *S.U.* se expresa una estética propia de la clase media. “La clase social no se define por una propiedad [...] sino por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes, que confiere su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas” (Bourdieu, 1998, pág. 104) En otras palabras se muestra como dependiendo del capital económico y del rol en la sociedad, una persona escoge o solicita un tipo de arreglo corporal. Es cierto que el cuerpo tiene unos límites físicos, pero también tiene unos sociales levantando una barrera entre lo que desea ponerse o hacerse y lo que logra. También es claro que todo lo que nos realizamos sobre el cuerpo proyecta un mensaje que puede abrir o cerrar puertas, este es uno de los motivos por los que la gente se arregla el cuerpo, porque es el cuerpo el que habla primero que nosotros, primero que nuestra billetera, cuenta bancaria o nuestro intelecto. El cuerpo expresa distinción, oficio, rol, edad y la pertenencia de clase.

Mis intenciones al escribir estas páginas fueron demostrar que: el arreglo corporal influye en la percepción propia y ajena, afecta las relaciones sociales, da paso a la discriminación y reconocimiento basado únicamente en apariencia, dificulta la vida para aquellos que no apropian los capitales de manera que les permita entrar en *campos* deseados. De igual forma he entendido que las clases sociales se expresan más que mediante su estrato social y sus capitales, es por su nivel de ostentación de lo poseído así:

A mayor capital económico menor exhibición de capital corporal, a menor capital corporal elaborado mayor necesidad de aumentarlo, a mayor capital económico menor necesidad de capital cultural, a mayor capital cultural mayor capital social, a mayor capital corporal mayor posibilidad de adquirir capital económico y a menor capital cultural menor posibilidad de escalar de clase social. Finalmente considero que sí continuamos perpetuando la excesiva importancia

del capital corporal modificado por encima del capital cultural y de las buenas relaciones sociales, la sociedad igualitaria, fraterna que respeta la diferencia y la acepta como beneficio estará aún más lejana que en la actualidad.



Anexos

El que sea una mujer negra la que se pregunta frente a una media si eso será la tal clase media, me hace preguntarme ¿sí ese concepto lo acuñan personas muy diferentes a ella?



Si se observa detalladamente la imagen se puede notar que el señor de saco violeta no está sentado encima de una butaca, sino de una persona, de tal manera que el analista mide la distancia entre el rico “gordo” y el pobre “flaco”, asegurando que no es mucha la distancia. La imagen es una

exageración, pero pareciese que la metáfora es contundente al expresar la resistencia de los de abajo, el trabajo de los analistas y el desinterés y la comodidad de los de arriba.

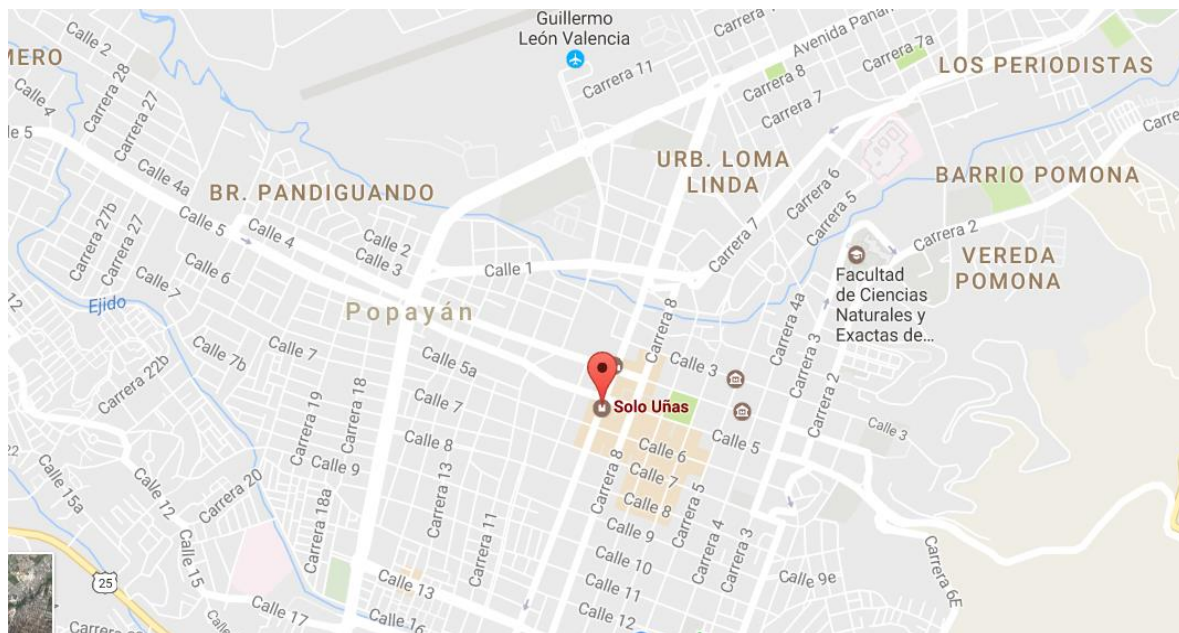
Estas dos imágenes fueron tomadas en una comunidad indígena en la selva amazónica ecuatoriana y fueron exhibidas en la Facultad de Ciencia Humanas y Sociales de la Universidad del Cauca como



