

VII CONGRESO LATINOAMERICANO DE ESTUDIOS DEL TRABAJO. EL TRABAJO EN EL SIGLO XXI. CAMBIOS, IMPACTOS Y PERSPECTIVAS.

GT 07 - Trabalhos e Trabalhadores não convencionais no capitalismo global

Título: PELUQUEROS, ESTILISTAS Y BARBEROS: Hegemonías masculinas e identidades laborales en peluquerías y barberías bogotanas.

Nombre: Jeisson –Alanis- Bello Ramírez. Socióloga, Candidata a Magister en Estudios de Género. Universidad Nacional de Colombia.

Resumen simple:

Desde los aportes de las teorías feministas sobre varones y masculinidades, y los estudios sobre el trabajo emocional y corporal en la industria de la belleza, este artículo analiza las distintas identidades laborales y las subjetividades masculinas, que se configuran en el campo de las peluquerías y barberías de Bogotá - Colombia. Se identifican las características de los trabajos que desempeñan los varones en este campo y las luchas simbólicas que se generan para diferenciar las profesiones y jerarquizar las identidades masculinas de acuerdo a líneas de clase, raza, género y sexualidad. Apropiando la categoría analítica de masculinidad hegemónica, se reconocen tres posiciones en lucha en el sector de las peluquerías: los “barberos hip-hop”, los “estilistas gay” y los “artistas de la peluquería”.

Palabras clave: masculinidades, peluquerías, trabajo emocional, identidades laborales.

Descripción general del trabajo de investigación:

En este artículo analizo las identidades profesionales, las luchas de poder y las subjetividades masculinas, que configuran diversos hombres que trabajan en el sector de las peluquerías y barberías en Bogotá. Para comprender las particularidades del trabajo de estos varones en las peluquerías y barberías, me baso en los aportes de distintas sociólogas feministas, que han reflexionado sobre las dimensiones del *trabajo emocional*, en el marco de los servicios estéticos y corporales (Black, 2004; Gimlin, 2002; Kang, 2010).

En las profesiones de la belleza el *trabajo emocional* es exigido como competencia y habilidad incorporada al trabajo de atención al cliente y es requisito para el desarrollo exitoso del mismo. En esta medida, le es demandado al trabajador o la trabajadora, que induzca o reprima sentimientos a fin de ponerse en el lugar del otro-a, de entender sus emociones y necesidades particulares, controlando las propias. Implica estar física y emocionalmente al servicio del cliente, comprender y responder a sus necesidades (Arango, 2010: 99).

Estilistas, peluqueras, manicuristas, incorporan estas habilidades con el fin de retener y volver fieles a un grupo estable de clientes, en un contexto de mercado competitivo y fluctuante. El *trabajo emocional* se expresa a través de diferentes estilos según los contextos y posiciones de clase, raza, género y sexualidad, en los que se desarrollen las interacciones entre trabajadores y clientes del sector de la belleza. Por otro lugar, la socióloga asiático-americana Miliann Kang (2010), propone el concepto de *trabajo corporal*, para designar aquellos intercambios comerciales en el que las trabajadoras de los servicios, atienden el bienestar físico y la apariencia de la clientela, mediante un contacto directo con el cuerpo (tocar, acariciar, masajear), al tiempo que realizan un trabajo emocional.

Los enfoques sobre trabajo corporal y trabajo emocional en el marco de la industria global de la belleza, han girado alrededor de las experiencias y trayectorias laborales de mujeres en diferentes posiciones sociales, culturales, étnicas y raciales. Estos estudios reflexionan principalmente sobre las trabajadoras de la belleza en los oficios de

manicure, peluquería y servicios de estética (Black, 2004; Gimlin, 2002; Kang, 2010). Existe un gran vacío sobre la participación de los hombres y la construcción de identidades masculinas al interior de estos análisis. En estos trabajos los hombres han aparecido como sujetos homogeneizados, posicionados como clientes pero nunca como trabajadores de la belleza. Poco se sabe sobre las relaciones de hegemonía, subordinación y marginación, que practican los diferentes actores masculinos que suscriben sus luchas materiales y simbólicas, al interior del campo de peluquerías y barberías a nivel local.

