



¡Qué lindas tus uñas! ¿Te las hicieron las colombianas?:
Estudio sobre los centros de belleza como lugares de interculturalidad

Memoria de Título para optar al Título de Antropóloga Social

Estudiante: Rayen Ibacache Silva

Profesora Guía: Carolina Franch Maggiolo

Santiago, 2019



Agradecimientos

Esta Memoria de Título no hubiese sido posible gracias a un sin número de personas que me han apoyado a lo largo de mi formación como Antropóloga Social. Es imposible nombrarlos y nombrarlas a todos y todas, por lo que quiero destacar a quienes han sido fundamentales en este proceso.

A todas las mujeres que me permitieron realizar este estudio y que me dieron el permiso de ingresar a “su hogar”. Gracias Andrea, Aira, Shirley, Rosie, Yembry, Claudia, Natalia, Jessica y Gaby, por darme la oportunidad de trabajar con ustedes, por el interés que demostraron en este trabajo, por todas las risas y el cariño, y por su constante preocupación por mis avances. Fue un gusto asistir a verlas y compartir durante tanto tiempo. Este trabajo es para ustedes.

A mi familia humana y no humana, gracias por su cariño incondicional todas las veces que dudé de mí misma, así como por su paciencia infinita durante toda mi carrera. Me han entregado las herramientas necesarias para ser mejor persona y por lo tanto, mejor profesional.

A mi mamá, Angelina, por creer en mí y en mi proyecto. De no ser por ella, jamás hubiera identificado la problemática que abordé en esta investigación. Gracias por todas y cada una de las palabras de aliento, por el amor, por tus velas prendidas, y por todos los mensajes que a la distancia me escribiste y que, al fin y al cabo, me ayudaron a continuar y terminar esto. Esta memoria definitivamente es para ti.

A Malvina, por mantenerme viva para poder llegar a dónde estoy, por sus conversaciones, sus bromas y, sobre todo, por cuidar a mi mamá todas las veces que lo necesitó. Te adoro, y no puedo dejar de agradecerte estar presente en mi vida. Mi título también es tuyo.

A mis amigos y amigas, a todos y todas las personas que se preocuparon por mí y que demostraron interés en mi trabajo, que me prestaron un lugar en sus casas para trabajar, y que me otorgaron un espacio en sus corazones dándome su apoyo, un tecito, una palabra de aliento y su cariño durante toda esta etapa. Han sido fundamentales para poder sentirme en casa. Les quiero mucho.

A Rolando González, por ser mi pedacito de norte en Santiago, por compartir el diagnóstico respecto a la importancia de estudiar fenómenos corporales desde la disciplina, por sus infinitas conversaciones compartiendo marcos teóricos y por brindarme su amistad afectiva y académica. Eres y has sido un apoyo fundamental para rearmarme cuando me desmoroné. Gracias por tanto, te quedo debiendo mucho.

A Francisca Vezzani, por creer más en mí que yo misma y por su infinito interés en este trabajo. Sé que se vienen más proyectos en equipo, y así como contribuiste con



retroalimentaciones a esta memoria, podremos seguir avanzando y co-construyendo. Gracias por todo amiga.

A Isidora Lea-Plaza, por ser mi segunda familia en Santiago, por apoyarme cuando más lo necesité, por vivir de alguna forma este proceso juntas y por tantas conversaciones que me permitieron aclarar lo que quería hacer. Gracias por acompañarme a descubrir la Antropología Social.

A Daniela Venegas, por el apoyo gráfico y por sus consejos desde la Arquitectura, elementos que me permitieron ver más allá de lo que la disciplina me había sesgado a observar. Gracias también por todo el tiempo que me escuchaste, que me aconsejaste, y que me acompañaste a trabajar, salvándome de mi misma con un café de media tarde. Te adoro.

A mis profesores, Verónica Tapia y Walter Imilan, que a fuerza de sangre y sudor nos enseñaron –a todo un curso- a hacer etnografía. Gracias también por abrir nuestros horizontes temáticos en la Antropología, para llegar más allá de “lo clásico”. Y sobre todo, gracias por plantearnos grandes desafíos y creer en nuestras capacidades. Si no nos hubiesen exigido como lo hicieron, definitivamente sería menos Antropóloga de lo que soy ahora.

A José Isla, por enseñarme que toda investigación siempre es un éxito si saben analizarse sus resultados, y por su puesta en valor del uso de la Etnografía. También gracias por el acompañamiento y su compromiso con la fase de diseño del proyecto que condujo a la escritura de esta Memoria de Título. No hubiese sido lo mismo, de ninguna forma, sin su seguimiento inicial.

Finalmente, a Carolina Franch, mi profesora guía, por enseñarme todo aquello que no aprendí en la carrera en un tiempo récord. Gracias por enseñarme a escribir académicamente, a analizar y a identificar cuándo un trabajo de campo ha acabado. Sin sus comentarios no habría logrado plasmar todo lo que ocurría en mi cabeza. Gracias, finalmente, por apostar por esta Memoria de Título, por todo el tiempo invertido y por su claridad y sinceridad al corregir. Ha sido definitivamente la mejor profesora guía para esta Memoria de Título.

A Karla Montero, por su disposición, su eterno compromiso y entrega no sólo conmigo, sino que con todos y todas las estudiantes de la carrera, por siempre recibarnos con una sonrisa, y por darnos palabras de aliento y consejos cuando más lo necesitábamos.



Índice

I. Presentación.....	5
II. La migración colombiana y la belleza desde las ciencias sociales: antecedentes y problematización.....	6
La migración colombiana en Chile.....	6
La población colombiana y los servicios personales: prácticas de embellecimiento	11
La introducción de las prácticas de belleza colombianas en Chile.....	14
La interculturalidad como herramienta de abordaje de la problemática	16
Objetivos de investigación.....	18
III. Interculturalidad, territorio y belleza: Encuadres Teóricos para la exploración	19
IV. Abordar el centro de belleza como lugar de encuentro: Marco Metodológico.	25
V. Análisis.....	29
¿Cómo se construye territorialmente un centro de belleza?	29
¿Quiénes habitan, residen y visitan Bonita Express?	52
Dinámicas de la habitabilidad: Interacciones materiales e interacciones sociales.	68
Construcción de la belleza desde las manos y los pies	82
VI. Conclusiones.....	98
VII. Bibliografía	104



I. Presentación

La siguiente Memoria de Título se basa en la etnografía realizada en un centro de belleza colombiano donde se realiza manicure y pedicure ubicado en la comuna de Santiago, en la Región Metropolitana y plantea la observación de estas prácticas de belleza, a través de las cuales se pueden visibilizar dinámicas culturales que se expresan en un espacio homosocial generizado. Este encuentro de mujeres da cuenta de un territorio que las congrega debido y en torno a la belleza, entendida ésta como lenguaje que reúne saberes femeninos históricos mutables y en constante reactualización.

Se propone que estos espacios homosociales donde se encuentran interaccionando distintas culturas, y que han sido desalojados inicialmente de una mirada reflexiva desde la academia, pueden comprenderse y ser instancias donde identificar mandatos de género, saberes hegemónicos, y diferencias entre etnia, raza y clase, poniendo en juego distintas formas de concebir una realidad social.

La investigación tiene como sustento teórico, por lo tanto, la noción de interculturalidad para dar respuesta a la forma en que ocurren y se producen los intercambios económicos y sociales en torno a las prácticas de embellecimiento.

Para tal efecto, se incurre en una primera visión territorial que permite caracterizar georreferencialmente y socialmente el lugar donde se efectúa la actividad, dando cuenta de todo el inventario cultural que compone este espacio. Posteriormente se analizan las maneras en que las corporalidades ingresan, se movilizan y se agencian en éste, a la vez de mencionar las distintas interacciones que se producen –materiales y sociales- entre los diversos elementos que permiten construir un diálogo de intercambio cultural estético.

Finalmente, se señalan las nociones de belleza asociadas al cuidado de manos y pies, así como los cambios que han ocurrido en el contacto con otros saberes de embellecimiento y el rol protagónico que tiene el caribe en este escenario, específicamente las mujeres caribeñas.

Todo esto se ha obtenido por medio de la metodología cualitativa propia de la Antropología social, utilizando la observación etnográfica como principal propuesta de recolección y análisis de los datos.



II. La migración colombiana y la belleza desde las ciencias sociales: antecedentes y problematización

La migración colombiana en Chile

Desde sus orígenes, Chile ha sido un país que ha recibido y expulsado población migrante en distintas fases de su historia republicana: la migración ultramar (finales de siglo XIX y principios del XX), el éxodo migratorio tras el Golpe militar (1973 - 1988) y, actualmente el proceso de migración intrarregional (Stefoni, 2003), hechos que propiciaron diversos desafíos en tiempos y espacios diferentes. La última oleada migratoria ha sido el foco de abundantes y emergentes investigaciones, reduciendo estos estudios fundamentalmente a la indagación del perfil de los y las trabajadores/as migrantes, y a las dinámicas sociales aparejadas a la visibilización del extranjero/a, como las expresiones de racismo y discriminación.

Esto coincide con el fuerte crecimiento de la población de extranjeros/as en el país entre los años 2002 y 2012, (Arriagada, 2014), atribuida por los estudiosos del tema al regreso democrático, y la consecuente estabilidad política y económica adquirida desde entonces (Stefoni, 2003; Acosta, 2010). Al respecto, también se ha considerado el hecho de que Chile se ha ubicado en el segundo lugar dentro de los países con mayor Producto Interno Bruto per cápita en la región, lo que ha terminado por posicionarlo como un país altamente atractivo para los/as migrantes en términos financieros (Toro, 2015).

Frente a esta situación, sin embargo, el país aún no se ha hecho cargo de los desafíos que éste reciente fenómeno le ha impuesto, manteniendo una ley migratoria basada en el sustento ideológico de la seguridad nacional que arrastra desde la época de la Dictadura en el año 1975 –bajo el D.L. 1094-. Actualmente, esta norma jurídica determina el ingreso de personas al país bajo la idea de una migración regulada y segura, manteniendo implícitas las mismas bases teóricas que permitieron el surgimiento del Decreto de Ley mencionado. A este fin, se le ha sumado la visión del costo-beneficio del potencial ingreso de migrantes, lo cual nos habla de una consideración estratégica que podría asumirse con fines asimilacionistas de estas poblaciones extranjeras –Proyecto de Ley Migraciones N°2891- (Stang, 2016).

Por ello en el año 2008 se realizó un instructivo ministerial enfocado en cambiar la actual Ley transformando la noción de seguridad del país frente al o la migrante que ingresa hacia el aseguramiento y cuidado de su trayecto migratorio, poniendo entonces el énfasis en impedir el tráfico de personas. De esta manera el planteamiento inicial de la regulación de la migración con la finalidad de mermar el posible riesgo hacia la población local se desplaza, proponiendo una mirada donde estas nuevas poblaciones representan un potencial beneficio para el Estado bajo la idea de la integración. Lo anterior jamás llegó a concretarse, debido a que se mantuvo estancado en trámites parlamentarios sin siquiera alcanzar a ser debatido en sala (Stang, 2016, pág. 85).



Este es el contexto al que las actuales poblaciones que migran a Chile deben enfrentarse, validando su estadía demostrando que no representan una amenaza para el país, sumándose a la búsqueda urgente por conseguir la residencia definitiva que les garantice la estadía dentro de este territorio sin miedo a retornar a sus países. La adquisición de permisos de permanencia, a su vez, se ve asociada a la obtención de trabajos con contrato, lo que muchas veces se traduce en un conflicto doble, pues para mantener una condición laboral estable (es decir, no ser expulsados/as) acaban por volverse completamente dependientes de sus empleadores (Stefoni, 2001), quienes, bajo esta posición de poder casi absoluto, pueden incurrir en abusos en conocimiento de ello. Esto conlleva a una alta precarización y vulnerabilidad por parte de quienes migran a nuestro país.

Con respecto a la población migrante colombiana, esta se debe caracterizar a modo general para poder comprender los flujos históricos de emigrantes que han tenido. Morad, Bonilla & Rodríguez (2011) han señalado que la migración internacional de la población colombiana

(...) ha sido un proceso en permanente ascenso, y está caracterizada por la heterogeneidad de las procedencias regionales desde las cuales se origina el flujo migratorio, las condiciones socioeconómicas, de género, étnicas y generacionales de quienes emigran, así como la diversidad en los destinos elegidos. (pág. 2041)

Desde las primeras oleadas migratorias en los años sesenta, Colombia se ha establecido como un país donde su población ha emigrado por casi las mismas razones actuales, mejoras en su calidad de vida y mayores oportunidades laborales, siendo actualmente el país sudamericano con mayor cantidad de emigrantes con un número estimado de 4.700.000 según el Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia (OIM, 2013, pág. 42). Sin embargo, actualmente el contexto se ve agravado debido a dos principales causas (Acosta, 2010), siendo la primera de ellas la crisis económica sufrida por el país en la década de 1990, donde debido a las altas tasas de desempleos que se vivieron en los sectores poblacionales medios y bajos gatilló a la migración de un integrante por familia como medida para mantener las condiciones de vida que tenían previo a esta crisis. Por otra parte, la segunda causa se asocia a la situación de violencia e inseguridad provocada por el conflicto armado interno¹, que en respuesta a los intereses económicos de ciertos grupos armados, distintas zonas potenciales de riqueza comienzan a ser apropiadas por éstos, con la consecuente expulsión de la población de esos espacios afectando específicamente al campesinado colombiano. Esta disputa territorial a su vez instaura una ideología y la legitima a través del uso de la violencia al considerar a todas aquellas personas que van en contra de sus ideales o que simplemente no se enmarcan dentro de lo que ellos les estipulan, como blancos militares, lo que también tiene como consecuencia la emigración.

¹ El conflicto interno y armado lleva más de 50 años asolando el territorio colombiano. La mayor disputa se produce entre las FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia), el ELN (Ejército de Liberación Nacional), remanentes de las AUC (Autodefensas Unidas de Colombia), fuerzas estatales y carteles narcotraficantes.



De esta manera, la corriente migratoria colombiana se ha concebido en dos grandes grupos: los/as migrantes laborales y los/as migrantes por refugio (Ortegón, 2008). Unos/as y otros/as migran a Chile tanto por cambio de moneda favorable, mayor cantidad de redes sociales de colombianos/as, mayor acceso y oportunidades de empleo, como por la búsqueda de tranquilidad y seguridad. Sumado a esto, no podemos olvidar mencionar que Chile posee comparativamente mayor facilidad de recepción migratoria en relación a otros destinos como EE.UU y Europa debido a la posibilidad inicial de ingresar a nuestro país en calidad de turistas (OIM, 2015; Acosta, 2010).

Las cifras señalan que, para el caso chileno, los y las migrantes representan el 2,5% de la población nacional, es decir, se estima que 441.529 personas son inmigrantes (Libertad y Desarrollo, 2014), de los cuales la población colombiana ha llegado a constituir la segunda colonia inmigrante de relevancia cuantitativa, siendo solo antecedida por la población peruana (Toro, 2015). Si bien, no existe aún un número certero al respecto, las estimaciones² de Casen 2013 (2015) y Casen 2015 (2016) señalan respectivamente un 13,8% correspondiente a una cifra de 354.581 y un 13,6% equivalente a un 465.319 de inmigrantes. Por otra parte, el Departamento de Extranjería y Migración (2016), ha señalado el incremento sostenido de esta población, aumentando desde el año 2005 al 2014 en un 394%, marcando un antes y un después en el análisis migratorio académico, ya que desplaza a las colonias migrantes boliviana y argentina (poblaciones antes mayoritarias) en términos numéricos en tan sólo un lapso de 10 años.

Otro dato interesante de mencionar es que según las motivaciones que llevan a migrar y los fines que cada individuo persiga, las redes sociales que se establecen en Chile influyen de forma determinante para lograr lo esperado (Ortegón, 2008). Sin embargo, siendo éstas fundamentales para el ingreso al mundo laboral por parte de esta población, dichas redes se presentan de formas distintas a los y las colombianos/as dada su procedencia de una u otra región de Colombia³, lo que está estrechamente ligado a las diferenciaciones sociales, raciales y de género originarias de su país y que continúan manifestándose en Chile.

² Los instrumentos de medición mencionados otorgan una complejidad en su consideración puesto que las variables que utilizan son distintas; mientras la Casen ocupa la categoría de “inmigrante internacional” entendiéndose por esta cualquier persona residente en una vivienda particular cuya madre, al momento de nacer, residía en otro país, el Departamento de Extranjería y Migración (DEM) realiza sus estimaciones en base a los permisos de residencia definitiva otorgados según el Censo 2002 (considerando todos los permisos entregados el día posterior a la fecha de realización de esta encuesta). Si bien podemos colocar en común los diagnósticos realizados, no podemos hacer lo mismo con los porcentajes considerados. No obstante, la mayoría de las investigaciones abocadas al ámbito de la migración utilizan los datos de las respectivas encuestas Casen citadas. Por otro lado, analizando los censos poblacionales de los años 1992-2002, se ve un aumento de 0,011% del total de la población frente a un posterior 0,027%, llegando en un lapso de una década casi a triplicarse.

³ Polloni & Matus (2011) han señalado cinco ejes identitario-regionales o regiones: 1. Región Caribe; 2. Región Pacífico; 3. Región Andina; 4. Región Orinoquia; 5. Región Amazonía. De éstas, las tres



La mayor cantidad de migrantes hombres y mujeres proviene del Valle del Cauca y del puerto en el Pacífico de Buenaventura, correspondiente a la Región Caribe, población con rasgos afrodescendientes. Esto habla de una población particular con un sello propio colombiano, aparejado a una estratificación social que repercute en las características laborales, residenciales y educacionales⁴ que estas personas tendrán en Chile.

Para el 2014, el DEM (2016) estimó que un porcentaje de 61% de migrantes colombianos, independiente de su región de procedencia, se concentraban en la Región Metropolitana, distribuyéndose mayormente según Toro (2015) en la comuna de Santiago Centro (59,22%), seguida por Las Condes (15,15%), Quilicura (3,85%) y Providencia (3,20%) para el año 2013. Sin embargo, hay que considerar que este dato implica una diferenciación residencial por estudios: la mayoría de la población colombiana que tiene formación universitaria se encuentra en la Región Metropolitana (OIM, 2015), lo que se liga directamente a las características etno-raciales y a la región de procedencia. Para ejemplificar esto, distintas estadísticas muestran que la población afrocolombiana suele obtener los trabajos de mayor exigencia física y menor remuneración (OIM, 2015). De esta forma, los espacios geográficos que habitaban anteriormente a su trayecto migratorio inciden en las posibilidades que tendrá la población colombiana de inserción futura en nuestro país, atendiendo a las diferenciaciones por clase, por identidad etno-racial y por género que se tenga.

Los estudios que caracterizan a la población migrante colombiana suelen no detenerse en hacer distinciones por género, sino que entregan elementos que permiten identificar al grupo en su totalidad, a pesar de que se reconoce como heterogéneo y se hace hincapié en particularidades (como la diferenciación regional anteriormente mencionada). No obstante, hacer estas distinciones es sumamente relevante, puesto que nos permite prestar atención a fenómenos que de otra manera omitiríamos, por ejemplo, que la actual migración colombiana es mayoritariamente femenina. Al respecto, la OIM (2013) ha señalado que efectivamente la migración en Chile ha experimentado un proceso creciente de feminización, siendo ciertas nacionalidades las que presentan más esta característica que otras, correspondiendo el mayor porcentaje a las migrantes colombianas, quienes representan el 58,8% del total de personas de nacionalidad colombiana en nuestro país, para el año 2014 (DEM, 2016).

Este fenómeno de feminización de las poblaciones migrantes coincide con el creciente aumento de la incorporación laboral de la mujer chilena al mercado del trabajo nacional

primeras son las principales ciudades de procedencia de la migración colombiana en Chile, correspondiendo a Buenaventura y Cali de la Región Pacífico, Barranquilla y Cartagena de Indias de la Región Caribe, y Bogotá y Armenia de la Región Andina (OIM, 2015).

⁴ Diferencial dentro de la misma población colombiana y frente a otras poblaciones migrantes, ya que el nivel educativo de los/as colombianos/as es generalmente mayor que el de migrantes bolivianos/as y peruanos/as (OIM, 2015).



(OIM, 2013). Así, el rango etario mayoritario (90,38%) en que las mujeres colombianas migran es de 15 a 59 años, es decir, en edad productiva (DEM, 2010), reforzando el carácter laboral de esta migración.