una muestra de un ejercicio de antropología visual, son la evidencia fotográfica de dos procesos

de embellecimiento del cuerpo, de la forma como se hace en esta parte del mundo. En el caso de la pintura facial es para ocasiones especiales, y en el otro caso del maquillaje de uñas (mi mano), me dijeron que anteriormente se pintaban con eso, pero que se había dejado de hacer porque ya se comercializaban esmaltes. Ese color duró 3 días en mi uña.

Las dos imágenes siguientes fueron sacadas de Google Maps para ubicar el lugar de mi investigación. Esto lo hago con la intención de ubicar al lector, mostrarle el entorno del espacio que da lugar a este escenario.



Bibliografía

- Adichie, c. g. (2013). *americanah*. random house.
- Afanador, m. i. (2015). Manuales de urbanidad en la Colombia del Siglo XIX: modernidad, pedagogía y cuerpo. *historia y memoria* , 1-16.
- Arango, L. G. (2013). Género, belleza y apariencia: la clientela de peluquerías en bogotá. *Nómadas*, 184-200.
- Bautista, J. (2002). Alteraciones culturales en el cuerpo del hombre prehispanico. *Estudios Mesoamericanos*, 10.
- Beltran, M. A. (10 de noviembre de 2012). Los Indigenas Caucanos Movimiento Y Resistencia. *Revista Semana*.
- Bourdieu, P. (1987). *Cosas dichas*. barcelona: Gedisa, S.A.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. (M. Pou:, Trad.) México.: Grijalbo.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. sobre la teoria de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (1998). *La distincion criterio y bases sociales del gusto*. Bogotá: Ediciones Santillana S.A.
- Bourdieu, P. y. (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo S.A.
- Chaves, A. (1983). El hombre y su aspecto físico cultural. *Revista Universitas Humanística*, Vol.12 numero 19.
- Cobo, P. N. (2014). hombres degenerados: Los procesos de higienización en Popayán (1920-1935). *Tesis de pregrado en historia*. Popayán: Universidad del Cauca.
- Dinero, R. (2014). Industria de la belleza mueve \$600.000 millones. junio 29. *Dinero*.
- Dolmatoff, G. R. (1975). Cosmología como análisis ecológico: una perspectiva desde la selva pluvial. *vision chamanica*, 13-22.
- Douglas, M. (1998). Estilos de Pensar. En M. Douglas, *estilos de pensar* (pág. 65). londres: gedisa.
- Dragonerrante. (2016). *La curiosa historia de los barberos-cirujanos*. Obtenido de El pensante : <https://www.elpensante.com/la-curiosa-historia-de-los-cirujanos-barberos-y-los-postes-de-las-barberias/> p 8
- Fernández, J. M. (2009). la noción de campo en Pierre Bourdieu y Kurt Lewi. *Revista española de investigaciones sociológicas No 127*.
- Garcia, N. (1990). La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. En P. Bourdieu, *Sociologia y cultura* (pág. 228). mexico: grijalbo.
- García, N. (2004). Diferentes, desiguales o desconectados mapas de la interculturalidad. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals. Volumen*, 66-67: p. 113-133.
- Giddens, A. (1991). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Harris, M. (2007). *teorías sobre la cultura en la era posmoderna*. barcelona: crítica.