Por ello, en este artículo enfatizo las concepciones que tienen sobre su oficio algunos “estilistas gay”, “peluqueros artistas” y “barberos afro”, y cómo estas concepciones se relacionan con identidades de género, raza, clase y sexualidad, en las luchas por las hegemonías masculinas en el sector. Así mismo, destaco las estrategias que generan para conservar su privilegio como varones, en un campo laboral altamente feminizado.

Los análisis aquí propuestos provienen de mi participación en el proyecto *“Microempresas, género y trabajo en el sector servicios: el caso de las peluquerías y salones de belleza”*¹, pesquisa adelantada en Bogotá, durante los años 2011 y 2012. El trabajo de campo de esta investigación tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo. En el trabajo cualitativo se elaboraron 65 entrevistas a profundidad a trabajadoras-es y propietarios-os en diferentes oficios, relacionados con la peluquería y la belleza. Se visitaron diversos establecimientos (peluquerías, salones de belleza y barberías) ubicados en tres zonas diferenciadas por ubicación de clase en Bogotá: zona popular, media y alta; finalmente, se realizó observación participante de la cotidianidad de trabajo en estos

¹ Esta investigación cuenta con dos fases, la primera: ““Los servicios estéticos y corporales en las nuevas configuraciones del trabajo: empleo, trayectorias sociales y construcción social de la diferencia” (2010-2011); proyecto dirigido por Luz Gabriela Arango, profesora asociada de la Escuela de Estudios de Género y financiado por la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Colombia, en este proyecto participó el profesor Javier Armando Pineda de la Universidad de los Andes. En la segunda fase, “Microempresas, género y trabajo: el caso de las peluquerías y salones de belleza” (2011-2012), el proyecto fue aprobado y financiado por COLCIENCIAS, es dirigido conjuntamente por las profesoras Luz Gabriela Arango y Javier Pineda Duque. Alejandra Ramírez, participó como asistente y estudiante de la Maestría en Estudios de Género de la Universidad Nacional. Las reflexiones que aquí presento están apoyadas en el trabajo colectivo del equipo de investigación mencionado.

lugares, siguiendo la metodología de análisis de los campos del sociólogo Pierre Bourdieu.

Algunos resultados de los principales hallazgos de esta investigación señalan que los hombres que se desempeñan como trabajadores del sector de la peluquería y los salones de belleza, reivindican una primacía masculina de sus saberes en materia de cortes, estilos y técnicas por encima del trabajo realizado por las mujeres. Los discursos de “estilistas gays” y “peluqueros artistas”, hacen eco de las llamadas “nuevas masculinidades” para afirmar una versión en apariencia diferente de la masculinidad “tradicional”. Estas “nuevas masculinidades” no alteran las relaciones desiguales de poder entre géneros, sino que por el contrario, estos agentes apropian la feminidad y las experiencias sensibles asociadas a las mujeres, para expandir los privilegios que ya tienen como varones, valorizar su trabajo emocional y corporal, y ocupar los oficios más rentables, más reconocidos y de mayor proyección.

Por otro lugar, los discursos de los barberos hip-hop se presentan como la reivindicación de identidades étnicas y juveniles logrando posicionarse con éxito en el nicho de mercado de los cortes “americanos”. El auge de estos establecimientos entre hombres jóvenes negros y no-negros se debe también al “rescate” de los valores masculinos patriarcales de las barberías tradicionales en decadencia. Estos lugares suponen espacios de homosociabilidad, así como centros para la creación de estéticas contestatarias y no convencionales ligadas al arte del peinado afrocolombiano. La asunción de una masculinidad hopper por parte de los barberos, se presenta como la negación de cualquier forma de feminidad en su trabajo corporal y emocional, en la atención especializada de varones, el uso de máquinas eléctricas de afeitar, la formación de “calle” y el rechazo de gays y mujeres en las barberías y en el dominio de los “estilos americanos”.