Las distintas identidades regionales colombianas, así como sus diferencias entre género, se ponen en juego en un nuevo espacio en donde el/la migrante debe reelaborar su identidad post-migración (Polloni & Matus, 2011). Se vuelve necesario entender entonces que los/as migrantes no son sujetos homogéneos, sino que responden a la interseccionalidad de las variables de clase, etnia, territorialidad y género. Por otra parte, también podemos ampliar la mirada académica que ha tendido a enfocar el fenómeno migratorio como unidireccional, es decir, desde un punto de inicio a un punto de término, puesto que los cambios socioculturales que se producen no sólo afectan a quienes deben instalarse en un nuevo país, sino que también repercuten en los/as nativos/as de éste. Existen ciertos/as autores/as que han propuesto ir un poco más allá, señalando que este contacto entre migrantes y locales también transforma las estructuras sociales, culturales y políticas del país de origen. Esto es lo que señala Guarnizo (2006) para el caso colombiano, mencionando que el país hoy responde a uno de tipo de “formación social transnacional”

lo cual significa que las múltiples matrices de poder (político, económico, social) que estructuran a la sociedad así como a la producción, reproducción y transformación de la cultura que modela la identidad nacional, trascienden la jurisdicción territorial nacional y tienen lugar en un espacio transnacional en el cual los que viven “acá” (los residentes dentro del territorio nacional) interactúan con, influyen a, y son influenciados por los que viven “allá” (los colombianos residentes en múltiples destinos extranjeros. (págs. 80-81)

En otras palabras, es interesante destacar que ciertos elementos culturales trascienden los límites nacionales, manifestándose en un lugar donde los/as habitantes que permanecen en Colombia terminan por influenciar e interactuar con los/as connacionales que se encuentran, en este caso, en Chile, lo que establece un doble contacto, con el lugar de origen y con el lugar de destino. Esto, por lo tanto, permite introducir nuevas prácticas bajo parámetros “propios locales” en diálogo con lo “ajeno foráneo” en un constante proceso de cambio. Nuestra perspectiva posiciona el tema de la estética y la belleza que se manifiestan en nuestro país, como nicho económico de inserción laboral masivo de población femenina colombiana, y que puede ser pensado bajo esta misma mirada.



La población colombiana y los servicios personales: prácticas de embellecimiento

Colombia, para el resto del mundo Latinoamericano y en general, ha sido muchas veces asociada a dos estereotipos principales que son la belleza y el narcotráfico. Ambos actúan en los países receptores como parte de procesos de xenofobia y discriminación en cuanto a la esencialización de su población en estas dos categorías. Principalmente el narcotráfico ya que es la más estigmatizada, funcionando como prejuicios sobre el cual se basa el señalamiento de personas como causantes de ciertos males particulares en un país (Mejía, 2007).

Pese a ello, más allá de los prejuicios que rondan en el sentido común de la gente, algunas exploraciones se han abocado a desentrañar el nodo que enlaza la belleza y la violencia (producto del narcotráfico y de los conflictos internos), tomando estos estereotipos y analizándolos en profundidad. Es el caso de Michael Taussig (2014), quien señala que históricamente la belleza ha estado relacionada a la violencia en Colombia, no sólo por las Miss de Belleza que históricamente se han adjudicado a esta nación junto a las venezolanas, liderando así el escenario en el contexto global, sino que también las evidencias han identificado cómo las candidatas y representantes de estos concursos de belleza se encuentran relacionadas ya sea amorosamente o familiarmente con connotados narcotraficantes. Pero además es quien ha constatado la interdependencia entre la fuerte industria respecto a lo que es la mutilación del cuerpo (por medio de las guerrillas), con un correlato biomédico de la cirugía estética.

Lo que busco representar con esta fusión incómoda de la cirugía plástica y la mutilación es que Colombia presenta una confluencia de cirugías y manipulaciones corporales que son radicales, únicas y aterradoras –equivalentes, me atrevo a decir– a una fase totalmente nueva en lo que significa el ser humano. Esto ocurre sin duda mundialmente, sólo que en Colombia ha adquirido, creo yo, un ritmo acelerado y un significado agudo, ya que el cuerpo humano es visto ahora por todas las clases sociales como algo inminentemente mutable, como la arcilla con que el Creador moldeó los primeros seres humanos. (Taussig, 2008, pág. 28)

La belleza en Colombia es un mercado vigente que ha trascendido sus fronteras locales. La búsqueda de la perfección ligada a las nuevas intervenciones corporales masivas se presenta como el contexto global en donde la maleabilidad del cuerpo encuentra un escenario adecuado para insertar y abrir nuevos espacios laborales.

Los estudios desarrollados en Colombia que giran en torno al rubro de la estética consideran el concepto de interseccionalidad para poder entender cómo se accede al trabajo en el mercado laboral de la belleza (Pineda, 2014; Arango L., 2011; Arango & Pineda, 2012). Éstos reconocen la idea de la existencia de una industria multicultural en donde las distintas identidades y clases sociales de Colombia, en una situación de oferta de servicios, se expresan en establecimientos de belleza que apuntan a un público



diferenciado y con relativo éxito económico, y que responde a procesos diferenciales de construcción social de raza, género y clase (Pineda, 2014).

Estas labores son aprendidas a través de cursos técnicos dictados por el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje de Colombia), organismo que les “ofrece actualmente diplomas de técnico en peluquería; técnico en cosmetología y estética integral; aplicación de técnicas de maquillaje social; técnico en aplicación de técnicas manuales corporales, y operario en cuidado estético de manos y pies” (Arango & Pineda, 2012, pág. 121). Sin embargo, esta no es la única vía de adquirir los conocimientos de esta labor y aprehender su oficio, sino que también existen vías particulares, provenientes de iniciativas personales tales como la autogestión dentro de una población que está interesada en esta práctica –que acaba finalmente por organizarse a nivel barrial y por contratar a un/a profesional del área para recibir los conocimientos respectivos-, sumado a una serie de cursos por parte de algún empresario o empresaria interesado/a en formar a sus trabajadores/as de más baja calificación -personal de aseo por ejemplo- para que pueda desempeñarse en otras áreas y aumente sus posibilidades laborales. También existen iniciativas que surgen por parte de negocios de marcas de belleza –donde los/as interesados/as pagan un monto total que equivale a los insumos con los que aprenderán, (un pequeño stock de productos) y el potencial compromiso de publicidad de la marca en caso de que este aprendizaje llegue a concretarse en la apertura de algún centro de belleza-. Otra vía de aprendizaje de la práctica del embellecimiento es a través del núcleo familiar femenino, o de las redes de conocidos/as, amigas que introducen a sus congéneres dentro de este oficio desde temprana edad⁵.

Al interior de este campo laboral, existen actividades de embellecimiento que permanecen subordinadas a otras. Dentro de los mismos cursos dictados por SENA, por ejemplo, aquellos abocados al cuidado de manos y pies ni siquiera alcanzan el grado técnico. Es por esto que se ha señalado que el escalafón más bajo en el tratamiento del cuerpo es aquel que ha sido relacionado a manicure y pedicure⁶ (Arango, 2011). Ambas han sido desarrolladas históricamente por mujeres colombianas:

Aunque el orden de género en la sociedad y las desventajas estructurales en el mercado laboral han colocado importantes barreras a grupos de mujeres para el acceso a distintas formas de capital (...) en algunos sectores productivos su presencia es ampliamente reconocida. Así en la industria de la belleza, su existencia como empresarias se remonta a los albores mismos del surgimiento de esta

⁵ Estas otras formas no institucionales del aprendizaje de las labores de embellecimiento, en específico de manicure y pedicure han sido obtenidas a partir del trabajo etnográfico realizado durante el curso de esta investigación.

⁶ Ampliamente se reconoce que, en el rubro de la belleza, es lo primero que se debe aprender técnicamente, aunque, a la vez, es aquella labor que no involucra ningún tipo de “trabajo artístico” y que, además, recibe una baja remuneración. Este nicho ha sido ocupado ampliamente por las mujeres colombianas.



industria en el siglo XIX y de la consolidación como industria global en el siglo XX (Jones 2010). (Pineda, 2014, pág. 246)

El desarrollo de la industria de la belleza en Colombia no siempre ha estado vinculado de manera directa a la mujer. Estas últimas han sido más bien pensadas como sujetos de consumo, demandando sus servicios, mientras que los hombres representaban el grupo que administraba y ejecutaba dichos oficios por medio de peluquerías, barberías y salones de belleza. Vale decir, el ingreso de las mujeres a estos espacios como parte de quienes ejecutan estas actividades ha generado transformaciones importantes, primero al permitir su ingreso a los salones de belleza como trabajadoras, y posteriormente, al incorporar otras estéticas y nuevas dinámicas en estos espacios (Pineda, 2014).

Podemos apreciar, de esta forma, que los espacios que se han mantenido feminizados en el tiempo se condicen con aquellos que se encuentran subordinados dentro de la rama económica de los servicios personales, siendo la manicure y la pedicure un espacio social feminizado –aunque, por supuesto, no exclusivo-. Esto tiene un correlato con la posición subordinada que presentan las mujeres en distintas esferas de su vida social. En la sociedad colombiana y latinoamericana en general, las mujeres tienen permitido socialmente ser miembros dependientes de hogares, y a la vez tener la posibilidad de habilitar el propio espacio habitacional como lugar de trabajo, sin abandonar su rol tradicional asociado al cuidado del hogar. De este modo, “las motivaciones y decisiones de las mujeres de ser emprendedoras e iniciar un negocio, están condicionadas por las discriminaciones de clase y género que enfrentan en el mercado laboral” (Pineda, 2014, pág. 263).

Para las mujeres de estratos bajos y medios, ante la ausencia de trabajo dependiente bien remunerado, ante la fácil opción de tomar un curso corto de belleza, ante las experiencias de trabajar como independiente en otros salones y ante la imposibilidad de hacer otra cosa distinta a una edad de más de treinta años, la alternativa de montar un negocio con los mínimos requerimientos para hacerlo resulta la mejor alternativa posible. (Pineda, 2014, pág. 263)

Las condiciones que se presentan en el país de acogida no son tan disímiles respecto al contexto que estas mujeres experimentan su propio país. La situación anterior se suma, además, a la necesidad de obtener estabilidad laboral para postular a cambios de visa y optar a la residencia definitiva.



La introducción de las prácticas de belleza colombianas en Chile

La incorporación al mercado laboral chileno por parte de los y las inmigrantes colombianas está diferenciado según su nivel de formación. Así, mientras los hombres afrocolombianos se insertan en trabajos de baja calificación, las mujeres afrocolombianas suelen encontrar trabajo en el servicio doméstico, en peluquerías y en bares (OIM, 2015). A nivel de población colombiana total, se ha señalado que las actividades económicas donde se desempeñan mayormente son Comercio Mayor/Menor Restaurantes-Hoteles con un 43%, Servicios Comunales Sociales con un 42%, Establecimientos Financieros Seguros con un 9%, Agricultura, Caza y silvicultura con un 6% y en las Industrias Manufactureras con una frecuencia de un 1% (OIM, 2013).

Dentro del área económica referida a los “Servicios Personales”, que a su vez integran la rama de los Servicios Comunales Sociales (INE, 2014) -el segundo porcentaje más alto de actividades desempeñadas por los/as colombianos/as residentes en Chile- se encuentran los “peluqueros, especialistas en tratamientos de belleza y afines”, rubro altamente feminizado.

En nuestro país, la población colombiana, por tanto, se ha caracterizado por asociarse a nichos laborales abocados al rubro de la belleza. Los títulos otorgados por los distintos organismos mencionados en el apartado anterior, excluyendo, por supuesto, el aprendizaje de esta práctica dentro del hogar ofrece barreras en el contexto chileno, ya que estos diplomas, grados o títulos de técnicos no son reconocidos a nivel nacional (OIM, 2015). Esto trae repercusiones directas para las mujeres estilistas colombianas, quienes con el fin de validar sus conocimientos deben pagar por la realización de nuevos cursos en Chile⁷, lo que se suma al gasto total que implica el convalidar los años de enseñanza escolar. En la práctica, esta opción no resulta rentable, y lleva muchas veces a que las mujeres colombianas creen redes de apoyo entre ellas para insertarse en centros de belleza que trabajan con uñas y depilación, los cuales no requieren de ningún tipo de certificación especial más allá de que los productos con los cuales se trabaja hayan sido aprobados por el Instituto de Salud Pública y puedan usarse con seguridad. Es así, como el rubro de Servicios Personales ligado a manicure y pedicure se transforma en un nicho laboral femenino colombiano de inserción de tipo masiva⁸, pues tan sólo requiere de una red migratoria (Vezzani, 2017).

Desde un tiempo a esta parte, han sido los medios de comunicación de masas quienes han puesto mayor atención a este fenómeno. Ya en el año 2012 nos encontrábamos con noticias

⁷ Dato obtenido del trabajo de campo.

⁸ Nicho laboral de inserción masiva que les brinda la posibilidad de obtener sueldos que van desde los quinientos mil pesos a los seiscientos mil pesos en época baja, pudiendo alcanzar el millón de pesos en épocas altas, todo esto dependiendo de las habilidades personales de cada trabajadora como rapidez, conocimiento de tipos de técnicas, si posee o no una clientela, etc. (Dato obtenido del trabajo de campo).



referidas a la inmigración colombiana que ponían énfasis en la aparición de establecimientos de estética y cosmetología, como peluquerías y centros de spa colombianos (Reyes Barría, 8 de enero de 2012, p. 54), tomando protagonismo en lugares como Santiago Centro, Providencia, Las Condes y Vitacura (Olivares, 11 de marzo de 2012, p.11). Desde nuestra propia experiencia cotidiana, también hemos visto como el apellido “colombiano” en frases como “jeans colombianos” o “esmaltes colombianos” ha adquirido relevancia como marca de calidad y de experticia en el área.

Este hecho no se encuentra descontextualizado respecto a lo que ya se ha mencionado en estudios anteriores referidos a migrantes de otras nacionalidades. Es el caso de la población migrante peruana, que a través de la cocina no sólo establece una marca en el contexto migrante que actúa como herramienta de inserción económica, sino que además define un habitar particular en torno a la redefinición y re-territorialización de prácticas en un espacio distinto al contexto de origen, donde para este caso, la gastronomía funciona como elemento de reconocimiento de su cultura (Imilan, 2015; Imilan & Millaleo, 2015).

Lo anterior se enlaza con fenómenos de esencialización por parte de la sociedad de acogida, y que, en algunos casos, hace ecos en la población migrante que aprovecha este espacio no sólo como nicho laboral que se basa en estereotipos, sino que también como una forma de construir arraigo en un espacio distinto.

La construcción de arraigo, la posibilidad de localizar un espacio, re-territorializar prácticas, discursos y emociones emerge como momentos fugaces, pero que, dependiendo el caso, tienen significaciones duraderas en las formas de habitar en el proceso migratorio. (...) Si la migración es una experiencia con el espacio, es necesario adentrarse en esa condición liminal del espacio, a través del cual las identidades se encuentran en redefinición permanente. (Imilan, 2015, pág. 123)

Es de esta forma que la práctica de la manicure y la pedicure efectuada por las mujeres colombianas en Chile no sólo les brinda un espacio económico donde poder insertarse, transcurrido un corto tiempo desde su llegada, sino que también actúa como espacio de identificación y arraigo.



La interculturalidad como herramienta de abordaje de la problemática

Dentro del contexto de globalización y economía multicultural, la migración colombiana se instaura en Chile como un nuevo producto estético a través del cual se puede experimentar la belleza, sumándose a la oferta total de modelos de belleza que se manejan en el mercado chileno. La oferta de belleza(s) colombiana(s) adquiere un sello particular, participando en la constitución de este mercado, a través de la marca de la diferencia. Esto nos lleva a asumir, como supuesto, que se genera un proceso de reelaboración donde las concepciones sobre los cuerpos están siendo repensadas por distintas mujeres en un contexto de contacto.

Atendiendo a que la población migrante colombiana en Chile es mayoritariamente femenina, es interesante analizar los espacios donde las nociones de bellezas (enfaticamos lo plural) de mujeres colombianas están interactuando con las de las mujeres chilenas.

Si consideramos que en los salones de belleza ocurre una interacción social y cultural que va más allá del aspecto económico, y que se enmarca dentro de un contexto chileno mayor, donde se están produciendo movimientos migratorios hacia el país, resulta relevante abarcar la problemática desde una perspectiva intercultural, teniendo como ángulos justamente los espacios donde se suceden de manera cotidiana contactos entre dichas mujeres de distintas nacionalidades y las nociones de cuerpo y belleza(s), como son los salones de pedicure y manicure.

En Chile la interculturalidad ha sido abordada desde estudios que se abocan a la población indígena confrontada con la sociedad civil y con las políticas estatales referentes generalmente a los ámbitos de la educación, salud y ciudadanía. En ese sentido, son escasas las investigaciones allegadas a entender los procesos de reconstrucción de identidades y las adaptaciones entre las personas tanto locales como migrantes.

El abordaje de estos lugares asociados a la estética, la corporalidad y la belleza, vale decir, a las prácticas de embellecimiento que allí se llevan a cabo, debe ser realizado desde la noción de interculturalidad, puesto que dicho término viene a mostrar un proyecto o un proceso continuo de construcción de espacios de encuentro que, a través de relaciones, negociaciones e intercambios culturales, busca el trato equitativo entre los discursos y prácticas de un grupo (Walsh, 2009). La construcción de la belleza en torno a las labores de manicure y pedicure en salones de embellecimiento, se vuelve angular para poder entender las dinámicas socioculturales que allí ocurren.

Creemos relevante, también, comprender la belleza como un eje desde donde realizar estudios de identidad que permitan comprender la articulación intercultural entre sujetos del mismo sexo, pero diferentes en tanto clase y raza. Vale mencionar que la noción de belleza no es un concepto dado y estático, sino que varía en contextos locales y migratorios, por ende, se debe atender a las nociones que se tienen o que poseen tanto las mujeres chilenas



como colombianas, y aquellas concepciones que participan dentro de un contexto de encuentro intercultural.

De esta manera, los centros de belleza que entregan los servicios de manicure y pedicure no sólo pueden ser vistos en su aspecto laboral, es decir, como alternativa de inserción económica exitosa de una masa poblacional migrante mayoritariamente femenina, sino también como un espacio que a nivel cultural y de encuentro, es un lugar propicio para entender las relaciones interculturales que allí se presentan, atendiendo a su característica de ser femenino, interracial e inter-clase. Esta potencialidad ya fue reconocida y abordada por otros/as investigadores/as, como Paula Black (2002) que llevó a cabo un estudio donde concibe los salones de belleza como un microcosmos que permite abarcar significaciones cruciales para entender el género, los procesos identitarios y sexuales, las prácticas corporales, las nociones de salud y el trabajo como tal.

La potencialidad de explorar estos espacios donde se construye la belleza permite agenciarlos no sólo como lugares de homosocialidad, sino que también como plataformas para observar las barreras culturales que están siendo constantemente redefinidas. Así, enfocarse en la exploración de la labor femenina que ha sido considerada como la más subordinada en el rubro del trabajo de embellecimiento, es decir, en torno a la práctica de manicure y pedicure en un centro de belleza, por mujeres colombianas, tuvo como pregunta guía: *¿Cómo se manifiesta una relación de interculturalidad en torno a labores de embellecimiento (manicure y pedicure) entre mujeres chilenas y colombianas en un centro de belleza en Santiago Centro?*



Objetivos de investigación

Objetivo General

Analizar la relación de interculturalidad que se manifiesta en torno a labores de embellecimiento –manicure y pedicure- entre mujeres chilenas y colombianas en un centro de belleza en Santiago Centro.

Objetivos Específicos:

1. Describir los procesos de construcción del espacio, lugar y territorio del centro de belleza.
2. Caracterizar las personas que participan del proceso de territorialización del centro de belleza.
3. Determinar las interacciones que se producen entre las mujeres colombianas y chilenas.
4. Caracterizar los discursos y prácticas que constituyen los criterios de belleza, atendiendo a los cambios y adaptaciones de éstos.



III. Interculturalidad, territorio y belleza: Encuadres Teóricos para la exploración

Los centros de belleza pueden ser concebidos bajo la perspectiva de lugares donde ocurren encuentros y permanencias, que suscitan procesos identitarios, que, a su vez pueden, implicar desidentización (Vergara, 2007). Desde aquí es posible analizar las continuidades, contigüidades, diferencias y la forma en que se diluye la noción de un “nosotros/as” y de un “otro/a”, donde el encuentro permite articular la agencia de los sujetos en torno a la reterritorialización (Gupta & Ferguson, 2008).

Es así como en los centros de belleza puede observarse no sólo intercambio cultural, sino también transacciones ligadas a un trabajo específico, y la consecuente producción y reproducción cultural que éstas implican. El hecho de que los centros de belleza colombianos de manicure y pedicure funcionen como nicho económico exitoso, no sólo produce trabajo y relaciones con dinámicas socioculturales. Aquí también se ponen en juego identidades, lo que los vuelve espacios físicos localizados que, a su vez, comienzan a ser reterritorializados debido a que distintas culturas se encuentran interaccionando entre ellas. De esta manera, podemos hablar de que estos espacios existen en una dimensión glocal –dialogan las expresiones locales y las exigencias globales-, donde se fomentan relaciones fronterizas entre las naciones y las alianzas multiculturales, y la identificación con una cultura particular (García Canclini en Alcaide, 2012, pág. 77). Lo glocal de estos lugares descansa, entonces, en que se encuentran permeados por fuerzas externas que establecen los parámetros internacionales (Alcaide, 2012).

Los procesos de interculturalidad, por ende, pueden ser abordados desde los centros de belleza, entendiendo que éstos expresan un territorio que visibiliza las dinámicas socioculturales y de identificación que ocurren dentro de este marco migratorio y globalizado en que se encuentra Chile. Es bajo esta propuesta que una mirada a la conformación de estos lugares se hace explícitamente necesaria.