- Janampa, A. S. (2013). Rubias 'al pomo': la belleza y el arreglo personal femenino en sectores altos de la molina. *PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ*, 166.
- Martinez, Y. (7 de febrero de 2009). *Estudio demuestra que el lenguaje corporal expresa nuestro estatus socioeconómico*. Obtenido de tendencias21: http://www.tendencias21.net/Estudio-demuestra-que-el-lenguaje-corporal-expresa-nuestro-estatus-socioeconomico_a2952.html
- Miner, H. M. (1956). Un Ritual Corporal entre los Nacirema.
- Molina, A. M. (1936). La noche de los tiempos. madrid: SEIX BARRAL.
- Ortiz, V. (2013). Percepciones y prácticas corporales estéticas de un grupo de jóvenes universitarias afrodescendientes de Cali. *ciencias sociales CS*, 85-125.
- Ríos, G. (2016). *Cuerpos Corregidos: El valor de la belleza*. Popayán: Universidad del Cauca.
- Sahlins, M. (1988). *Cultura y razón práctica*. España: Gedisa.
- Schwarz, R. (1976). Hacia una antropología de la indumentaria: el caso de los guambianos. *Revista Colombiana de Antropología*. Vol. 20, 295-334.
- Silva, H. (1971). Problemática de los consimbolos. *Revista Universitas Humanística*, Volumen 2.
- Taussig, M. (2014). *Belleza y violencia, Una relación aún por entender*. Popayán: Universidad del Cauca.
- Uribe, C. (2008). Estratificación social en Bogotá: de la política pública a la dinámica de la segregación social. *universitas humanistica Vol.65*, 139-171.
- Uro, M. (2006). *Capital simbólico e investigación. Una nota sobre el capital corporal. Educación Física y Ciencia* . 7.
- Vergara, A. (2013). *Cuerpos y territorios vaciados*. cali: icesi.
- Villada, E. (1997). Análisis de los estilos de vida en los 90`s barrio Nuevo Tequendama (Santiago de Cali),. *Tesis de pregrado*. Popayán.
- Wallace, A. (14 de 09 de 2014). *www.bbc.com*. Obtenido de como los colombianos hablan de sí mismos divididos en clases sociales: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140919_colombia_fooc_estratos_aw
- Watkins, G. J. (2005). Alisando nuestro pelo. *La gaceta de cuba*, pp. 70-73.
- Whiteford, A. H. (1963). *Popayán y Queretaro*. Bogotá: Editorial Iqueima.

Web grafía

Consultado en: https://es.wikipedia.org/wiki/Actos_de_habla. El 14 de abril del 2018

Consultado en: <http://pierrebourdieuidayobra.blogspot.com.co/p/marco-teorico-el-principio-de-la-accion.html>. El 6 de abril del 2018

Consultado en <http://www.salud180.com/salud-dia-dia/7-peligros-que-puedes-encontrar-en-un-salon-de-belleza>. 3 de abril del 2018

Consultado en <http://www.beautymarket.es/peluqueria/las-enfermedades-de-los-peluqueros-peluqueria-6161.php>. 3 de abril del 2018

Consultado en <http://www.salud180.com/salud-dia-dia/salones-de-belleza-un-riesgo-para-tu-salud>. 3 de abril de 2018

Consultado en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=14756>. 3 de abril del 2018.

Consultado en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=1177>. 3 de abril del 2018

Consultado en http://biblioteca.saludcapital.gov.co/img_upload/03d591f205ab80e521292987c313699c/resolucion-2117-de-2010.pdf. 3 de abril del 2018.

Marcos Severi: autor caricatura en página 95 tomado de

<https://www.google.com.co/search?q=severi+individualismo&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=MYkWspEpAna1ZM%253A%252C->

[WTOv75nx8pPdM%252C_&usg=__ziLnzRAAt6suay5027PHBfx8k5gk%3D&sa=X&ved=2ahU](https://www.google.com.co/search?q=severi+individualismo&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=MYkWspEpAna1ZM%253A%252C-WTOv75nx8pPdM%252C_&usg=__ziLnzRAAt6suay5027PHBfx8k5gk%3D&sa=X&ved=2ahU)

[KEwiR75Df6PTaAhUkpFkKHbwpAcEQ9QEwAXoECAAQMg&safe=active&ssui=on#imgrc=](https://www.google.com.co/search?q=severi+individualismo&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=MYkWspEpAna1ZM%253A%252C-KEwiR75Df6PTaAhUkpFkKHbwpAcEQ9QEwAXoECAAQMg&safe=active&ssui=on#imgrc=)

[LQx77lrCDL0BnM](https://www.google.com.co/search?q=severi+individualismo&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=MYkWspEpAna1ZM%253A%252C-LQx77lrCDL0BnM)