La homofobia, el racismo, y las jerarquías de clase, son elementos importantes que estructuran sus trayectorias laborales, así como las relaciones de hegemonía, y subordinación entre trabajadores del sector. El estigma de “loca peluquera”, la violencia heterosexista del núcleo familiar y la segmentación laboral marcada por la orientación sexual, han situado a los hombres gay en una posición ambivalente como trabajadores de la belleza. De un lado, han adquirido fama y reconocimiento al ser precursores de la

peluquería “moderna” en el país y han logrado insertarse con bastante visibilidad en la industria mediática y el campo del modelaje y los reinados de belleza. De otro lado, la homofobia y el estigma siguen acechando la vida de muchos estilistas y peluqueros quienes luchan constantemente por evitar las injurias que los inferiorizan como seres aberrados y abyectos. En este sentido, la peluquería es para estos sujetos mucho más que un lugar de trabajo, es un lugar de contención que la matriz heterosexual ha creado para depositar los cuerpos indeseables de gays, locas y transgeneristas.

En una forma semejante, la segmentación del mercado de trabajo por raza y etnicidad, ha convertido a las peluquerías afro en nichos de empleo segregados para las personas negras migrantes del pacífico colombiano a Bogotá. El racismo cotidiano blanco-mestizo de la sociedad colombiana y la imaginaria colonial existente sobre las personas negras, en el marco de una sociedad multiculturalista, ha generado que el trabajo de barbero afro además de constituirse como un trabajo que re-actualiza las tradiciones éticas y estéticas de los pueblos afrocolombianos, se esgrima como un sector de trabajo marcado racialmente y por lo tanto, minusvalorado y exotizado por la sociedad blanco-mestiza dominante.

Por último, es innegable la existencia de una hegemonía masculina en las profesiones relacionadas con la belleza y la peluquería. La mayor presencia de hombres en las peluquerías de “alto nivel” como propietarios y empresarios que han amasado un rico capital social y un alto fogueo con las élites locales, ha posibilitado la emergencia de una nueva categoría de “servidores de lujo”, que se identifican con discursos vanguardistas, artísticos e internacionales que dominan la escena de la belleza y la moda bogotana. Este trabajo artístico busca distinguirse del trabajo de numerosas mujeres estilistas, cuyas labores se perciben como más cercanas a la esfera del trabajo doméstico o un trabajo de baja exigencia creativa.

Bibliografía

ARANGO, Luz Gabriela (2010). "Género e identidad en el trabajo de cuidado". En: De la Garza y Neffa (Coordinadores) Trabajo, Identidad y Acción colectiva. México D.F: Plaza y Valdés Editores. Pp. 81-108.

BLACK, Paula (2004). The beauty industry. Gender, Culture, Pleasure, London: Routledge.

CONNELL, R.W (1995). Masculinities. Los Angeles: University of California Press.

CORREA MONTOYA, Guillermo (2010). "Identidades laborales de hombres fuera de un orden sexual regular". En: De la Garza y Neffa (Coordinadores) Trabajo, Identidad y Acción colectiva. México D.F: Plaza y Valdés Editores. Pp. 185-200.

GIL, Franklin (2008). "¿Para qué [estudiar a] los hombres? Hombres, feminismo y estudios sobre masculinidades". Ponencia presentada en el III Coloquio Internacional de Estudios sobre Varones y Masculinidades, Medellín, disponible en:<http://www.disisex.org/documentos-disidencia-sexual/iii-coloquio-internacional-de-estudios-sobre-varones-y-masculinidades/ponencias/2-franklin-gil-hernandez.pdf>

GIMLIN, Debra (2002). "The hair salon. Social class, Power and Ideal Beauty". En: Gimlin, D (editor) Body Work. Beauty and self-image in American culture. Los Angeles: University of California Press. Pp 16-49.

KANG, Miliann (2010). The managed hand. Race, Gender, and the body in beauty service work. Los Angeles: University of California Press.

VARGAS, Lina María (2003). Poética del peinado afrocolombiano. Bogotá: IDCT, Alcaldía Mayor de Bogotá.

VIVEROS, Mara (2008). "Teorías feministas y estudios sobre varones y masculinidades. Dilemas y desafíos recientes". En: Ramírez Rodríguez y Uribe Vázquez (coordinadores) Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres. México: Plaza y Valdéz.