La antropología y su mirada clásica que relaciona la identidad con un territorio determinado, de un tiempo a esta parte, se ha visto inscrita en el seno de las sociedades contemporáneas, en donde la cultura y la diferencia se convierten en ejes prioritarios en un contexto donde las personas se desplazan y mezclan. Hoy en día, con el fenómeno de la migración, la antropología ha ido adquiriendo un cariz distinto (Gupta & Ferguson, 2008) que tensiona la labor antropológica al enfrentarse con lo que Said ha llamado “una condición generalizada del desarraigo” (1979, pág. 18), es decir, un contexto mundial donde las identidades están siendo territorializadas de formas distintas a las conocidas. En este sentido, se ha propuesto superar la visión de procesos de construcción simbólica nacional, en tanto se reconoce que no existe una cultura nacional homogénea, planteando el estudio de espacios donde se produzcan diferencias entre culturas (Gupta & Ferguson, 2008). Es bajo esta mirada que contemplamos la migración, como parte de un proceso actual que viven las sociedades y países, siendo necesario y urgente establecer su estudio como



nuevo desafío para la práctica antropológica contemporánea, proyectando la superación de la visión exótica de este sujeto Otro, migrante, marginado y distinto, para así enfocarse y relevar estos espacios donde, al producirse diferencia, también se está promoviendo y reproduciendo identidad.

En línea con lo anterior, nos basamos en la existencia del multiculturalismo para enfrentar el problema del contexto y las demandas globales, que se ve propiciado por la desterritorialización para teorizar sobre la interculturalidad, entendida como nuevas formas de construir territorios (reterritorializar). Este concepto denota un entramado complejo de relaciones sociales, que no son unidireccionales, y que constantemente se están construyendo en conjunto (Walsh, 2005). Esta noción resulta completamente útil para poder mirar un fenómeno migratorio específico en una sociedad determinada. Atender al cómo se está produciendo, desde la mirada de quienes reciben una población y desde quienes llegan a instalarse a un nuevo espacio social, necesariamente implica tener en cuenta que se gatillarán nuevas relaciones que no están determinadas y estipuladas por la teoría, y que merecen una acuciosa mirada.

El caso de la migración de mujeres colombianas que llega a residir en Chile no puede sino observarse desde un enfoque que las entiende como sujetos que ingresan a un área económica exitosa, los “servicios”, donde tienen lugar diálogos, interacciones, intercambios, relaciones sociales y de poder que se construyen en torno a una práctica particular, la del embellecimiento. Las relaciones de interculturalidad que se dan en este contexto fueron analizadas bajo los siguientes códigos: los centros de belleza entendidos como lugares y espacios de encuentro (primera territorialidad), y la construcción de la belleza sobre los cuerpos de las mujeres (segunda territorialidad) relacionada a procesos de identificación.

Pensar los centros de belleza como lugar, nos introduce inmediatamente en el marco de una discusión teórica de larga data. Los conceptos “espacio”, “territorio” y “lugar” dentro de las ciencias sociales, han sido muchas veces utilizados para referir a los mismos fenómenos, u obviados por los desarrollos teóricos más potentes, tan sólo centrándose en alguno de estos tres aspectos. Si bien la situación del debate es tan compleja como extensa, cabe recalcar que quizá el mayor aporte a esta discusión lo ha realizado Haesbaert (2013) señalando que más que las distinciones entre las palabras en sí mismas, lo importante es dar cuenta, en estudios referidos a esta problemática, de los distintos elementos que se han propuesto para caracterizar un espacio, un territorio y un lugar.

Las nociones de espacio, territorio y lugar nos entregan herramientas fundamentales para poder describir el centro de belleza. El espacio desde la propuesta de Lefebvre (1974) nos señala que éste se produce socialmente, y por lo tanto se entiende que no existe si tan sólo se cuenta con un “suelo”, una “materialidad” o una “fiscalidad” concreta. Su construcción social, y, en consecuencia, sus diferentes significaciones se producen gracias a las formas en que se domina el espacio, dominación asociada a la lógica instrumental de su utilización (Lefebvre, 1974) en el sentido del establecimiento de usos y funciones asociados (Torres, Abraham, & Pastor, 2014).



Distintos/as autores/as han abordado la problemática del territorio, en términos, políticos, geográficos y/o sociales. El acuerdo desde hace ya unas décadas ha sido considerar que este concepto no debe abordarse como una porción de tierra a la cual le correspondería un grupo social, sino, por el contrario, el territorio debe comprenderse con procesos de surgimiento de territorialidades en torno a las relaciones sociales que ahí se gestan (Bonnemaison en Sánchez Ayala, 2015). De este modo, la noción de territorio involucra procesos de identificación que dan paso a formas de territorialización, entendidas éstas como producto de relaciones de apropiación y diferenciación que permite la construcción de éste y otros territorios. De la misma manera lo señala Haesbaert (2013) para quien el territorio debe ser entendido no como entidad sino como proceso de conformación de territorialización y desterritorialización, situándolo en la línea de la apropiación y la diferenciación, no como un hecho, sino como un movimiento y una acción. Al igual que el espacio, el territorio es una producción social que actúa en un nivel analítico distinto al primero, puesto que introduce el concepto de identidad o identificación (Balibar, 2005) como un fenómeno que no es estático, sino que se inscribe en una lógica de proceso continuo y dinámico, de construcciones simbólicas de identidad en constante movimiento, es decir, en cambio permanente y variando en relación a espacios y tiempos determinados, y a elementos como clase, género y raza, entre otros, que se da en entornos urbanos donde se produce el encuentro de distintas poblaciones. La delimitación de éstos, por ende, no hace referencia al ámbito geográfico, sino que más bien responde a los significados que tienen asociados.

Es frente a esta definición que se vuelven importantes los aportes de Gupta & Ferguson (2008), que establecen que, frente a las nuevas dinámicas sociales y culturales, estos territorios suelen presentarse como planos liminales o de frontera en torno a los procesos mencionados anteriormente que generan apropiación y nuevas formas de territorializar. No obstante, de manera similar a la discusión entre espacio, territorio y lugar, existe una disyuntiva en los/as autores/as al utilizar las nociones de “borde”, “límite” y “frontera” (Sánchez Ayala, 2015), que se adosan al territorio y en algunas ocasiones son simplemente relegados al ámbito de los hitos físico-geográficos que demarcan una figura física.

Sin embargo, su definición intrínsecamente sociocultural es aquello que mayormente nos permite comprender sus alcances en cuanto a la construcción que hace una sociedad de un territorio determinado. Los bordes, por un lado, concretizan lo que significa un territorio, señalando, uniendo y conteniendo distintas expresiones de la comunidad; los límites, hacen referencia a las líneas divisorias entre territorios distintos, entendiendo estas líneas no como una demarcación física, sino como circunscripciones simbólicas. La distinción entre ambos conceptos la establece, básicamente, una diferencia de escala, donde el borde, en este caso es lo que existe más allá del límite, la región inmediata a la separación entre territorios (Sánchez Ayala, 2015). La frontera, por otro lado, refiere a un área de integración, estableciéndose como una zona de transición y cambio entre territorios, cumpliendo una función de ser barrera y membrana permeable a la vez (Taylor, 2007, pág. 235), donde los significados transitan y se transan. Desde nuestra perspectiva es esta idea la que nos



entrega mayor potencialidad analítica para comprender los territorios como parte de procesos de construcción constante y no como un fin ni tampoco como una delimitación concreta. Por lo tanto, entendemos que los territorios no existen como estados estáticos, sino que, por el contrario, se presentan en un marco social donde existen interacciones socio-cultural constantes entre poblaciones.

Cabe hacer una acotación respecto a la noción de frontera, y es que a diferencia de otros/as autores/as, pensamos que el planteamiento de la existencia de fronteras simbólicas y físicas (Márquez, 2014), como instancias separadas metodológicamente, incurre en un error teórico que invisibiliza los procesos de territorialización, es decir, de conformación de territorios. En esta investigación, por lo tanto, se entiende que la noción de frontera posee un origen y un carácter intrínsecamente social y no geográfico -no preexisten al sujeto ni a sus interacciones ni posibilidades de significación- puesto que no es sino posterior al surgimiento del concepto de frontera que éste puede ser ligado por la comunidad que lo ha concebido con alguna configuración geográfica particular (Lattimore, 1968 en Taylor, 2007).

Por otro lado, la noción de lugar, la retomamos desde Augé (2000), entendida más allá del suelo que habitan los sujetos (entendido éste como instancia cerrada y autoconstituyente), considerando que tiene más relación con una marca social y no como una situación original previa al sujeto. Es por esto que la definición “lugar de identidad, relacional e histórico” resulta de suma importancia para comprender cómo éstos contextos se ven conformados por marcas del tiempo y que, por lo tanto, permiten vislumbrar su construcción dialéctica (Torres, Abraham, & Pastor, 2014) así como también su capacidad transformadora de la sociedad (Citro, 2003) en tanto involucra recorridos, y significaciones, como pasos a lo largo del tiempo que crean lo social orgánico (no estático) (Augé, 2000). El lugar, como tal, existe en la medida en que se hace socialmente, es decir, en su “ahora ya”, y gracias al transcurso del tiempo, que establece las condiciones anteriores a partir de las cuales los lugares van cambiando y adquiriendo nuevas características (que introduce la perspectiva dialéctica a la discusión).

Tanto espacio, como territorio y lugar son elementos que se imbrican entre sí (Vergara, 2007) y que dan cuenta de los nuevos “ambientes globales (...) son los lugares los ámbitos de máxima realidad cotidiana, de encuentros y desencuentros con lo real, sea efectivo o imaginario.” (Vergara, 2007, pág. 696).

Ahora bien, la práctica del embellecimiento debe ser entendida en un marco de mercado capitalista que determina una sociedad consumista (Bauman, 2007) que, a su vez, establece un mercado de la belleza multiculturalista (Davis, 2007) cuyas ofertas son variadas dependiendo de la situación. Por medio de las prácticas de embellecimiento se producen, mantienen o transforman los discursos dominantes sobre el cuerpo, “el cuerpo es una situación histórica, una manera de hacer, de dramatizar, de reproducir situaciones históricas” (Esteban M. , 2013, pág. 64), siendo esta industria uno de los sectores más globalizados en el mundo, tanto en lo económico como en lo cultural (Pineda, 2014, pág. 246).



El cuerpo, dentro del rubro de la belleza es signo cultural en tanto determina formas de ser que se materializan en un proyecto corporal (Esteban M. , 2013, pág. 64). Así, la construcción de los cuerpos en torno a la belleza debe entenderse en perspectiva histórica, “una identidad que tiene como característica básica la de estar en continua mutación y desarrollarse, por tanto, no sólo durante el proceso de socialización entendido en sentido estricto, sino a lo largo de toda su vida” (Esteban M. , 2013, pág. 61). El rubro económico de la belleza tiene un correlato cultural en la construcción de corporalidades femeninas y masculinas, donde aquellas labores asociadas a lo femenino explicitan aún más la relación entre belleza y cuerpo (Esteban, 2013).

Esta idea, sin embargo adquiere ribetes propios en el contexto actual, ya que con la apertura hacia lo global y con la llegada de distintas poblaciones migrantes, se producen experiencias compartidas, lo que implica que se pongan en contacto imaginarios nuevos que ya no sólo funcionan en el par dicotómico dominación/subordinación, sino que permiten apreciar reinterpretaciones y adaptaciones locales, que a través del diálogo, dan cuenta de determinados discursos y prácticas en torno a la belleza, poniendo en escena nuevas tramas de significación.

Lourdes Méndez (2002) ha señalado que, en el marco de las sociedades occidentales, a las mujeres se les ha impuesto una conciencia aguda sobre sus cuerpos (Probyn, 1992 en Méndez, 2002), elemento clave para entender como actualmente los cuerpos son el sustrato material de simbolizaciones que refieren a la identidad social y sexual de las personas, en específico de las mujeres (Méndez, 2002).

Existen distintos estudios que han abordado el concepto de belleza para entender las simbolizaciones que se generan en torno a los cuerpos, concibiendo a ésta entonces como una ideología y un mito, es decir, como un modelo y un sistema de creencias que mantiene dominadas a las mujeres física y psicológicamente (Wolf, 1992). Esta visión ha sido compartida por distintas autoras (Méndez, 2002; Jiménez, 2014; Darriba Fernández, 2015). Aun así, otros/as autores/as que han desarrollado estudios cruzando las nociones de belleza, identidad y mercado, han sido capaces de vislumbrar contextos globales donde el mercado produce exclusión para vender inclusión a través de la belleza (Sampaio & Ferreira, 2009). En este sentido, analizan que el mercado de la belleza les permite a las personas ubicarse en posiciones que les proporcionan una apreciación positiva por los demás, produciendo identidades que los hacen pertenecer, es decir, formar parte de los incluidos, lo que tiene un correlato en la existencia de mercados que le ofrecen al individuo un producto dentro de un formato de productos, valga la redundancia, que le procuran las distintas identidades a las que puede acceder (Herrero, 2002) y mediante las cuales puede “ser parte de”.

Este sector está relacionado con el desarrollo de la industria global de la belleza, cuyos bienes y servicios son productos altamente valorados en la sociedad contemporánea, como belleza, salud y juventud, definidas a partir de patrones



estéticos asociados a relaciones de poder y construcción social de la diferencia.
(Jones, 2010; Lipovetsky 1997 en Pineda, 2014, pág. 247)

Este mercado no es ajeno, por lo mismo, a criterios raciales, etarios y de género que se expresan en los distintos contextos sociales, en donde pre-existen bellezas hegemónicas que frente a la creciente demanda de estéticas otras, comienzan a agrietarse, fisurarse o fracturarse permitiendo el agenciamiento de nuevas nociones.

La población migrante en los contextos nacionales genera diversos nichos económicos para poder insertarse laboralmente y ser integrados a la sociedad. Son múltiples las maneras y formas que se generan para lograrlo; pero en esta Memoria nos ocupamos específicamente de las labores de embellecimiento y sus efectos en términos de las posibles formas de interculturalidad que allí se manifiestan. Es decir, lo que pareciera ser una estrategia puramente económica, al establecer relaciones con otros sujetos culturales, pone en tensión las identidades, que, ante los requerimientos de mercado, como la belleza, permite construir un espacio de encuentro donde se transa y negocia, donde se dialoga e intercambia.



IV. Abordar el centro de belleza como lugar de encuentro: Marco Metodológico.

La presente investigación, analizó la forma en que se manifiesta una relación de interculturalidad en torno a las labores de embellecimiento (manicure y pedicure) entre mujeres chilenas y colombianas en un centro de belleza en Santiago Centro. Para tal efecto, se utilizó la metodología cualitativa, pues es el enfoque que permite dar respuesta a nuestra pregunta de investigación, accediendo a los significados y reglas (Canales, 2006) y a las representaciones (Denzin & Lincoln, 2005) que las distintas mujeres ponen en contacto a través de esta práctica. El estudio, entonces, se realizó en base a un marco descriptivo interpretativo que permitió ahondar profundamente en las dinámicas del centro de belleza, individualizando el fenómeno de transacción cultural y económica para tal contexto.

Cabe mencionar que la consideración de la metodología cualitativa nos permitió acercarnos a un campo escasamente estudiado dentro de nuestro país como son los espacios homosociales entre mujeres, las prácticas de embellecimiento y la interculturalidad, debido a que posee tanto herramientas de obtención de datos como de análisis para poder guiar este estudio.

En base a esta metodología, se escogieron las siguientes técnicas con el fin de responder directamente a todos los objetivos propuestos.

En primera instancia, éstas se relacionaron con el trabajo de campo directo lo que implicó necesariamente el uso de la etnografía entendida como descripción densa de todos los fenómenos evidenciados, partiendo del desconocimiento, pero valiéndose de la teoría para poder abordar la densidad de un espacio social, desentrañando las estructuras de significación, determinando su campo social y su alcance (Geertz, 1992, pág. 6), considerando todas las expresiones culturales para dar cuenta de la realidad social de los/as nativos/as (Guber, 2011), en este caso, aquellas mujeres que frecuentan el centro de belleza y que ejecutan las labores asociadas.

Debido a que el contexto se encuentra entrelazado en una trama urbana que no requiere irse del lugar, sino que exige la presencia constante de la investigadora, es que la forma en que se utilizó la etnografía fue acorde a la propuesta ya realizada por Wacquant (2006), llevada a cabo en un lugar que habita la autora de este documento y que le es conocido, extendiéndose durante un año aproximadamente. El registro se inició el 23 de septiembre de 2016 y acabó el 5 de septiembre de 2017, acudiendo al centro de belleza durante los días hábiles, los fines de semana, teniendo en consideración los períodos previos a las festividades, las vacaciones de verano e invierno, y el resto del año, procurando acceder tanto a la jornada de mañana (10.00 am a 12.00 pm) como al horario de tarde (12.00 pm a 19.00 pm). Esto con el fin de obtener una visión general del funcionamiento del centro de belleza y las instancias de intercambio que allí se propician.



La propuesta de exploración involucró, asimismo, un marco fenomenológico de investigación social (Merleau-Ponty, 1993; Mora, 2009) considerando la experiencia corporal de la investigadora en un espacio de interculturalidad, dentro de la práctica de manicure y pedicura como primera plataforma de recepción de elementos culturales a través de la escucha, la conversación, la visión y el propio cuerpo sintiente que se volvió parte del inventario cultural del centro de belleza al acceder a “hacerse las uñas” y a habitar este centro de belleza por grandes períodos de tiempo⁹. Se evidenció, entonces, la encorporización de la autora en este espacio de homosocialidad femenina, utilizando la perspectiva de la antropología del cuerpo (Citro, 2006; Rodrigues, 2006) y los postulados de la sociología carnal (Crossley, 1995; Wacquant, 2006), para abordar la corporalidad de las investigadas y la propia.

Consideramos que la visibilización del uso de este marco fenomenológico para la producción de datos, permitió enfrentar de forma honesta la introducción personal al terreno de estudio, así como los distintos procesos que fueron experimentados y que permitieron dejar de lado todo aquello que era familiar por el hecho de formar parte del grupo de estudio al que se enfocó esta investigación.

Particularmente, el abordaje del primer, segundo y tercer objetivo, referido al centro de belleza y su construcción como lugar, espacio y territorio, a la caracterización de las personas que territorializan el centro de belleza y la determinación que se produce entre ambos grupos de mujeres, fueron abordados y resueltos a través de la observación participante, considerando esta técnica tal como lo plantea Guber (2004), donde la investigadora actuó como intermediaria entre lo que ve y lo que dice de lo que ha visto, realizando una elaboración reflexiva basada en la teoría y en lo empírico. Siguiendo con dicho modelo, el cuaderno de campo como material de impresión fue vital para el desarrollo de nuestra exploración, pues en él se anotaron y colocaron todas las notas de campo referidas a las distintas temáticas y cuestionamientos que surgieron durante el transcurso del estudio.

Así, la observación participante se aplicó en sus distintos grados de implicación –mayor participación/menor observación y menor observación/mayor participación- según el requerimiento del terreno y del avance (Guber, 2004). La conversación fue otro de los ejes que se constituyeron como el primer acercamiento, haciendo de bisagra entre aquello que era observado y oído, pero también consultado a fin de confirmar o refutar ciertas conclusiones y/o análisis, poniendo en tensión aquello que se hace con lo que se dice dentro de los centros de belleza.

Para resolver el cuarto objetivo específico, que hacía énfasis en identificar los discursos y prácticas que permiten construir la belleza dentro del centro, se utilizó de igual forma el cuaderno de campo como la observación participante, situación que permitió relevar los

⁹ Mientras Wacquant se convierte en un pugilista y participa desde las instancias de preparación hasta las competiciones, la investigadora se transformó en cliente del servicio y del centro de belleza.



discursos generados en torno a la belleza, sus cambios y adaptaciones. La conversación, tuvo más un tono de entrevista informal, donde “las preguntas surgen en el contexto y en el curso “natural” de las interacciones sociales (Gaínza Veloso, 2006, pág. 230). En nuestro caso, se consultó expresamente la posibilidad de realizar una grabación extensa de un día de trabajo en el centro de belleza, donde ya saturados los datos de observación, estos pudieran ser contrastados y/o confirmados y desarrollados con mayor profundidad.

La observación y la conversación se focalizaron en entender las formas en que los cuerpos en contacto durante la realización de manicure y pedicure dialogan y construyen nuevos inventarios de bellezas. Es por esto que, durante las conversaciones con las clientas y las trabajadoras, se introdujo la corporalidad en torno a patrones estéticos en una perspectiva histórica de experiencia vital a través del modelo teórico de “itinerarios corporales” propuesto por Mari Luz Esteban (2013) relevando la manera en que se construyen las corporalidades. Este concepto

Lleva implícitos los conceptos de identidad y <<empoderamiento>> corporal, está atento sobre todo a las reformulaciones de las identidades y prácticas de género y adquiere todo su sentido cuando lo entroncamos en una concepción del cuerpo que he denominado el <<cuerpo como agente>>. (Esteban M. , 2013, pág. 66)

Tanto las técnicas de observación-participación, corporización y la entrevista conversacional produjeron textos que fueron revisados a través de análisis de contenido (Piñuel, 2002; Ruiz, 2003). La observación participante y la experiencia corporal de la investigadora fueron puestas por escrito en un relato que conformó finalmente el cuaderno de campo, con notas de campo, apreciaciones y vivencias personales. Por su parte, la entrevista conversacional realizada fue transcrita y analizada aplicando los mismos criterios que del cuaderno etnográfico.

De esta manera, se consideró la triangulación metodológica de tipo intrametodológica (Denzin, 1970; Arias, 2000; Rodríguez, 2005) dentro del plan de análisis, para validar los hallazgos obtenidos a través de las técnicas reseñadas.

Respecto al muestreo realizado, el estudio se realizó en un único centro de belleza (Bonita Express) ubicado en la comuna de Santiago, Región Metropolitana, donde las estadísticas señalan la presencia de la mayor cantidad de migrantes colombianas que han llegado en términos laborales y donde más se visibilizan en torno a la belleza en el paisaje urbano, siendo, su administradora una mujer colombiana (requisito que fue fundamental y concluyente para la elección del territorio a estudiar)¹⁰.

Al interior de este centro de belleza, se efectuó un muestreo por juicio (Mejía J. , 2000) considerando así a quienes trabajaban allí -mujeres caribeñas que se encontraban en edad

¹⁰ No se consideró excluyente el hecho de que dentro de estos espacios también trabajasen mujeres chilenas o de otras nacionalidades, así como tampoco la realización de otras labores de embellecimiento.



productiva (de 15 a 59 años)-, y a quienes asistían -mujeres chilenas de todas las edades que frecuentaban este espacio, siendo proporcionalmente mayor la cantidad en edad laboral que niñas y adultas mayores, quienes visitan el centro de belleza-.

Los principios éticos que rigieron esta investigación fue la participación voluntaria durante todo el proceso de producción de datos, es decir, desde la observación participante hasta la entrevista conversacional informal. La aproximación al centro de belleza se realizó entregando toda la información respecto al tipo de estudio que se planteaba y al tipo de intervención que la presencia de la investigadora tendría potencialmente en el espacio.

Un principio que guio este estudio fue el de no perjudicar a las participantes a través del compromiso de confidencialidad y anonimato con los sujetos. Esto en línea directa con lo que ha planteado Babbie (1996) respecto a los acuerdos más importantes en términos éticos que se han impuesto en la investigación social.

Se aplicaron, por lo tanto, consentimientos informados a las trabajadoras detallando la técnica de investigación utilizada, el compromiso que tenían dentro de esta investigación, así como también, el respeto por la decisión de ser o no ser mencionada dentro de este estudio. Pese a ello, todas las trabajadoras aceptaron participar con sus nombres reales en el escrito final al igual que coincidieron en que la mención al salón de belleza se hiciera sin apodo alguno, señalando su nombre original. Para el caso de las clientas, durante todo momento a éstas se les informó respecto del rol de la investigadora, del tipo de investigación y de su grado de participación en éste, a través de consentimientos orales. Debido al carácter etnográfico de la investigación y a la creación de vínculos entre estas mujeres, se asumió una postura de invisibilidad para no alterar de manera fehaciente las interacciones que dentro del centro de belleza se llevan a cabo, aprovechando los momentos en que se nos interpellaba directamente para participar de éstos y obtener la mayor cantidad posible de información.

El material resultante de la aplicación de las entrevistas estuvo abierto a ser revisado y leído por todas las mujeres que quisieran conocer el cuaderno de campo y las transcripciones de las cuales ellas han sido protagonistas, siendo requerido en tan sólo dos ocasiones. Finalmente, por el acuerdo de otorgar un equilibrio entre el resguardo de las personas involucradas y nuestros análisis, se decidió presentar el escrito en función de extractos, teniendo una focalización de un determinado tópico y voz concreta de enunciación, siendo utilizado para ejemplificar el análisis.

El material transcrito (notas de campo, entrevista), los audios, y las fotografías obtenidas fueron entregados a la administradora del local quien puso a disposición el documento a sus trabajadoras si estas lo requerían, dejando una copia de la presente memoria de título en el centro de belleza.



V. Análisis

¿Cómo se construye territorialmente un centro de belleza?

La noción de lugar en la cual nos apoyamos para abordar la construcción territorial del centro de belleza, implica una consideración geográfica, social, identitaria, histórica y relacional (Augé, 2000), de mano del desarrollo de la ciudad. Bonita Express actualmente se encuentra ubicado en la comuna de Santiago, específicamente en la Avenida Libertador Bernardo O'Higgins –conocida popularmente como Alameda-, dentro de la Galería Arturo Prat, cercana a sitios de relevancia histórica como el edificio correspondiente a la Casa Central de la Universidad de Chile (Ver Imagen 1).

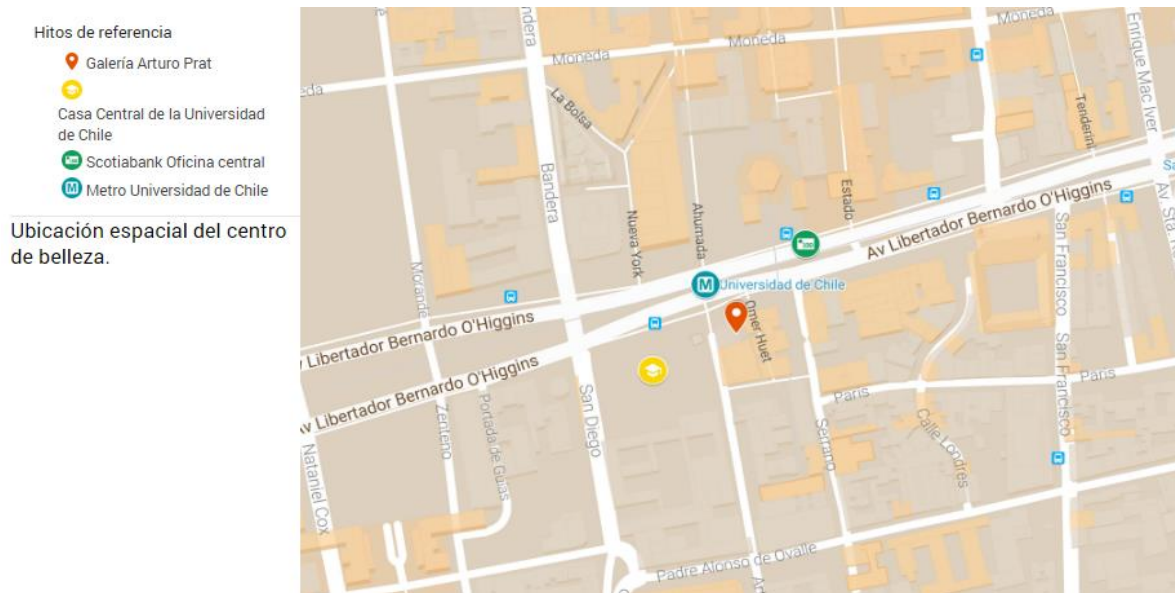


Imagen 1. Ubicación espacial del centro de belleza. Fuente: Elaboración propia

El sitio donde se encuentra localizado es parte de lo que se ha conformado dentro de los anales de la comuna de Santiago como el casco histórico, cuyo elemento central lo constituye la Plaza de Armas (Plaza Mayor), que como en toda fundación hispanoamericana constituyó el eje social, político, religioso y económico de las ciudades construidas bajo estos parámetros (De Ramón, 2000) concentrando en su estructura fundacional de damero la Catedral de Santiago, el Cabildo y la Cárcel (donde hoy se ubica el Municipio de Santiago), el Palacio de la Real Audiencia (donde hoy funciona el Museo Histórico Nacional), el centro comercial (donde hoy se erigen el Portal Fernández Concha y el Portal Bulnes) y el mercado de abastos (que posteriormente fue trasladado a la actual ubicación del Mercado Central) (Ver Imagen 2).

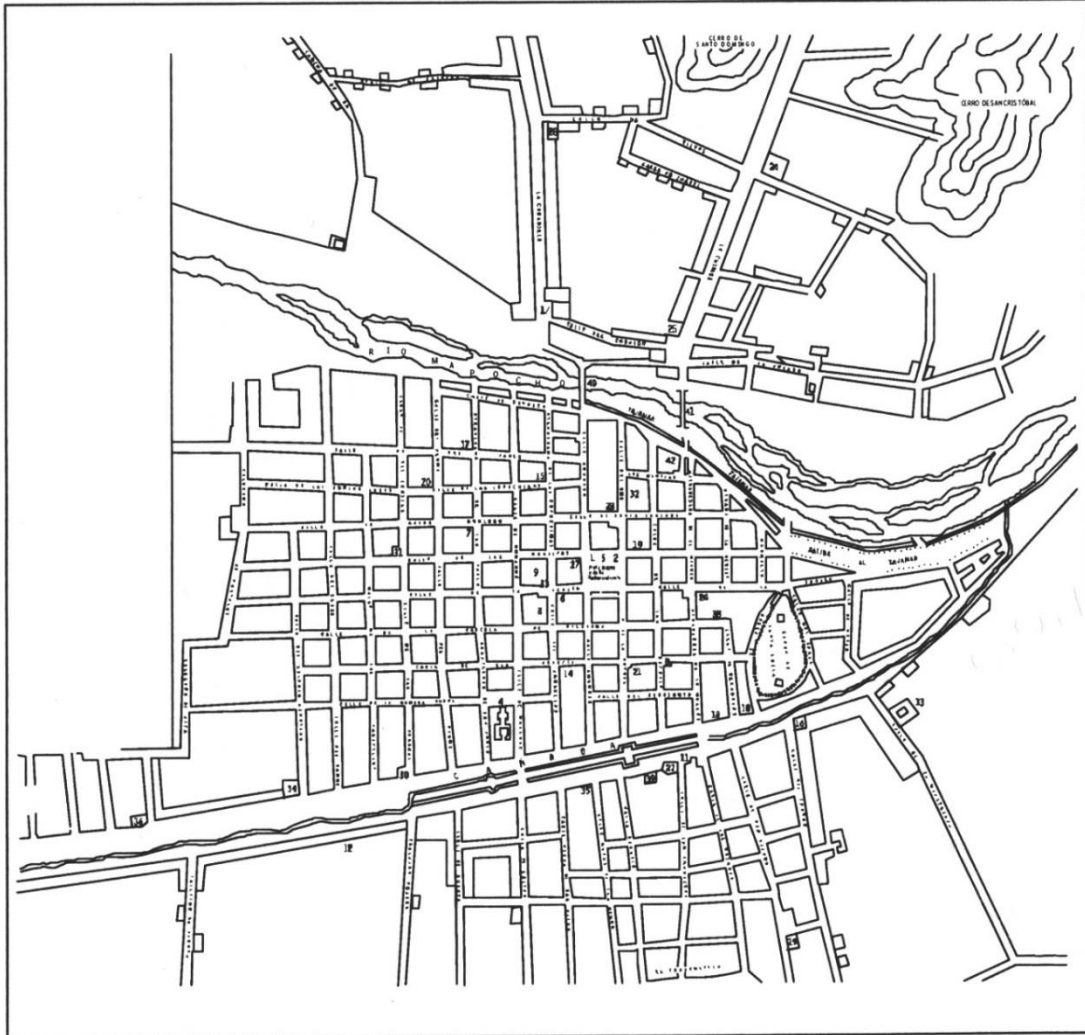


Imagen 2. Mapa de la ciudad de Santiago 1817-1819. Fuente: Colección Biblioteca Nacional de Chile. Memoria chilena. Peralta, P. (2007). ¡Chile tiene fiesta!: el origen del 18 de septiembre (1810-1837). Talleres LOM. Santiago.

Como tal, la Plaza Mayor y sus construcciones residenciales ofrecieron cobijo a las primeras oleadas de extranjeros, los castellanos, a un territorio ajeno –entendido éste no como terruño, sino como espacio significado anteriormente por poblaciones precolombinas indígenas- que, por supuesto, ante la edificación y las nuevas formas de organización comenzó a ser experimentado bajo parámetros completamente distintos a los originales – pasando por un proceso de desterritorialización- acabando por ser, en consecuencia, reterritorializado, es decir, resignificado en códigos nuevos traídos por la conquista y colonización. La Plaza de Armas y su área circundante constituye con el tiempo (desde el siglo XVI en adelante), en términos laborales, el área receptora de poblaciones en constante movimiento. La influencia que aquí ejercerán los extranjeros no sólo se ve plasmada en los nuevos modos de hacer en la población chilena (aprendidos de estas pautas foráneas), sino que también tendrá una gran influencia política debido al contacto con la élite santiaguina que en aquellos años se asienta en el centro cívico. Por lo tanto, la vida social, económica e intelectual surgida no estuvo exenta de “extranjericidad” que caracterizó y



acompañó los procesos políticos, de urbanización y modernización de la ciudad de Santiago, así como también el paisaje visual del centro de la urbe. De Ramón (2000) ha señalado al respecto que uno de los factores que gatilló estos grandes procesos arquitectónicos y sociales como la modernización, fue tanto la emigración de clases altas provincianas a Santiago como la anteriormente mencionada llegada de extranjeros para la segunda mitad del siglo XIX, quienes en conjunto con las poblaciones locales comienzan a habitar este espacio de acuerdo a las nuevas construcciones residenciales y comerciales.

Estos foráneos europeos constituyen entonces no sólo un eje importante dentro de la conformación de la ciudad, en tanto comienzan a ejercer influencia en todas las aristas de la vida cívica, sino que añaden un paisaje visual distinto, con corporalidades ajenas que actúan como estéticas aspiracionales para la población local. Es así, como se adquieren nuevas pautas culturales, localizando una nueva forma de estética que más tarde se establecería como el patrón belleza hegemónica (blanca/ blanqueada) que perdurará hasta nuestros días.

Durante la primera mitad del siglo XX, Santiago nuevamente se convierte en un espacio receptor de extranjeros, esta vez perseguidos por las diferentes dictaduras acaecidas en América (De Ramón, 2000, pág. 200). En términos urbanísticos y arquitectónicos, esta ocupación se relaciona a procesos particulares de urbanización, donde predomina la construcción de galerías –la Galería Arturo Prat entre ellas-, paseos peatonales al interior de centros comerciales que permitían atravesar las manzanas del centro de Santiago, y que a la vez posibilitaba la existencia de una mayor densificación (De Simone, 2012). Esto corresponde a la primera revolución comercial santiaguina que lleva a la edificación a gran escala de estas estructuras hasta 1910, fecha conmemorativa del primer centenario.

Sin embargo, este tipo de diseño arquitectónico se vio trastocado por la Dictadura chilena de 1973 y el consecuente cambio de paradigma del espacio asociado a políticas neoliberales que se implementaron durante el proceso. Esto no sólo trajo consigo el aflore de otras construcciones que reemplazaron las galerías mencionadas dando paso a los conocidos caracoles y Mall, que más que la peatonalidad privilegiaron la utilidad por metro cuadrado de construcción y desaloja el tránsito como dinámica de quehacer social, para potenciar más el enclaustramiento, concentrando dentro de sí toda la actividad que antes se desarrollaba en dichas galerías.

Posterior al Golpe Militar, en los 90' –finales del siglo XX- la llegada de migrantes intrarregionales altera nuevamente el tejido urbano, pero esta vez más que desencadenar un nuevo tipo de edificación comienza a ocupar lugares de relevancia en el desarrollo de la ciudad, como lo son las zonas periféricas e industriales, y los mercados como la Vega Central, Franklin, o Lo Valledor, y el casco histórico (ver imagen 3).

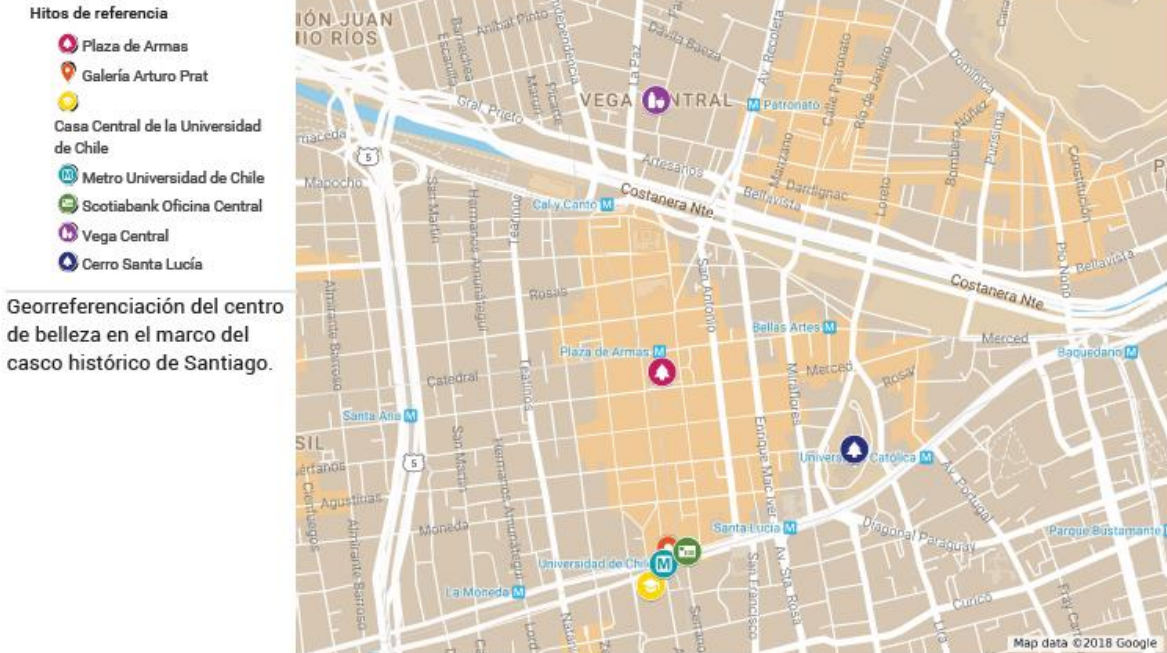


Imagen 3. Georreferenciación del centro de belleza dentro del casco histórico de la ciudad de Santiago (Galería Arturo Prat). Fuente: Elaboración propia.

La llegada de las nuevas oleadas migratorias intrarregionales a Chile provenientes de Perú, Colombia, Argentina, Bolivia, Ecuador (Casen, 2016), comienzan a habitar aquellos lugares que anteriormente habían perdido valor social y simbólico, poniendo en jaque la consecuente desocupación que estaba ocurriendo en dichos espacios, puesto que rápidamente el casco histórico empieza a ser nuevamente re-ocupado, cambiando la fisonomía urbana tanto en el ámbito habitacional como en el comercial (Ducci & Rojas 2010; Stefoni 2013). Los caracoles y las galerías abandonadas, prontamente se ven reabiertas, esta vez con un cariz distinto al que habían tenido en antaño, pues se dinamiza el comercio del casco histórico de la ciudad ahora asociado a la experiencia migrante (Stefoni, 2013), que permite construir una ciudad distinta y multicultural con espacios resignificados (Granados, 2010) y que a diferencia de la llegada de los extranjeros antiguos hoy constituye un fenómeno masivo y visualmente distinto, al propiciar el contacto con corporalidades diferentes al ideario de blanqueamiento europeo de la sociedad chilena. Todos estos elementos, no escapan a la observación antropológica, puesto que ejemplos como la resignificación de barrios tradicionales de Santiago, como los casos de Barrio Yungay o Barrio Franklin, o construcciones urbanas concretas, como el Caracol Bandera, surgen hoy como referencia de lugares habitados por migrantes o simplemente por cuerpos distintos, como han sido señalados por la población local.

Estos nuevos traslados de poblaciones son importantes no sólo a nivel país, ya que se enmarcan dentro de una movilidad generalizada en la región que obedece a procesos políticos “glocales” (García-Canclini en Alcaide, 2012) que han vuelto a ciertas naciones inestables. Estas nuevas poblaciones arriban a Chile, se asientan en lugares particulares a través de redes de contacto, ocupando los nichos económicos que allí se ofrecen,



influyendo, finalmente en la caracterización del paisaje urbano y estético de las ciudades a las que llegan.

El casco histórico de la comuna de Santiago aparece entonces como producto de un proceso de construcción social y arquitectónico que puede ser leído en clave temporal atendiendo a las relaciones sociales que ha albergado desde sus orígenes entre distintas poblaciones que la han territorializado de formas muchas veces complementarias como contradictorias. El centro de belleza, bajo esta mirada, se erige en una Galería propia de un proyecto urbanístico de la primera mitad del siglo XX, destinada a generar formas particulares de vida relacionada a las expectativas que se tenían respecto a la sociedad chilena en aquel entonces. Acorde a la evolución de este pensamiento, cambia la configuración de la ciudad, y la forma en que son ocupados y territorializados estos tipos de construcciones particulares, pasando hoy a constituirse en contextos geográficos dialécticos que surgen de acuerdo a sus marcas temporales (Torres, Abraham, & Pastor, 2014) y que retoman la historicidad de este espacio y su característica de ser habitados por extranjeros. Lo que ha cambiado, en otros términos, es el/la migrante que llega, pero no el lugar de la migración, es decir, lo que se desplaza es el sujeto y no el territorio de llegada.

Bonita Express, dentro de la galería, coexiste con locales y tiendas que se especializan en distintos rubros. La gama es amplia y abarca, en su interior, desde la venta de productos tecnológicos, las tostaderías, los cafés con piernas, las fotocopiadoras, las peluquerías y centros de podología, hasta las notarías y el anexo a un hotel cuyo acceso está ubicado en el interior –conectado mediante ascensores que son vigilados constantemente por guardias. La presencia de extranjeros es permanente, y se relaciona a la oferta de servicios atractivos en los locales tanto en términos laborales como por uso, como lo son cafés con piernas, centros estéticos y la Notaría, reconocida por ser una de las más asequibles en relación al costo de los trámites que efectúa y que por lo mismo es atractiva para los/as migrantes que deben gestionar una serie de trámites asociados a su estadía y permanencia.

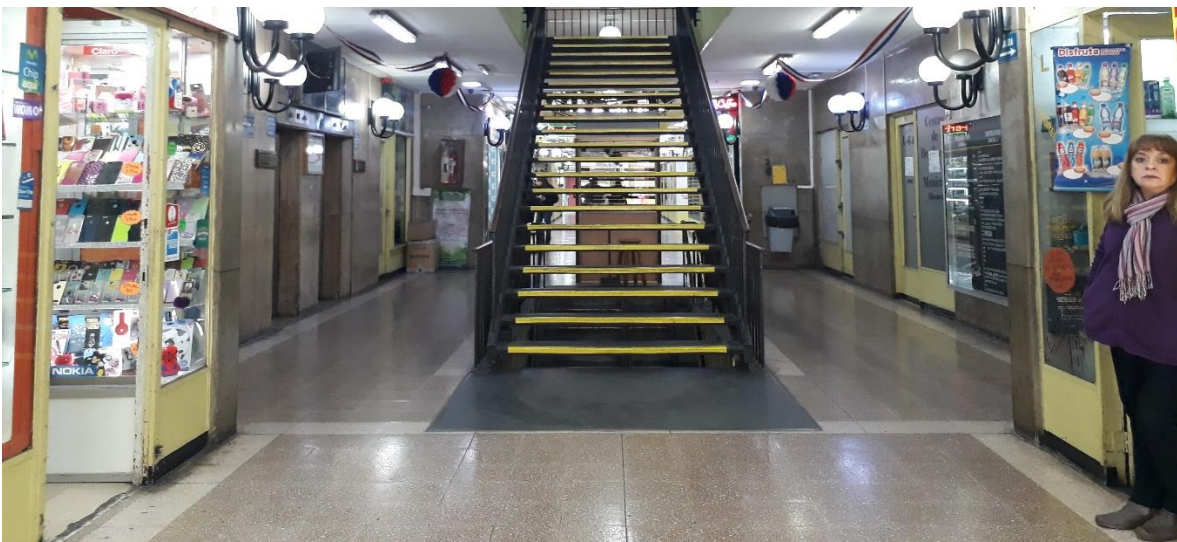


Imagen 4. Interior de la Galería Arturo Prat. Fuente: elaboración propia.



Dentro de la galería existen al menos once locales abocados al rubro de la belleza, en su primer y segundo piso. Seis de ellos corresponden a peluquerías, y cinco a centros especializados en manicure, pedicure y depilación. De estos últimos, a excepción de Bonita Express, uno de ellos es extranjero, distinguiéndose del resto no sólo por el aspecto del lugar, donde el color negro y plateado y su iluminación en blanco como sus grandes ventanales transparentes toman protagonismo en su estética externa, sino que también por la presencia de la bandera venezolana que destaca en el exterior.

Dentro de los locales de la galería, ventanales y muros son las divisiones materiales que nos permiten señalar su adentro y afuera. En Bonita Express, los ventanales transparentes -que pertenecen a la estructura original y que muchos de los locales restantes aún mantienen- dejan de serlo con los adhesivos publicitarios que los cubren. Éstos, de fondo blanco con imágenes superpuestas de manos y pies con las uñas pintadas y el logo de su nombre en la parte superior del frontis del local sobre un fondo rosado (ver imagen 5) reviste casi por completo la fachada del centro de belleza, lo que además de ser visualmente llamativo, lo separa del resto de la galería.

Sin embargo, existe una diferencia respecto a la construcción de esta fachada en relación al resto de los locales que se dedican al tratamiento estético. Desde afuera no es posible apreciar qué es lo que existe adentro, pues es sólo el exterior el que nos entrega información al respecto. La estética externa, por ende, limita la mirada -obstaculizándola- sin permitir el acceso visual a la práctica como tal. La distinción adentro/afuera en consecuencia, no se produce exclusivamente por ventanales decorados ni por paredes que separan locales contiguos, sino que también por estos elementos puramente visuales que terminan por establecer una primera frontera simbólica que tiene como objetivo un público específico, que son mujeres, y que hace referencia a un uso determinado, es decir, que trabaja con manicure y pedicure.



Imagen 5. Fachada de Bonita Express. Fuente: Elaboración propia

Los adhesivos publicitarios que destacan en la fachada hacen referencia a un tipo de belleza donde predomina un imaginario donde las manos y pies pertenecen a cuerpos de mujeres blancas que llevan un decorado “sencillo” y “clásico” en sus uñas (estilo “francesa”), resaltando la característica “natural” de éstas, sin esmaltes coloridos ni diseños. Estos lineamientos de belleza dejan de hablarnos de las extranjeras que allí habitan, para señalarnos una estética que se erige como puente de comunicación y significación entre mujeres chilenas y migrantes latinoamericanas, pues la estética que se vende en este espacio es hegemónica y responde a significaciones compartidas por la población local respecto a aquello que es considerado adecuado. Esto evidencia no sólo que existen imaginarios comunes en torno a lo bello, sino que también se comparten representaciones estéticas asociadas a significados sociales, los que, a través del esmaltado, pueden ser utilizados para transmitir dichos mensajes. Cabe mencionar que esta estética hegemónica en común permite visualizar estilos que actúan como gancho publicitario. De esta manera, se elimina un estereotipo –prejuicio- según el que se establece una frontera simbólica inicial en el acercamiento a esta práctica, “la uña colombiana colorida, vistosa”, para permitir el ingreso a mujeres que una vez adentro, pueden obviar este imaginario visual inicial.

La distribución interna del centro (ver imagen 6) se estructura en base a una forma rectangular que mide $13.88 m^2$ donde aproximadamente la mitad de éste corresponde a aquello que es parcialmente visible desde fuera: la sala principal donde las trabajadoras realizan manicure y pedicure (B). Ésta cuenta con 4 mesones de atención distribuidos en su interior, con sus respectivas sillas y sillines, sumado a un espacio de espera identificable por un sillón ubicado a un costado de la entrada (A). La parte no visible -aquellas zonas que externamente están cubiertas tanto por los papeles murales que cubren la fachada como por divisiones internas propias de la estructura- está compuesta en su interior por dos box destinados a depilación (D) y otro para realización de pedicure (E). Los tres presentan cortinas que los separan del exterior (representadas por una línea discontinua), que actúa



privatizando estos espacios y las prácticas que allí se realizan. Estos box se conectan a la sala principal a través de un pasillo que permite la movilidad dentro del centro de belleza. Junto a esto, existe un baño al interior del local (C), donde se realizan labores de limpieza.

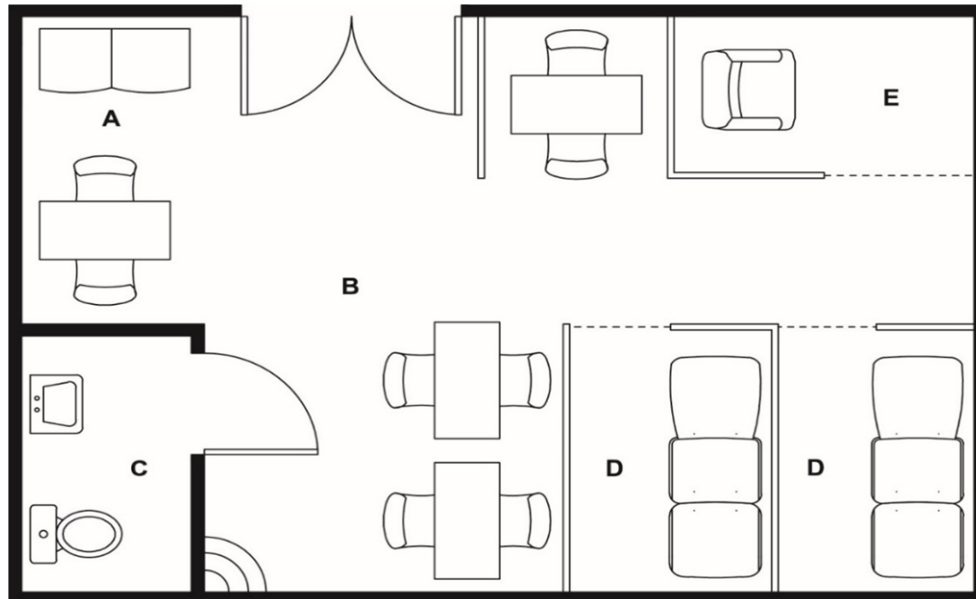


Imagen 6. Estructura interna del local. Fuente: elaboración propia.

El binomio adentro/afuera que se replica al interior de Bonita Express se configura en esta lógica de aquello que es visible y lo que no lo es, pudiendo traducirse en prácticas que son de carácter privado –las que se ocultan o deben ser escondidas- y aquellas que no lo son. Esto se condice con la disposición de los espacios y la estructura en general, que organizados en base a una matriz dicotómica de lo público/privado posee un correlato con un uso determinado que se asigna a ciertas zonas, donde prácticas, actividades particulares y corporalidades construidas tienen cabida. Así, mientras unas hacen referencia a lo que puede ser mostrado (B), como la manicure y pedicure de mujeres, lo segundo contempla las prácticas que sabemos que suceden, pero que deben ocurrir en contextos reservados, como la depilación y la pedicure de hombres (D y E). En ese sentido, vemos cómo los espacios van definiendo las zonas corporales que son posibles de ser sacadas a la luz y las labores que pueden o no ejecutarse de manera abierta al público general.

La delimitación espacial de prácticas nos habla de una ideología cultural que establece no sólo lo que puede ser expuesto, sino que también hace referencia a partes del cuerpo que deben ser escondidas. Mientras las manos de mujeres y hombres están sujetas a una labor pública, los pies de hombres y su pedicure, se ven ocultos. En el caso de las mujeres, su pedicure debe ser realizada en un contexto más reservado, más no secreto -tras una cortina, en un box especial o al lado de la mesa en la sala principal siempre en posición contraria a la entrada, es decir, donde solo se aprecia la espalda de la persona a la cual se le realiza el servicio, ocultando el rostro, posibilitando su anonimato, sin exposición para quienes transitan por el exterior. Caso contrario es el de la depilación, labor que se realiza en privado independientemente del género de la persona, sugiriendo que el vello corporal



es un tema tabú para la sociedad. Para el caso de las mujeres, su práctica norma dónde debe y no debe existir vello. Para los hombres, esta labor debe ocultarse ya que no se asocia a los criterios referenciados a la masculinidad hegemónica considerados para la sociedad chilena.

La estética, por ende, posee una lógica que no actúa por sí sola, sino que responde a los lineamientos culturales de una sociedad que establece distinciones entre lo que implica ser hombre y ser mujer en clave de belleza y que dentro de la delimitación espacial del centro de belleza constituye las primeras fronteras físicas y simbólicas. Espacio y género, por lo tanto, son signos interconectados para los regímenes de belleza que cada sociedad elabora en torno a la estética y su labor.

La asociación de los dos términos “espacio y género” constituye un par dialéctico que plantea la hipótesis de que el “espacio” crea una división localizadora de los dos sexos humanos, de tal manera que hay un espacio para lo “masculino” y otro para lo “femenino”. La experiencia de que no todos los espacios son propios de ambos géneros está muy arraigada en nuestra cultura y dirige nuestra conducta sin que siquiera lo advirtamos. (Trachana, 2013, pág. 118)

Así, la sala principal (B) y la zona de espera (A), funcionan por excelencia como espacio de intercambio cultural entre las mujeres que allí asisten dado que propicia tanto la conversación colectiva como el contacto entre cuerpos. Esto no es una característica exclusiva de Bonita Express; en nuestro imaginario existen distintos espacios que actúan según una doble finalidad como salas de espera y zonas donde ocurre una práctica particular. El ejemplo más claro es el caso de las peluquerías. La diferencia radica en que estas últimas se ven asociadas al tratamiento estético de una materialidad que sí está permitida exponer en público (cabello), mientras que las labores de embellecimiento de manos y pies se ajustan a partes del cuerpo que hasta hace poco en Chile debían ser escondidas, y que, por lo mismo, han requerido un tratamiento más íntimo. Este panorama sin duda se transforma con la introducción de esta nueva práctica en el país, liderada por las poblaciones caribeñas quienes pusieron en la palestra la intervención corporal estética, desde la cirugía al tratamiento de las distintas zonas del cuerpo. La conocida “desinhibición” asumida hacia las personas provenientes del caribe, donde el manejo del cuerpo es más expuesto, por medio no solo del hacerse las uñas o pies, sino por el hecho de usar traje de baños más pequeños, pantalones más apretados, etc., dan cuenta que las mujeres de dichas zonas otorgan al cuerpo un lugar que es notablemente diferente en sus sociedades. El cuerpo como recurso y uso desde las mujeres migrantes de Colombia particularmente, ha sido un lugar más expuesto, menos censurado al ojo general. Esto, además, ha sido relacionado con personalidades “más alegres”, “más gozadoras”, que gustan de bailar y reír, y que finalmente otorgan movimiento y color a los espacios y territorios.

“- Y, por lo mismo, las chilenas ahora van hasta las discotecas colombianas, ¿por qué? No sé, el carrete fome que tienen acá, entonces por eso mismo. Porque es evidente, donde tú vayas esto marca un estilo. El corte del cabello, esa es otra cosa



que marca un estilo. Que la ropa colombiana, que así que esto que lo otro. (...) Y ese aporte ha sido bueno. Ha sido controversial porque es una controversia también, y para ustedes las mujeres chilenas ha sido como que las están atacando. Como a otras que les gusta esta cultura, hay gente que es chilena que es reprimida porque aquí por ejemplo a veces pasa que si yo hablo más duro, que si yo me atrevo a mostrar mi cuerpo, que si yo me atrevo a decir tal cosa paso a ser alborotada (...).” (Andrea, sábado 9 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

En la interacción con la población local, ellas mismas reconocen y apropian estas formas diferentes de habitar el espacio que les son asignadas, una habitabilidad mucho más relacionada a la expresión de la corporalidad colorida, con estilo, que muestra su cuerpo y no permanece en un plano de invisibilidad.

En la sala de estar-espera ocurren conversaciones que sobrepasan la barrera del diálogo, transformándose en conversaciones colectivas abiertas donde todas las personas presentes pueden escuchar lo que se está hablando y participar. Esto se contrapone a los espacios reducidos, apartados y privados (D y E), puesto que las conversaciones que allí se efectúan se presentan en otros tonos, de forma directa y personalizada, cara a cara y entre dos interlocutoras, lo que por supuesto involucra otras dinámicas sociales de intercambio. El ordenamiento espacial, por lo tanto, tiene un correlato con la creación de vínculos y las relaciones sociales, con los tonos y hasta con las temáticas que pueden desplegarse y por ende, con el grado de intimidad que logran alcanzarse, reforzando el binomio de lo público/privado.

Por otro lado, la estética asociada al uso de los colores dentro del local, también nos entrega información relacionada al espacio que aquí se construye. Desde el exterior hasta el interior, todo tiene un aspecto de prolijidad extrema, pasando por los asientos combinados y los letreros que caracterizan Bonita Express. Destaca, a la vez, el uso del blanco, color predominante desde paredes, piso, mesas, sillas hasta luces. Éste acompaña el gris de los uniformes de las trabajadoras y de las cortinas que separan el box de depilación y de pedicure D y E, y contrasta con los sillines, los basureros y el sillón de espera de coloración calipso en las zonas B y A. Los únicos elementos que desbordan colores son los esmaltes de uñas, el muestrario de éstos y los carteles con imágenes de dos mujeres que señalan sus manos, con manicures que resaltan el contraste entre piel, uñas, y maquillaje, ubicadas todas en un segundo plano¹¹.

Al respecto, las instalaciones de salud biomédicas de orden público o privado, asociadas a la sanación, usualmente privilegian el uso de este color, pintando sus paredes de blanco y, de manera consecuente, utilizando implementos de la misma tonalidad –camillas, asientos,

¹¹ Los ambientes absolutamente blancos son “decorado(s) con objetos y pósteres de color por quienes tienen que trabajar en él para contrarrestar la sensación de esterilidad del blanco.” (Heller, 2005, pág. 163). Aquí, los añadidos de colores en Bonita Express no actúan eliminando las cualidades del blanco, sino que restan las percepciones de esterilidad asociadas a esta, volviendo el espacio más ameno y menos estricto para sus clientes.



delantales, incluso la iluminación, entre otros. El color blanco ha sido, en un inicio, referente de la luz, del origen y de la perfección, opuesto a la oscuridad. Con el tiempo su simbolismo comenzó a complejizarse, y éste se fue relacionando a las ideas de resurrección y del nuevo comienzo. En el marco de esta idea, sumada a la de sanación (la enfermedad grave cuando es sanada, así como también las afecciones o las “anormalidades” que son recuperadas), son vistas como un nuevo comienzo, una “nueva oportunidad” (Heller, 2005).

No es arbitrario, por lo tanto, que las clínicas estéticas, cada día más comunes en nuestro país, también utilicen esta gama cromática. Todos aquellos lugares donde el cuerpo está sujeto a tratamientos, se valen del uso predominante del blanco. Un primer acercamiento podría realizarse desde el tema de la higiene, sin embargo, esta no es más que otra construcción cultural del concepto, al señalar que sobre él es posible identificar cualquier mancha y, por lo tanto, controlar la limpieza con mayor facilidad (Heller, 2005, pág. 163). Ciertamente, no sólo la higiene es controlada, sino que también los cuerpos.

Los espacios blancos, asociados a la perfección, que trabajan directamente con corporalidades, normalizan todo aquello que se muestra imperfecto, desde la enfermedad hasta lo no estético –ambas nociones culturales respecto a lo que es anormal y de aquello que debe ser puesto en orden. Extendiendo el concepto, estos espacios se encargan de “higienizar” la imperfección de los cuerpos de las y los sujetos.

Bonita Express se reviste del color blanco y se asocia, por lo tanto, a un imaginario respecto al tratamiento biomédico del cuerpo, donde se refleja la sanación y la renovación corporal a través de una práctica estética del embellecimiento. Esta elección, por ende, no es azarosa, sino que se corresponde con una decisión que tiene como fin replicar una estética colombiana que relaciona los colores a ciertos estilos y la asociación con algunas marcas que financian los productos que allí se utilizarán:

“¿Ah sí?, claro, allá los salones de belleza son blancos, o negros o blancos con negro, y si no, son temáticos, como estilo medieval, estilo antiguo, etc. Además, cada salón tiene relación con sus marcas, es decir, que se asocian a una marca de productos que además de darle prestigio a un local, contribuye con la estética del lugar, ganando la marca y el centro de belleza. Es una estrategia completa de publicidad.”

Nota de campo. Jueves 26 de enero de 2017, jornada de tarde.

Como muestra Heller (2005), los colores y los sentimientos no se combinan de manera accidental, y las asociaciones que se hacen respecto a esto no tienen que ver con el gusto individual de los dueños o propietarios/as, sino más bien con experiencias universales – desde la Antropología diríamos con experiencias culturales- profundamente enraizadas desde la infancia, en nuestro lenguaje y en nuestro pensamiento.

Cabe destacar la relación entre las nociones de salud y de belleza en nuestra sociedad, asociadas a una industria comercial particular, donde tanto el bienestar físico como el



estético se venden como elementos conjuntos. Tanto las clínicas estéticas como las farmacias ofrecen un claro ejemplo. Mientras las primeras comercializan la belleza en un marco donde se comprende que la estética forma parte del estado de salud integral de las personas -de bienestar general-, las segundas la utilizan como estrategia publicitaria. Este fin comercial se puede apreciar de manera directa en la cadena Salcobrand cuyo logo, SB, significa “Salud y Belleza” y en la venta de sus productos que conforman un inventario de elementos de belleza y salud –por ejemplo, las góndolas de las farmacias ya no sólo exponen medicamentos genéricos para afecciones comunes, sino que también shampoos, cremas hidratantes y bálsamos labiales-. Los conceptos de salud y belleza se presentan imbricados en una misma industria comercial y laboral que establece lineamientos culturales a partir de lo cual se construye lo que es “saludable”.

Las labores de embellecimiento como manicure y pedicure son actividades que estrechan la diferencia entre la belleza y la salud, viendo plasmado esto en el uso estratégico de colores en la estrategia comercial de los centros de estética donde se ofrecen estos servicios. Salud y belleza es un binomio que se presenta enlazado, que pretende fusionar ambos términos estableciendo un continuo donde salud es belleza como también belleza es salud.

Las prácticas que se llevan a cabo dentro de Bonita Express se constituyen dentro del mercado chileno tanto como un ámbito laboral como cultural en un contexto mayoritariamente feminizado, siendo esta una característica que no sólo es posible encontrar en nuestro país, sino que también en el resto del mundo. Asimismo, este rubro ha sido asociado a las labores de cuidado que hoy en día involucran el binomio salud/belleza donde las mujeres no sólo han sido las depositarias históricas de estos saberes, sino que, a la vez, se han constituido como sus mayores usuarias (Pineda, 2014). Por lo tanto, se presencia una segregación genérica de estas actividades y de estos espacios. Manicure y pedicure se enmarcan en un contexto mayor, donde el cuidado del cuerpo se encuentra feminizado, asociado a significaciones corporales y a identidades sociales y sexuales, siendo las mujeres las que efectivamente presentan mayor preocupación sobre sus cuerpos y a quienes se les exige dicha preocupación (Probyn, 1992 en Méndez 2002).

La identificación de un espacio femenino, es decir, generizado se caracteriza por reproducir el sistema sexo/género estableciendo normas a través de las cuales se organizan las relaciones entre hombres y mujeres en una cultura determinada, estableciendo lugares exclusivamente masculinos y femeninos respectivamente (Barrientos, Salinas, Rojas, & Meza, 2009). La constitución completa de éstos, considerando desde la materialidad a los sujetos participantes, responde a mandatos que establecen socialmente lo que se espera de cada personalidad -femenina/masculina-. Esto devela que la existencia de “espacialidades” que van dirigidas a sujetos/as determinados/as, tiene la potencia de limitar el ingreso y el acceso de ciertos géneros mediante una sanción social, y constituyen territorios restringidos según sexo-género, es decir, ambientes –homosociales- que poseen una organización cultural particular. Mientras los espacios masculinizados presentan ciertas



características, como estar ligados a los sectores “productivos”, y reproducir comportamientos que performan (traducen y transmiten) los valores tradicionalmente asociados a la construcción del varón, comparten con los espacios feminizados una característica en común: los sujetos están ahí en tanto hombres o mujeres, y como tales tienen como referencias estos lugares para saber sus mandatos sexo- genéricos que localizan y reproducen la diferencia sexual, asociada a la jerarquización de personas y territorios. Su presencia en ellos no puede solo pensarse ni menos analizarse por la labor que allí efectúan, es decir, por ser trabajadores/as, clientes/as o usuarios/as (Barrientos, Salinas, Rojas, & Meza, 2009).

Bonita Express, como espacio feminizado, se relaciona a prácticas específicas -manicure, pedicure y depilación entre otras-, donde existen formas de producción y apropiación espacial que son protagonizadas por mujeres. La estética de este local va dirigida hacia un público específico que entiende y significa lo que allí se lleva a cabo. En nuestro país, la labor de manicure y pedicure se ha visto históricamente asociada a lo femenino, sobre todo en las esferas más conservadoras de nuestra sociedad donde el embellecimiento no se corresponde con la conformación de “lo masculino”. De la misma manera, las mujeres han aprendido códigos y normas de su condición de mujeres y de clase desde muy temprana edad.

Es, por lo tanto, en estos espacios donde se ponen en juego estos saberes culturales femeninos y donde se determina la especificidad del fenómeno del intercambio cultural en torno al lenguaje de la belleza.

La ubicación y localización del centro, la distribución de la espacialidad interna del local, y los colores, elementos fácilmente perceptibles desde una mirada superficial del espacio, no son los únicos a través de los cuales podemos acceder a las distintas significaciones del centro de belleza. Existen otros sentidos a través de los cuales percibimos y recibimos información, que escapan a un análisis exclusivo de lo visual y que nos interesa precisar, pues si retomamos el uso de los sentidos del etnógrafo o la etnógrafa, generalmente obviados y olvidados en las descripciones contemporáneas, sabremos que existe una infinidad de datos que deben ser recogidos por medio del uso de otros órganos sensibles donde el ojo no puede establecerse como el exclusivo.

Considerando, por lo tanto, la producción de signos culturales que se encuentran asociados a diversas formas de percibir la realidad, y el uso de la corporalidad de la investigadora para acceder al centro de belleza a través de éstas, proponemos la idea de una “escenografía agente”, concepto que nos permite dar cuenta en profundidad de este espacio, retomando e incorporando los elementos olfativos y sonoros como parte fundamental de las descripciones y experiencias en las instancias de observación etnográfica.

El concepto propuesto otorga un enfoque particular para el abordaje de la problemática espacio/territorio/lugar. Ahora bien, la noción que sugerimos posee ciertos supuestos. En primer lugar, este término alude a la “agencia”, introduciendo la idea de acción que permite



referir a la construcción de un espacio dinámico¹². En segundo lugar, la propuesta de una escenografía remite más a elementos que se encuentran en ejercicio -en un “hacer/actuar”, efectuando un movimiento- que a la determinación de un escenario inerte. Bajo este marco interpretativo, Bonita Express se traza y reconstruye en esta descripción como un lugar que intenta pensarse más allá de la visión estática, inmutable y física de la conformación de los espacios¹³, entregando al/la lector/a de esta memoria olores y sonidos que contribuyen a posicionar nuestra perspectiva de un espacio como lugar de encuentro, relacional y dinámico; un espacio como otro sujeto que forma parte del repertorio cultural-simbólico.

Basados en esta perspectiva, el concepto de “escenografía agente” no debe ser visto como un telón de fondo, y menos como un listado de componentes que se suman en segundo plano al centro de belleza. Por el contrario, proponemos que se caracteriza por propiciar acciones entre éstos, constituyendo nuevos signos que generan un lenguaje paralelo a un discurso hablado sobre lo estético. De esta forma, crea códigos comunes que refieren a un mismo fenómeno social, la belleza.

Los elementos descritos participan activamente de las relaciones sociales y materiales que se generan y crean dentro de Bonita Express. A su vez, identifican el espacio al que ingresan y predisponen al cuerpo a una acción concreta, que es el embellecimiento de manos y pies. Para tal efecto y retomando lo mencionado en la metodología, el cuerpo de la investigadora fue vital para poder abordar olores y sonidos, ya que, en su calidad de mujer, comparte códigos posicionándose como cuerpo sintiente dentro del centro de belleza y por lo mismo, usando el propio cuerpo como instrumento-herramienta o dispositivo de producción de información. Desde ahí, se devela que ciertos olores, colores y sonidos se encuentran asociados asimismo a la categoría de lo femenino.

Tanto la manicure y pedicure producen olores vinculados a la utilización de sus implementos; los esmaltes, los removedores, el alcohol y las lociones exfoliantes generan una atmósfera de hedores fácilmente perceptible desde el exterior del local, lo que sumado al olor a cera depilatoria hacen que Bonita Express tenga un aroma particular que nuestras narices receptionan rápidamente. En la jerarquización de las presencias olfativas, la cera depilatoria es la más destacada por sobre las demás cuando se hace uso de ella. Pese a que su olor es el más notorio, perdura por poco tiempo correspondiéndose tan sólo con el momento en que se está realizando una depilación, siendo rápidamente reemplazado por otros estímulos olfativos que producen los esmaltes de uñas y el alcohol, principalmente.

¹²Elementos espaciales que, a través de la acción humana, dotan de movimiento, uso, y significaciones a la materialidad que compone una escenografía.

¹³ Discusión que ya ha sido superada por Lefebvre (1974) al introducir la idea de que los espacios se producen socialmente y no existen previamente al individuo ni menos a la sociedad. Recalcamos que esta es la base sobre la cual se debe partir no sólo desde una mirada teórica, sino que también en la propuesta de acercamiento metodológico al estudio de los espacios.



Estos olores tan obvios e incluso inicialmente agresivos por su fuerza aromática para quienes asisten al centro de belleza como clientas/es dejan de ser perceptibles para quienes trabajan en este espacio de manera regular. Pero también este aroma va aceptándose corporalmente cuando se lleva un tiempo mayor a los 15 minutos en su interior. A medida que transcurre la jornada dentro de este local, los olores comienzan a naturalizarse cuando se asiste con mayor frecuencia, caso que fue experimentado por la investigadora. Existen, sin embargo, ciertos eventos que vuelven a visibilizar estos aromas una vez se han tornado comunes e imperceptibles para nuestro olfato. Es el caso, por ejemplo, cuando dentro del local se perciben otro tipo de olores, como es lo que sucede recurrentemente a la hora de almuerzo, donde alrededor de las 12.00 pm ingresa olor a fritura, proveniente de la comida que se prepara en la calle (en la parte exterior de la galería).

Las mujeres que asisten con mayor o menor periodicidad, clientas frecuentes e incluso clientas nuevas¹⁴, y por supuesto, las trabajadoras del lugar parecen estar habituadas a estas fragancias y no se muestran incómodas por el aroma a químicos. Esto no sólo da cuenta de una reacción fisiológica del cuerpo que tiende a dejar de sentir ciertos olores después de un tiempo de exposición a estímulos olfativos fuertes, sino que también nos habla de un fenómeno susceptible de ser analizado en clave cultural: para todas ellas, éstos se encuentran naturalizados y asociados a un tipo de trabajo (“aquí se hacen las uñas y se depila”) y a “lo femenino”.

Por el contrario, los hombres que visitan Bonita Express como acompañantes, inmediatamente muestran una actitud distinta a las de las mujeres, expresando su malestar mediante muecas, expresiones de disgusto, y una disposición corporal de incomodidad. El ceño fruncido, el rascarse la nariz, y el quejido a regañadientes por parte de estos, es tan común como alegar en voz alta del fuerte olor que emiten los distintos productos y químicos.

Alguien aplica un químico fuerte. No logro identificar de qué mesa sale ese olor ya que están todas trabajando y hay bastante gente en el local. Entra una mujer de aproximadamente 40 años. Sólo saluda y se sienta a esperar que la atiendan. Viene con su marido. Él, al sentir el olor fuerte, se aleja de la zona de espera, ubicándose en la entrada, asqueado y poniendo mala cara. La mujer nota su incomodidad y le ofrece que vaya a dar una vuelta. Vuelve al poco rato. Se sienta al lado mío. Continúa quejándose en voz baja.

Nota de campo. Lunes 12 de diciembre de 2016, jornada de mañana.

¹⁴ Inclusive en mi caso, como investigadora no me percaté del olor que expelía el centro de belleza hasta mi quinta visita cuando un hombre realizó un comentario al respecto de lo desagradable de éste.



Llega una mujer con su pareja hombre a atenderse mientras éste la espera. Él se sienta y ocupa la mayor parte del asiento en que estoy ubicada. Intenta leer, no lo logra, intenta hablar por teléfono y no lo logra, se rasca los ojos, se queja murmurando que le pica la cara (...) a veces se rasca la nariz y se pasa las manos por el pelo, rabiando por el olor a acrílico que hay en el lugar. Respira fuerte, y exhala bufando.

Nota de campo. Lunes 30 de enero de 2017, jornada de tarde.

Se evidencia, por lo tanto, una distinción sexo-genérica respecto a la forma de percepción de los estímulos olfativos. Esto tiene un correlato en una ideología cultural que determina aquello asignado a un tipo de construcción de la diferencia sexual que, a la vez, se ve asociado a ciertos territorios considerados propios de lo femenino y lo masculino. De esta forma, la apreciación y aceptación de determinados olores, atendiendo a si generan agrado o disgusto, evidencian quienes tienen un mayor o mejor acceso, y, por lo tanto, uso y estancia en estos lugares, estableciendo barreras y fronteras. Es así como, las distintas reacciones que se generan en los cuerpos nos hablan de un conocimiento diferente que crea signos y códigos que estipulan la pertenencia de sujetos/as a espacios asociados a cada género¹⁵.

Interesante es notar que, sin embargo, existe una pequeña cantidad de hombres que asisten al local con cierta regularidad y que, por lo mismo, ya no se ven molestos ni menos incomodados por estos olores –caso contrario al de quienes sólo se remiten a acompañar a sus parejas mujeres-. Podemos entender, entonces, que la asistencia de varones que no se ven perturbados por estos estímulos denota inmediatamente una cierta frecuencia de participación en este espacio, y una nueva característica cualitativamente distinta entre quienes asisten por los servicios ofrecidos en Bonita Express y aquellos que son acompañantes. Éstos últimos son los que presentan desagrado, ya que estos estímulos operan fuera de su red de significados recurrentes. Los hombres clientes, por medio de su asintoma olfativa, expresan que estos lugares forman parte de su repertorio, y que sus dinámicas y sensaciones corporales no son ajenas ni hostiles, mostrando que ya han cruzado las primeras barreras culturales, por lo que ya les es posible acceder de manera normal y fluida sin rasgar sus ojos o nariz. Ellos ya no actúan como acompañantes, sino que esperan su turno para recibir este servicio estético.

Otro agente escenográfico que permite caracterizar este espacio lo constituyen los sonidos, los cuales hacen referencia a todo aquello que se puede oír dentro del centro de belleza. Ya conocemos el caso de otros espacios cercanos y que trabajan con las labores de belleza como son las peluquerías, donde podemos escuchar el ruido de los secadores de pelo, de las máquinas que producen vapor, de las tijeras, el lavado del pelo, las conversaciones e incluso, la música que suena de fondo. Bajo nuestra perspectiva, los distintos sonidos son

¹⁵ Respecto a los olores típicamente construidos en torno a lo masculino, un ejemplo son los bares y lugares de entretención minera, donde el olor a transpiración y a bebidas alcohólicas son característicos.



una capa constituyente de una escenografía donde los estímulos sonoros son recibidos y convertidos en códigos que se encuentran asociados a la realización de las prácticas de embellecimiento. Éstos tienen tonalidades y matices, y se transforman en composiciones que van afianzándose desde lo cultural, siendo claramente referenciales para describir usos y acciones. Por ejemplo, no necesitamos ver el escaparate de una peluquería para saber que lo es si tan solo atendemos al sonido del secador de pelo y las máquinas de afeitarse, entre otros.

En Bonita Express, podemos distinguir al menos tres tipos de “sonoridades” producidas en y por el local. La primera de ellas está asociada al uso de la materialidad con la que se realiza la manicure y pedicure; la segunda refiere a las conversaciones, conformadas por las voces y los tópicos que éstas abordan; finalmente la tercera concierne a la música que ambienta este espacio. Este orden en que las sonoridades han sido expuestas concuerda con la cronología en que fueron develadas a través de la labor etnográfica. Esto implicó de constancia y frecuencia de visitas que permitieran lograr profundizar en la percepción de los elementos auditivos, desacoplando estos distintos estímulos que se presentaban inicialmente durante los primeros acercamientos de manera conjunta y uniforme.

No me había dado cuenta de que el sonido constante de este lugar son voces femeninas dialogando, y conversando por teléfonos celulares. Una mezcla de acentos y una mezcla de sonidos de herramientas: cajones, máquinas con agua para hacer la pedicure, sonido de utensilios de metal...

Nota de campo. Sábado 10 de diciembre de 2016, jornada de mañana.

El sonido de la materialidad es posible distinguirlo apenas se ingresa al local. De esta manera comprendemos que todo el instrumental que se utiliza para la realización de manicure y pedicure, tanto aquellos que intervienen tangencialmente a la práctica, como las sillas, las mesas, las luces e incluso el hervidor de agua, como los que se conforman como elementos indispensables para lograr una correcta labor, por ejemplo, limas, cortaúñas, alicates o máquinas especiales, participan en la producción de una sonoridad particular. No es ruido, sino la musicalización de un tipo de manufactura, la sucesión y superposición constante del quehacer de un oficio. Todos los instrumentos que son utilizados para las labores de embellecimiento generan un murmullo que permanece constante y prevalece frente a otras fuentes sonoras, y que además de hablarnos de un espacio donde se construyen bellezas, nos anuncia el tipo de práctica que allí se efectúa: es la mutilación de la uña natural, su corte, su retiro de elementos no deseados, cutículas, callosidades, etc., el primer eje de acercamiento a la manicure y pedicure.



Las máquinas que liman van y vienen por las pieles, retirando todas las durezas, haciendo un sonido que apabulla a todos los demás; cuando éstas están siendo utilizadas nadie es ajena/o, y muchas veces las miradas se dirigen hacia la fuente sonora, asociando el sonido a la práctica de limar asperezas de los pies. Shuk, de ida, chuluk, ida y vuelta, shuk, de vuelta, suena entre medio de las conversaciones.

Nota de campo. Miércoles 18 de enero 2017, jornada de tarde.

Por otro lado, y como ya habíamos mencionado, existe otro tipo de estímulos auditivos que es posible de detectar dentro de este centro de belleza. Éstos están compuestos por las conversaciones que, en ocasiones, se superponen al sonido de los materiales que, de igual manera a la descripción anterior, permanece constante. Éstas se vuelven evidentes cuando hay una mayor confluencia de mujeres en este espacio, pues, a medida que aumenta la cantidad de clientas y trabajadoras, se generan más conversaciones que ocurren en paralelo, por lo que para poder oírse y comunicarse entre ellas, deben aumentar el volumen de éstas. Son voces femeninas, que aportan con una tonalidad y un timbre más agudo que aquellas que predominan generalmente en el espacio público (voces de hombres), masculino por excelencia (Landes 1998; Miranda 2014), generando una sonoridad cargada de diferentes edades, con distintas entonaciones y acentos.

Las conversaciones que se producen recorren diversas temáticas con frecuencia abarcando la vida privada, señalando los problemas personales, familiares o de cercanos.

Esta clienta comenta algo de un departamento que una amiga suya dejará, y Andrea, la dueña, le pide el dato para una amiga suya, colombiana, que a cuánto puede estar el costo, porque su amiga quiere menos de 300, pero ella está segura de que no encontrará algo así de 2 dormitorios en Santiago Centro. Entonces la conversación cambia hacia lo chico que son los departamentos hoy en día, que son espacios funcionales, donde nada sobra. Entonces Andrea comienza a relatar que ella nunca había vivido en departamentos. Que la casa donde ella vivía en Colombia era grande, de 6-8 piezas, con una cocina aparte, salas apartes y comedores aparte. Andrea actualmente vive en un piso 20 y algo, y señala que subió su cama con ayuda de unos colombianos amigos. “Mejor vivir como gitano, yo soy nómada”, señala. “Yo no tengo nada, la mesa de centro, cojines, con eso basta y sobra, para qué tener más cosas, después hay que moverse con todo”.

Nota de campo. Lunes 24 de octubre de 2016, jornada de mañana.

La problemática abordada en esta situación es interesante no sólo porque refiere a la vida privada de quienes conversan, sino que recalca una vivencia personal relacionada a una trabajadora migrante y su estado de constante movimiento, en sus propias palabras, de sentirse nómada. Así como ella, la y el migrante se caracterizan por el movimiento, pues han migrado transnacionalmente. Sin embargo, una vez llegadas/os al país de acogida, no dejan de experimentar procesos de movilidad, tanto en lo residencial como en lo laboral,



perpetuando esta lógica errante. La casa, el hogar, y el trabajo pasan a ser elementos temporales, transitorios y distintivos de su cotidianidad –al menos durante los primeros años de residencia-. Sumado a lo anterior, las nociones de nomadismo y simpleza -tener lo justo y necesario para vivir y poder moverse- se expresan como códigos comunes en este continuo cambio. Por lo tanto, estas personas son migrantes todo el tiempo, condición que no acaba cuando ingresan al país u obtienen una residencia definitiva. Por el contrario, el primer síntoma de que el estado de “migrante” empieza a aplacarse es cuando se comienzan a adquirir cosas, puesto que ya se han establecido las condiciones para el asentamiento -idea que la misma arqueología ya ha trabajado arduamente-. Al establecerse en un territorio por más de unos años, tanto en lo laboral como en lo residencial, es cuando podemos comenzar a proponer que las personas migrantes han desplazado esta condición de movilidad, como absolutamente constituyente de su identidad, y, en consecuencia, el nomadismo, que se presenta como vivencia existencial y de precariedad con la que se inicia la llegada.

Lo anterior, sin duda, repercute en su forma de construir y hacer lugar, así como también en su arraigo. Estas otras maneras de habitar, desde la movilidad continua y sucesiva que presentan muchas de las mujeres migrantes colombianas, otorgan y expresan una habitacionalidad distintiva, que por lo demás les recuerda constantemente que poseen la condición de migración y que son migrantes.

Por otra parte, las conversaciones relacionadas exclusivamente a la estética remiten tanto a la manicure/pedicure, buscando consejos “me gusta ese azul, ¿qué te parece a ti?”, o compartiendo impresiones “No, ese color no queda bien con tu piel”. También es posible constatar instancias donde se comparten conocimientos (como en el caso de elección de productos de belleza que son vendidos esporádicamente por personas ajenas al local).

Entra una vendedora frecuente de cosméticos y de esmaltes de uña. Luego de mostrarlos, comenzó “la ronda” del maquillaje, polvo traslúcido, fijador, polvos, lápices labiales, máscara para las pestañas, etc. Verdaderamente estaba hipnotizada, todo era muy colorido y familiar. Todo me absorbía, y poca atención podía prestarle a lo que ocurría en el resto del espacio. Pero las chicas hablaban, y hablaban sobre qué era cada uno de los productos “no mira, tú te pones esto sobre el maquillaje y te dura toda la jornada, no te tienes que retocar”, “claro, pero yo no puedo usar esa base de maquillaje tan clara porque mi piel es más morena”, “este sirve sobre todo para que la piel no se vea grasa... acá las chilenas tienen siempre la piel brillante”.

Nota de campo. Martes 22 de noviembre de 2016, jornada de tarde.

Las conversaciones propician la creación de un espacio donde las nociones y referencias respecto a lo bello develan imaginarios hegemónicos (como en la cita se expresa, la piel no puede lucir brillante, se debe cubrir la piel con productos cuyas tonalidades se correspondan con el color natural de la tez, etc.) y saberes que son puestos en tela de juicio a través de un intercambio comunicativo con el fin de conocerse –ubicar socioespacialmente a mi



interlocutor/a y viceversa- y para poner en juego puntos de vista y nociones aprendidas respecto a la belleza. Bonita Express se transforma, de esta manera, en un espacio de aprendizaje a través del intercambio.

La clienta pregunta por algo a lo que en un principio no le presto atención. La chica comienza a hablar y explicarle algo respecto al trabajo en acrílico y con gel. Y le dice que demora, que no se hace rápido, que son dos horas de trabajo. La mujer pregunta si es que esto no se puede hacer más rápido, a lo que la trabajadora responde que no, que puede encontrar lugares donde el trabajo en acrílico se hace en un menor tiempo, pero que ellas, por respeto a la labor que realizan y por las uñas de ella, no lo van a hacer.

Nota de campo. Lunes 24 de octubre de 2016, jornada de mañana.

Por supuesto, no sólo se aprenden nociones de lo bello en cuanto a estilo, sino que también se socializan saberes respecto a una práctica, como lo es el hecho de que la utilización de ciertos productos cosméticos que definen un tipo de manicure (acrílico o gel), están asociados a un tiempo de manufactura y un cuidado particular de la uña (o “respeto” como se menciona en la cita).

Aira me pregunta “¿Y cuándo se va a hacer las manos?”, “Ahora puede ser”, le digo. “Claro, una express”. (...) Mientras me lima las uñas “¿cuadraditas o redonditas?” “cuadraditas por favor”. (...) Llego de enjuagarme las manos y Aira, mientras me seca me pregunta qué color voy a querer. Le digo que algún color azul. “Hay uno bonito-bonito, está en esa esquina, sáquelo”. (...) Me hace un diseño sobre la uña blanca que me había dejado y me pregunta si el triángulo que me hizo lo deja naranja o amarillo, “amarillo” le digo yo, “amarillo, ¿cierto?” me responde ella.

Nota de campo. Jueves 26 de enero de 2017, jornada de tarde.

De la misma forma, durante la realización de la práctica los saberes estéticos vuelven a ponerse en juego: es aquí donde se develan las transacciones, puesto que la elección de un estilo, color de esmalte y diseños revelan las fronteras simbólicas respecto a la belleza y, por lo tanto, los espacios que permiten la agencia y la introducción de nuevos parámetros estéticos en la población femenina chilena.

Los temas relativos a la belleza al interior de espacios abocados a su tratamiento como es el caso de Bonita Express efectivamente promueven conversaciones que inicialmente comienzan por los precios y tipos de labores llevadas a cabo dentro del centro de belleza, como por los materiales utilizados, las que prontamente se tornan hacia temáticas que tienden a buscar grados de conocimiento entre ellas, sin agresividad, las que van alcanzando profundidades y confianzas interesantes. En ese sentido, el centro de belleza se torna un espacio que posibilita la relación social de encuentro, sumado a un tiempo que va consolidando estas relaciones.



La exploración de nuevas formas de belleza surge a través de estos intercambios, propiciados por conversaciones en torno al cuidado de manos y pies, y luego sobrepasando los estilos estéticos, lo que hace viable el reconocimiento de una “otra”. En este sentido, la belleza se articula como una nueva instancia de transacción cultural entre mujeres de países diferentes, agenciando conocimientos recíprocos de formas de hacer y expectativas entre quienes se unen por medio de las prácticas de embellecimiento. La construcción y quehacer de belleza, se coloca como articulador protagónico de una homosocialidad femenina que presenta nuevas formas de integración.

Finalmente, la última sonoridad mencionada que constituye parte de los agentes escenográficos de Bonita Express es la música que lo ambienta. Este sonido, a diferencia de los anteriores, no es posible encontrarlo cotidianamente dentro del centro de belleza, aunque sí de forma frecuente. Esto responde a una condición contextual, donde debido a que este espacio se encuentra dentro de un centro comercial mayor, generalmente suena música a través de parlantes que ambientan toda la galería, la que muchas veces está a un volumen mayor que la música del propio local, destacándose por sobre esta última, y siendo finalmente apagada por las trabajadoras.

La música que se escucha dentro de Bonita Express abarca distintos estilos, desde música instrumental -mayoritariamente versiones de canciones clásicas de rock de los años 80' y otros clásicos en inglés-, hasta salsas y canciones en español también versionadas en este estilo. A veces, las trabajadoras cantan al compás de estas canciones; en otras ocasiones, bailan cuando se levantan de sus asientos a buscar algo. Otras veces, las clientas se les unen cantando.

Andrea ha puesto música instrumental para ambientar, canciones como “In my way”, “El himno de la alegría”, otras canciones en español, pero sólo instrumentalizadas, “Chiquitita” de Abba (...).

Luego empieza a sonar una canción de Camilo Sesto, y después suena “A escondidas”, todas estas con ritmo de salsa y tarareadas por las clientas que hoy asisten (...).

Nota de campo. Lunes 12 de diciembre de 2016, jornada de mañana.

Suena una canción, y dos trabajadoras cantan mientras realizan manicures, “Este amor que me tiene loco, me está atormentando y no sé qué hacer... Dime tú, tú mi gran amigo, alzando esta copa, lo que debo hacer... Tú sabes bien cuanto la quise, y sabes bien que la adoré, y ahora resulta que solo fui un juguete... No me resigno pues yo no sé perder”.

Nota de campo. Miércoles 18 de enero de 2017, jornada de tarde.

Generalmente la música instrumental suena en la jornada de la mañana, cuando hay menos confluencia de personas en el centro de belleza. A media tarde o post almuerzo se escuchan más salsas dentro del local, o bien, se apaga la música para escuchar el



reggaetón que se introduce desde la galería, evitando una posible saturación de músicas que agobien el ambiente y generen una molestia a quienes están presentes.

La reproducción de distintos tipos de música responde a los horarios de la jornada que se está efectuando. De esta manera, después de la hora de colación (almuerzo), al disminuir la demanda y la gente presente dentro de Bonita Express, y generarse el consecuente decaimiento anímico, se suele recurrir a músicas alegres, como salsa y reggaetón, que se articula como vehículo de ánimo y de reposición de fuerzas para el resto de la jornada que queda. En ese sentido la música se torna fundamental para la realización de las prácticas rutinarias asociadas al embellecimiento. Creemos, además, que los estilos musicales que son colocados en Bonita Express dan cuenta de una posibilidad de algunas de las trabajadoras de generar y propiciar contactos y conversaciones, sumándose a estas formas y repertorios de interculturalidad, que debiesen ser explorados en otras instancias y que, por ahora, escapan a nuestro objetivo de estudio.

En el primer acercamiento que se realizó a este centro de belleza, las trabajadoras relataron que “lo colombiano” en Chile tiene una serie de significados asociados que generan expectativas respecto a estos estereotipos y sobre la conducta de las personas de esta nacionalidad, siendo un claro ejemplo la elección musical. En el centro, esto se graficaba en que las clientas les pedían constantemente que alegraran el ambiente poniendo alguna salsa colombiana, a lo que ellas tajantemente respondían que Colombia no era sólo salsas y que evidentemente resultaba aburrido escucharlas todo el día. Pese a esta advertencia entregada por las propias trabajadoras del recinto fue recurrente escuchar distintos estilos musicales versionados en salsa, incluso el reggaetón colombiano transformado a este ritmo, volviéndose contradictoria la locución dada. Si bien existe una conciencia respecto a la existencia de una red de significados que enmarca a las trabajadoras, a su labor, y el centro de belleza, la música es utilizada estratégicamente por ellas ya que al “ponerle play” a una imagen estereotípica que se escucha, se canta y se baila mientras realizan manicure y pedicure, se genera una suerte de identificación grupal, que transmite un mensaje, una marca que señala que ellas son de una determinada nacionalidad “colombianas”. En otras palabras, la música es otro lugar que habla de la construcción de un espacio migrante.

En Bonita Express, entonces, se evidencia un interés por posicionar y transmitir una marca particular del tipo de belleza que allí se realiza y que tiene eco en la población local: la “manicure colombiana”, “hacerse las uñas con las colombianas”. Dentro del imaginario, este sello también nos habla de una experticia en el manejo de una práctica adjudicada a mujeres de una nacionalidad particular, encasillando en un grupo el prestigio y el conocimiento de hacer las uñas, en una actitud esencialista.

Lo anterior no se ve desacreditado pese a que no todas las trabajadoras sean colombianas, sino que, por el contrario, esto nos refuerza que la escenografía agente es, a veces, más densa y argumentativa para los procesos de identificación de las/os propias/os sujetas/os, en este caso, en mujeres que conviven día a día en el mismo espacio.



Existen, por lo tanto, distintas formas en que se transmite simbólicamente la pertenencia a un grupo: mientras Bonita Express lo hace también por medio de la música, el local de belleza venezolano que se ubica en el segundo piso de la galería lo hace colgando una bandera en su fachada.

La territorialidad de Bonita Express se plasma en estos significados que son compartidos por una población acotada, compuesta por mujeres. “La conciencia de pertenecer a un grupo, un grupo que incluye cierta gente y excluye otra, es paso indispensable hacia la reivindicación consciente por parte de este grupo del derecho de vivir o moverse dentro de un territorio particular” (Lattimore, 1968, pág. en Taylor, 2007). El centro de belleza, por lo tanto, se construye como territorio migrante de embellecimiento femenino.

La manera en que se construye una territorialidad no sólo admite análisis respecto a la espacialidad y su escenografía agente, como hemos realizado hasta ahora. Por lo mismo, a continuación, nos abocaremos a describir las corporalidades que se adosan a este espacio y que se abocan al segundo objetivo de nuestra indagación.



¿Quiénes habitan, residen y visitan Bonita Express?

Anteriormente mencionamos que el centro de belleza se presenta como un espacio generizado. Atendiendo a esta lógica, realizaremos una primera distinción que nos permitirá abordar las distintas corporalidades que conforman este territorio en torno a la diada femenino/masculino. Con dicha dicotomía se explora la construcción de categorías de personas que se definen de acuerdo a su grado de implicación con el espacio encontrándonos con la triada de quienes lo habitan, lo residen y lo visitan.

Dentro de lo femenino, podemos encontrar a las trabajadoras, las clientas/usuarioas, las proveedoras de los implementos para la realización de las labores de embellecimiento y las amigas de las trabajadoras, mientras que lo masculino se compone por trabajadores de la galería, proveedores hombres, amigos, clientes y parejas de las clientas. Sin embargo, cabe mencionar que esta primera diferenciación no es estática, debido a que Bonita Express se constituye como lugar de interculturalidad, y, por tanto, como espacio donde se efectúan procesos de territorialización. Bajo tales marcos, es necesario dar cuenta de cómo estas primeras categorías de masculino-femenino, pero también de habitante, residente y visitante, a pesar de ser aparentemente universales –y, por ende, posibles de identificar en otros lugares abocados a la estética y a los procesos migratorios- deben ser comprendidas en un lenguaje que permita dotar de sentido a la territorialidad que conforman, señalando aquello que forma parte y no, de estos procesos de identificación que conjugan distintos sujetos y sujetas en torno a la belleza y a las nacionalidades.

A partir de lo anterior, consideramos entonces la siguiente nomenclatura para nombrar a quienes participan y/o moran Bonita Express: extranjero/nativo, visitante/residente, ajeno/perteneciente, turista y obligado. Consideraremos a las habitantes mujeres de este espacio como nativas, pues ellas se ven convocadas en este espacio por la belleza, común y transversal a todas, mientras que los hombres se comprenderán bajo la categoría de extranjeros, ya que este lugar les es ajeno y no se asocia a las construcciones culturales respecto a lo masculino en el contexto chileno. Asociamos, entonces el “ser nativa” a lo feminizado de este espacio, y lo “extranjero” a la barrera que lo masculino como norma o mandato establece, sin permitir su participación abierta y consolidada, afianzando lo que culturalmente corresponde a ambos géneros y traducándose directamente en las formas de habitar el territorio (ver imagen 7).

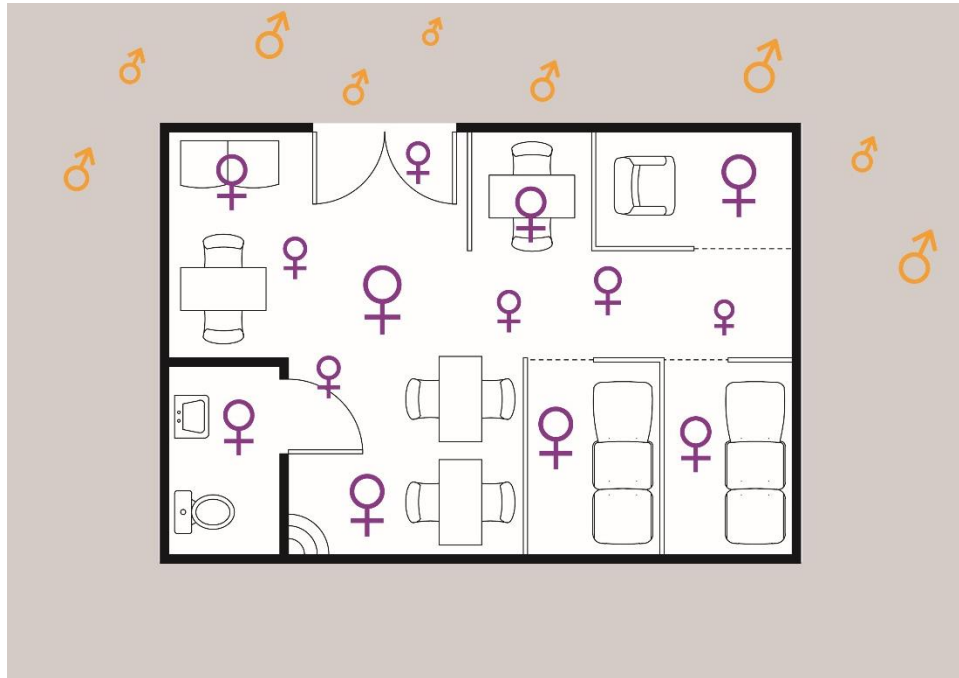


Imagen 7. Ocupación del espacio por nativas y extranjeros. Fuente: Elaboración propia.

Los demás términos se construyen con el sentido de comprender de mejor manera la ubicación socioespacial de cada una/o de estas/os sujetos/as. Así, dependiendo del grupo que conformen -el cual se establece por su relación con el espacio, su situación en torno a la práctica de belleza, y de la relación entre quienes se asocian a este lugar- se intenta dar cuenta de las dinámicas que generan y cómo Bonita Express se ve territorializado.

Comenzamos por las trabajadoras del centro de belleza, quienes son, por excelencia, sus residentes. Ellas son mujeres que se especializan en labores de embellecimiento tales como manicure, pedicure, depilación, perfilado de cejas, entre otras -por supuesto, con distintos grados de profundización de estas prácticas-. Sus edades fluctúan de los 25 a los 40 años. Morenas, rubias, altas y bajas, con mayor o menor acento, y con distintas procedencias (Chile, Venezuela, Perú y Colombia), componen actualmente la fuerza laboral del recinto. Ellas son con quienes se establece el contacto, al ser las receptoras de las otras mujeres que ingresan al local. Es, por ende, con ellas con quienes, de manera directa, se produce el intercambio de saberes, negociaciones económicas y afectivas, en suma, con quienes se dialoga y con quienes se interactúa corporalmente.

La cantidad presente de estas mujeres varía según temporadas, puesto que si bien el local, para abastecer la demanda total de los servicios de embellecimientos, exige una cantidad de personas mínima para funcionar -correspondiente a cuatro trabajadoras que cubren la demanda básica en temporadas bajas¹⁶-, en temporada alta y coincidente con el fin de año,

¹⁶ Período que contempla la mayor extensión del año, y sin considerar las épocas de vacaciones de verano o invierno, ni los feriados largos ni las fiestas importantes como navidad, año nuevo, 18 de septiembre, etc.



se contratan hasta tres mujeres más para suplir la alta concurrencia, aumentando el número total a siete personas. En esta línea, las trabajadoras conforman dos grupos que se organizan en torno a este fenómeno, considerando a aquellas que se mantienen fijas en el tiempo -residentes permanentes-, y a aquellas que rotan acorde a la demanda de los servicios estéticos -residentes esporádicas, que una vez que dejan el trabajo se constituyen en visitantes nativas¹⁷⁻¹⁸. Para comprender aún más las dinámicas de ocupación del espacio y la forma en que se organiza social y georreferencialmente, se presenta un cuadro esquemático que reúne los siguientes criterios: lugar de procedencia, tipo de trabajadora (en relación al tiempo de permanencia), labores que realizan, cargo, ubicación y movilidad dentro de Bonita Express, con el fin de ayudar a la descripción de estas mujeres y la forma en la que fluyen a través de estas categorías, abarcando las diferencias que entre ellas se produce y que inciden claramente en la forma de construir el territorio de Bonita Express.

¹⁷ Se consideran como visitantes nativas a todas las mujeres que en el tiempo pasarán a dejar de trabajar; visitantes por dejar de residir y territorializar este espacio, y nativas porque si llegasen a asistir al lugar ya no como trabajadoras sino como clientas, continúan compartiendo un imaginario en torno a la belleza y su relación con lo femenino.

¹⁸ Atendiendo al cambio de personal ocurrido en septiembre de 2017, se señalarán como residentes esporádicas aquellas mujeres que han sido contratadas para reemplazar a las residentes permanentes, de las cuales aún no ha sido observado su tiempo de permanencia dentro del local.



Nombre	Lugar de procedencia	Tipo de trabajadora	Labor que realiza	Cargo	Ubicación	Circuito de movilidad
Andrea	Colombia, eje cafetero, Cali.	Residente permanente.	-Manicure: express, completa, diseños, gel, acrílico, hombres. -Pedicure: completa, diseños, hombres.	Dueña, trabajadora, administradora.		
Shirley	Colombia, eje costero, Cartagena.	Residente permanente.	-Manicure: express, completa, diseños, gel, acrílico. -Pedicure: completa y diseños.	Trabajadora, a cargo del dinero cuando Andrea no está.		
Aira	Colombia, Bogotá	Residente permanente	-Manicure: express, completa, diseños, gel, acrílico. -Pedicure: completa y diseños. -Perfilado de Cejas -Depilación	Trabajadora, a cargo del dinero cuando no está Andrea ni Shirley.		
Rosie	Colombia, eje cafetero, Cali	Residente esporádica (Diciembre 2016-Enero 2017)	-Manicure: express, completa, diseños, gel, acrílico, hombres. -Pedicure: completa y diseños	Trabajadora.		
Yemby	Perú	Residente esporádica (Octubre-Noviembre 2016)	-Manicure: express, completa, diseños. -Pedicure: completa y diseños.	Trabajadora.		
Gaby	Venezuela	Residente esporádica (Noviembre-Diciembre 2016)	-Manicure: express, completa y hombres. -Pedicure: completa	Trabajadora- aprendiz.		
Claudia	Chile	Residente esporádica (Noviembre 2016-Febrero 2017)	-Depilación	Trabajadora.		
Jessica	Venezuela	Residente esporádica (Septiembre 2017- ...)	-Depilación -Manicure: express, completa, diseños, gel, acrílico, resina, hombres. -Pedicure: completa y diseños	Trabajadora.		
Natalia	Colombia	Residente esporádica (Septiembre 2017- ...)	-Depilación -Manicure: express, completa, diseños, acrílico, hombres. -Pedicure: completa y diseños	Trabajadora.		

Tabla 1. Residentes Bonita Express. Fuente: Elaboración propia.



Los criterios expuestos en la tabla señalan la presencia de una jerarquía socio-espacial que se ve vinculada tanto a la posesión de un cargo, como al tiempo de permanencia, y, por lo tanto, a la posibilidad de ser residente o potencial visitante, así como también al manejo de habilidades y conocimientos respecto a los tratamientos estéticos. Lo anterior, de igual manera, influye directamente en la limitación o facilidad de movimiento dentro del centro de belleza.

Respecto a las responsabilidades adquiridas dentro del centro de belleza, se establece una primera diferenciación que se ordena en base a los siguientes cargos:

1. Dueña-administradora-trabajadora (que en este caso son dos cargos que se reúnen en una misma persona).
2. Trabajadora a cargo del dinero en ausencia de dueña (primera reemplazante).
3. Trabajadora a cargo del dinero en ausencia de dueña y de la primera reemplazante (segunda reemplazante).
4. Trabajadora.
5. Trabajadora-aprendiz.

Tanto el cargo (1) como el (2) y el (3), se ven relacionados a residentes que se mantienen en el tiempo dentro de este espacio, superando la estadía parcial. El período que llevan trabajando en el local se presenta como un articulador de conocimiento-confianza.

Las responsabilidades con el centro de belleza y su funcionamiento están relegadas a aquellas trabajadoras que son “habitantes”, diferencia que se observa con el resto sus compañeras, es decir, de aquellas mujeres que se constituyen residentes. Son sólo éstas últimas quienes tienen poder de decisión dentro del centro, y son, por esta misma razón quienes se encuentran facultadas para realizar reemplazos en ausencia de la administradora, como hacerse cargo de las transacciones económicas, lo que les otorga un estatus mayor frente a las demás, categoría que se traduce al poseer mayores atributos para permanecer y mantenerse estables en este lugar.

Evidentemente, el manejo de dinero reemplazando a quien se encuentra a cargo, reubica a las mujeres en distinciones jerárquicas entre ellas, siendo la consecuencia más importante de ello, en términos de interacciones sociales, el reordenamiento de la organización espacial del grupo. Por ende, el traspaso de esta responsabilidad, de quien maneja el dinero, es relevante porque la trabajadora consigue una posición social distinta que se expresa en la forma corporal de uso del territorio, siendo quien gobierna y domina el espacio.

En el otro polo podemos encontrar el cargo (5), que es ocupado por la trabajadora-aprendiz, quien posee casi nulas responsabilidades con el centro de belleza y tan sólo se remite a la realización de manicure y pedicure. Ella, dentro de este esquema de pertenencia al lugar es quién ocupa la condición de “visitante dentro de las residentes esporádicas”, puesto que se encuentra en una posición social más externa, donde no sólo sus actividades se ven



limitadas, sino que también sus tareas y su tránsito se ve enmarcado y restringido dentro del local. En nuestros términos, es la mujer que sin ser foránea es quien menos cabida tiene para utilizar y apropiarse de los espacios dentro de Bonita Express, circunscribiendo su movilidad al espacio otorgado para la ejecución de la manicure y pedicure. Además, sus movimientos deben ser anunciados, solicitando permiso o aviso de ellos. Cuando este proceder no se realiza, el resto de las habitantes rápidamente preguntan por su obrar, “¿qué necesitas, a dónde vas?”, mostrando una vigilancia y gobierno de su actuar.

Por otro lado, se han señalado las distintas técnicas que cada una de las trabajadoras maneja, siendo algunas de estas labores específicas referidas al tratamiento de las uñas o bien, tareas asociadas a la estética general: manicure express, manicure completa, manicure permanente, manicure con diseños, manicure con gel, manicure con acrílico, manicure de hombres, manicure con resina, pedicure completa, pedicure con diseños, perfilado de cejas y depilación. Esto no tiene un correlato tan explícito con las jerarquías presentes en local, pero sí posee relevancia al señalar la potencialidad de permanencia de la trabajadora dentro del local. En otras palabras, lo anterior se asocia a la posibilidad de extender su estadía laboral y cambiar de ser una residente esporádica a una residente fija (ver imagen 8). El poseer mayores conocimientos respecto a estas prácticas en comparación a sus pares, hace que la trabajadora sea versátil, pudiendo hacerse cargo de más labores que tan sólo de aquellas que se le asignaron en un principio y por las que fue inicialmente contratada. Esto da cuenta de cómo la labor que se desarrolla por medio de las prácticas de embellecimiento no es algo estático, sino que una trabajadora, desde su acceso a nuevos conocimientos estéticos y al mayor logro y capacidad de ejecución de éstos, puede alcanzar su residencia definitiva en el lugar. Ahora bien, una de las trabajadoras que accede a una mayor estabilidad “con residencia definitiva” pueden ausentarse (siempre con aviso-explicación) a quien es la dueña, quien otorga la autorización de ese tránsito hacia el exterior, para luego retornar. Estas mujeres son residentes mientras no abandonan este espacio (renuncian o son expulsadas), puesto que, si llegan a verse en esta situación de desempleo, retoman su condición de migrantes laborales hasta que llegan a establecerse en otro espacio para ejercer nuevamente este oficio.

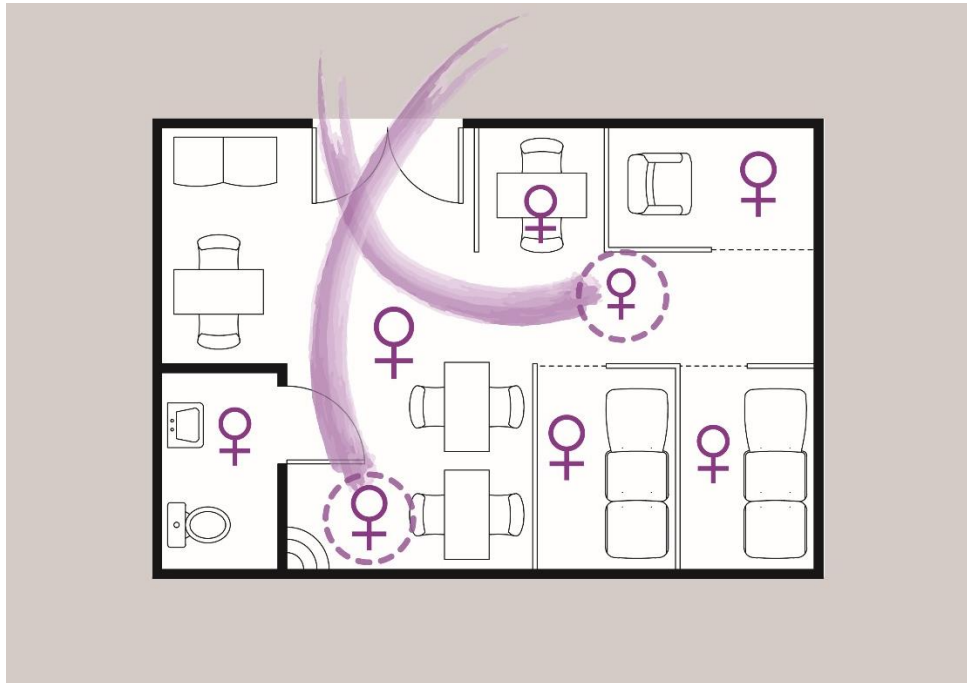


Imagen 8. Circuito de movilidad residentes esporádica y residente fija. Fuente: Elaboración propia.

Estas labores que realizan cada una de las trabajadoras, también se ven relacionadas a la posibilidad de ocupar una mayor cantidad de espacios, y, por lo tanto, de tener una mayor movilidad dentro del centro de belleza. Mientras las residentes esporádicas, como Rosie, Jessica o Gaby ocupan su mesa de trabajo y el baño, donde acuden en busca del agua para la realización de manicure y pedicure, Claudia se remite a su box de depilación, pasando la mayor parte del tiempo en este espacio. Esto no posee, como pudiera pensarse, relación exclusiva con su nacionalidad, sino que hace referencia al tipo de actividad que ella realiza, puesto que la depilación en sí, como veíamos anteriormente, implica privacidad, y por tanto exige que la persona que la ejecuta se ubique en un espacio cerrado. Sin embargo, es clave señalar que ella misma ha adoptado aún más este encierro, por sentirse mayormente “extranjera en su propio país”, constituyéndose a sí misma como una residente encerrada (ver imagen 9). Pese a que la justificación de este auto-exilio dentro del mismo lugar de trabajo se basa en su explicación de no querer desarrollar amistades dentro de este territorio para no participar de “cahuines”, esto devela que no desea compartir con el resto de las personas con las cuales convive en el cotidiano. Tal como ella misma señala, le producen molestia algunas actitudes de sus compañeras, específicamente que hablen fuerte dentro del local y que sean “tan directas para decir las cosas”. En suma, se aísla en el contacto y en las dinámicas de encuentro con esas corporalidades extranjeras caribeñas, y eso se visualiza en el uso del territorio clausurando su cuerpo al box designado para la depilación. Así, su mayor relación es con las clientas o residentes esporádicas que se asemejan con su actuar o comportamiento.

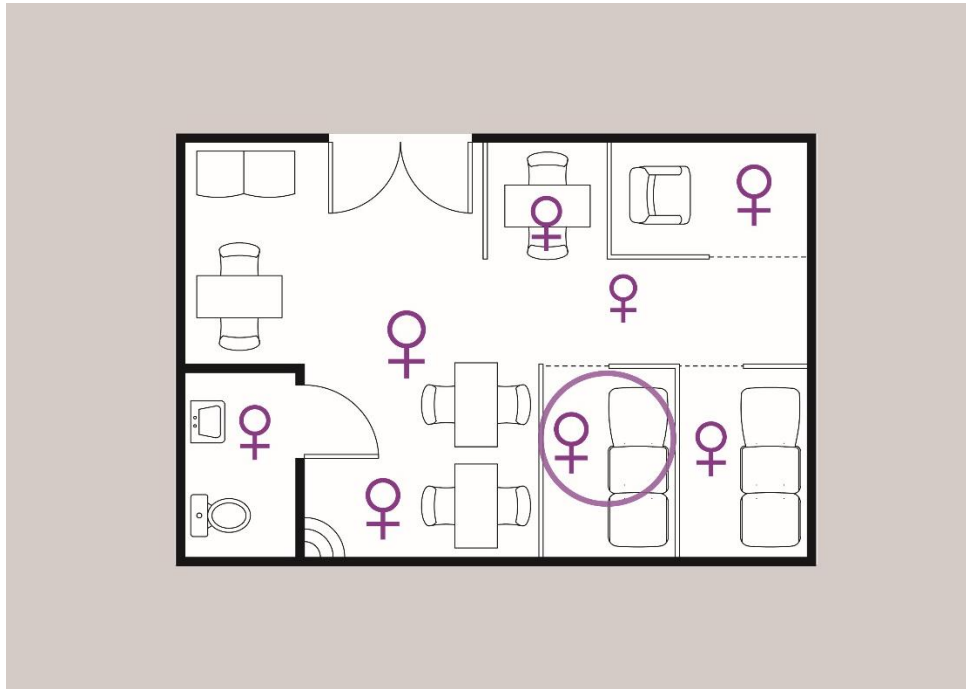


Imagen 9. Residente encerrada frente a las demás residentes del centro de belleza. Fuente: Elaboración propia.

El caso de Claudia reafirma la idea de que estas trabajadoras son residentes de este espacio porque lo construyen como un territorio migrante que finalmente lleva a que la única trabajadora chilena se perciba como extraña, siendo una residente contenida en el espacio de Bonita Express, donde su estancia se encuentra condicionada y posiblemente obligada por su necesidad laboral de permanecer en este lugar. Ella está excluida dentro de la inclusión espacial.

Pese a este caso mencionado, y a las diferentes nacionalidades que se representan dentro de Bonita Express, y de forma independiente a las labores que ejecutan, se presenta una identidad común entre ellas, que conduce a que las personas que no conocen este espacio lo categoricen inmediatamente como un lugar de belleza “colombiano”, por lo que los procesos de identificación que aquí ocurren son comunes y transversales a todas las trabajadoras, residentes fijas o esporádicas, puesto que las constituye como núcleo fundamental de este territorio.

Por su parte, las residentes fijas, transitan los pasillos para poder tener acceso al lugar donde está Andrea, para conversar, custodiar el dinero y realizar el reemplazo pertinente. Es esta última, quien posee mayor capacidad de movilidad y ubicuidad, utilizando todos los box, ingresando a estos cuando hay clientes/clientas dentro, y, por supuesto, ocupando mayormente los pasillos y lugares de tránsito. Sumado a esto, ella es quien más abandona el centro de belleza para realizar trámites, dando cuenta de su dominio no solo al interior del local, sino también del manejo fluido entre adentro y afuera, primer binomio que situamos en el capítulo anterior. Andrea es, por lo tanto, la residente por excelencia. Sin embargo, al transitar de un territorio a otro, es decir, al salir del centro de belleza e ingresar



a la galería, y a su vez, introducirse en la calle (espacio público), su lugar se transforma y pierde su jerarquía y estatus, su dominio y control exacerbado de movilidad-autoridad. Su condición de migrante la absorbe y la localiza corporalmente con menos facultades en su actuar y tránsito. Mientras permanece dentro de Bonita Express, es nativa, perteneciente y residente de este espacio, controlando absolutamente todos los elementos físicos y simbólicos –la música, la estética, los consejos de belleza, los horarios, el dinero-, administrando este territorio en su totalidad, estableciendo las normas y reglas que dan cuenta de lo que está o no permitido. Al salir, no obstante, pasa a retomar su condición cotidiana de migrante, antes nómada. La mujer extranjera se ubica en un espacio de extranjería donde no sólo su nacionalidad, sino que su mismo cuerpo otro la vuelve vulnerable apenas pisa suelo exterior. En la calle, en el tránsito, su experticia de embellecimiento no le otorga un lugar de seguridad, siendo principalmente una voz no reconocida y no autorizada dentro del contexto nacional. Ella en el espacio público no ordena, no es la dueña, no es la que instala las reglas.

En otro orden de cosas, podemos identificar a otro tipo de habitantes, constituido por las mujeres que asisten al centro de belleza para demandar sus servicios estéticos. Estas son las clientas o usuarias, grupo compuesto por mujeres de distintas nacionalidades –aunque mayoritariamente chilenas- cuyo rango etario va desde los 3 años hasta los 70 años aproximadamente. Esto se relaciona a la idea de que esta práctica de embellecimiento está feminizada y asociada a lo que culturalmente implica ser mujer, lo que a su vez contempla una serie de deberes y responsabilidades aprendidas en sus distintas etapas o ciclos vitales. Las clientas por medio de su adscripción al sistema-sexo-género se postulan como personas que, en cuanto a lo relacionado con el cuerpo, la belleza y el bienestar adosado a estas labores, se pueden situar como nativas dentro del territorio, más nunca como residentes al no ocupar la categoría de trabajadoras.

En términos concretos, las mujeres que asisten a este centro son visitantes puesto que asisten regularmente pese a no habitarlo en el cotidiano. Dependiendo de su rango etario, pueden ser consideradas, en una primera instancia, como personas que están siendo introducidas en esta práctica –visitantes novatas-, situación que ocurre con aquellas mujeres que se ubican entre los 3 a los 18 años. Ellas son las hijas o las hermanas menores que asisten con sus respectivas madres y hermanas a realizarse manicure y pedicure, siendo invitadas y financiadas por las adultas responsables quienes además de pagar por el servicio, van transmitiendo y educando a su parentela en esta labor, perpetuando la reproducción de las prácticas de embellecimiento como espacio de lo propiamente femenino y a la belleza en términos generales como una instancia de pertenencia y colectividad generizada. El ingreso de las novatas siempre es acompañado. Las mujeres van ejerciendo, así, la diada de maestra- discípula, la cual se observa a través de la enseñanza de criterios bajo los cuales se deben pintar las uñas, con quienes se harán el procedimiento, siendo explícitas en su encargo y cuidado, mostrándoles el lugar y como ejercer las solicitudes de lo que desean para sus manos y pies.



Además de este subgrupo, existe uno ubicado en el otro extremo del rango y que corresponde a aquellas clientas que tienen más de 59 años. Algunas de estas mujeres asisten solas a realizarse alguna manicure o pedicure; otras son acompañadas por sus hijas o bien son enviadas por éstas al centro de belleza. Estas clientas pueden ser vistas como visitantes turistas ya que más que volverse clientas frecuentes con el tiempo, asisten a modo de “prueba”. Aquellas que son acompañadas por sus hijas, repiten la misma conducta que tenían sus madres con ellas cuando eran pequeñas, acudiendo a estos espacios donde se realizan prácticas de embellecimiento de forma conjunta y compartiendo un saber femenino que se transmite de generación en generación¹⁹.

La mayor cantidad de mujeres que asisten al centro se ubican entre los 18 a los 59 años. En su mayoría, son mujeres que poseen algún tipo de ingreso que les permite pagar por este servicio de forma autónoma asistiendo regularmente, lo que las transforma en visitantes frecuentes. Por lo general, corresponden a mujeres que trabajan dentro de la misma comuna, teniendo una cercanía mayor con este espacio específico de Santiago Centro, pudiendo asistir a éste en sus horarios de colación, en la mañana antes de entrar a su trabajo, o bien en el horario de salida de éstos. Son mujeres que debido a su independencia económica destinan parte de su salario a la mantención y cuidado de sus uñas y que además en la actualidad lo presentan como un requisito de buena presentación para sus respectivos trabajos.

En términos de movilidad, todas las clientas, independiente de la edad que posean y de si son conocidas o extrañas, ingresan al local –superando la primera barrera simbólica de lo femenino/masculino puesto que son nativas de este territorio- para realizar sus consultas sobre precios, técnicas y labores específicas, o acceder a la práctica, acomodándose dentro, usando y distribuyéndose libremente por el espacio (ver imagen 10). Es posible señalar, por lo tanto, que existe apropiación del territorio por parte de ellas, pues realizan estas acciones concretas con el fin de pertenecer, y, en consecuencia, de territorializarlo. Al igual que las residentes trabajadoras, estas mujeres constituyen como visitantes parte del inventario social necesario para que este espacio intercultural exista.

¹⁹ Estas prácticas son comunes dentro de las familias chilenas, siendo posible constatar de forma etnográfica que el primer corte de pelo, la primera tintura, la primera depilación generalmente se ve acompañada por la madre, pudiendo continuar en el tiempo y acabando por convertirse en una práctica no sólo femenina, sino que transgeneracionalmente es característica de las mujeres que conforman la familia.



Imagen 10. Circuito de movilidad de visitantes. Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, existe otro grupo sumado a las trabajadoras y las clientas que está compuesto tanto por las amigas como por proveedoras y vendedoras. Éstas, al igual que las anteriores, siguen siendo nativas, manejando un mismo lenguaje de lo femenino y la estética. Ellas también son visitantes, pero itinerantes en tanto su presencia dentro del centro de belleza no es imprescindible, pero sí fundamental para constituir al conjunto total de lo femenino que caracteriza este espacio.

Estas mujeres realizan un ingreso efectivo al local, es decir, que tanto para conversar, realizar consultas, o entregar productos, entran y permanecen al interior de Bonita Express, sentándose en las mesas de atención para ofrecer sus productos, de manera similar a la forma en que lo hacen las usuarias de este espacio. A todas ellas las reunimos en este grupo debido a que su interacción con el centro de belleza, y sus residentes, se produce bajo términos similares. De todas maneras, si hay grados de amistad más factibles de producirse, éstos se realizan entre las trabajadoras y las vendedoras de productos de belleza, quienes se aproximan por compartir el rubro de trabajadoras de belleza y por su posición de clase.

Para toda esta totalidad femenina que constituye el espacio, el ser nativa determina la manera en que la corporalidad de estas mujeres se expresa y se adecúa en este territorio.

Frente a esta natividad, los hombres son principalmente extranjeros, como señalábamos, debido a que lo masculino en la cultura chilena es ajeno a este espacio de embellecimiento. Esta distinción, por supuesto, propicia diversas formas de afrontar Bonita Express.



Existe un primer grupo de hombres que se acercan al centro de belleza, que son aquellos extranjeros más externos, representados por los guardias y los funcionarios de la galería. Estos, a la vez, son residentes de la galería, pero no se constituyen como visitantes propiamente tal de Bonita Express, puesto que su único vínculo con este lugar es tangencial y remite a sus actividades laborales. Ellos en ninguna instancia hacen ingreso al local, manteniendo en todo momento su distancia por fuera del local, desde donde se relacionan con el interior.

Llega el tío que hace el aseo en la galería.

- ¡Aloooooo! ¿Hay basurita?

(Desde afuera, mirando hacia dentro, pero sin entrar al local)

Nota de Campo. Miércoles 1 de febrero de 2016, jornada de tarde.

Cabe señalar que estos trabajadores son exclusivamente hombres, lo que los sitúa como el grupo extranjero más externo a la práctica que se realiza dentro del local. Esto permite señalar su condición de ajenos (ver imagen 11).



Imagen 11. Circuito de movilidad de ajenos (guardias y funcionarios de la galería). Fuente: Elaboración propia.

Existe otra categoría de hombres que se caracterizan por permanecer en una fase liminal, conformándose como un ajeno parcial (ver imagen 12), sujeto al cual le resulta desconocido este espacio pero que sí maneja un lenguaje en torno a productos de belleza y limpieza puesto que es un proveedor del local. Este hombre no conoce lo que allí sucede, pero sí ingresa ubicándose en la entrada, permaneciendo en todo momento debajo del marco de



la puerta. Desde allí hace entrega de todos sus productos abasteciendo de todo lo necesario a Bonita Express.



Imagen 12. Circuito de movilidad de ajeno parcial (proveedor). Fuente: Elaboración propia.

Junto a estos, existen también otros hombres que sí hacen ingreso a este espacio, tales como los amigos de las trabajadoras, las parejas de las clientas o los clientes frecuentes. Los amigos de las residentes, mayoritariamente se constituyen como visitantes, y muchas veces forman parte de las redes de apoyo que tienen estas mujeres en el país y que, a la vez, son clientes. En este caso particular, si son migrantes, probablemente proveniente de países caribeños, estos hombres comparten los códigos de embellecimiento, y asisten tanto para consolidar sus lazos de amistad como para demandar el servicio de cuidado de sus uñas en manos y pies. Sin embargo, no pueden ser considerados nativos propiamente tal, puesto que el contexto de recibimiento así lo establece (a pesar de que sí pudieran serlo en sus países de origen). Por el contrario, ellos son vistos como extranjeros visitantes, puesto que acuden por la práctica estética –visitante- pero no poseen protagonismo en los procesos de territorialización al no modificar simbólicamente este lugar, ni mantener un plano de recurrencia y uso de este espacio.

A lo largo de la jornada han entrado varios hombres, pero no a atenderse. Uno iba a hablar con Andrea, y salieron a hablar afuera. El otro, de terno y corbata entró a dejar un agua de aloe vera.

Nota de Campo. Lunes 12 de diciembre de 2016, jornada de mañana.



Ellos se ubican dentro del espacio de forma particular y diferente a todos los grupos anteriormente mencionados, haciendo ingreso hasta los lugares que ocupan las residentes para charlar con ellas, a veces sentándose a su lado, o simplemente pasándolas a buscar para conversar fuera del centro de belleza cuando se encuentran desocupadas (ver imagen 13).



Imagen 13. Circuito de movilidad de extranjeros visitantes. Fuente: Elaboración propia.

Ellos se mueven con cierta libertad dentro del centro, aunque siempre se prefiere su conversación fuera del recinto, lo que en algunas ocasiones puede trastocarse, provocando una transformación momentánea y haciendo que este local de belleza deje su rubro exclusivo de femineidad y se articule como un encuentro desde los/as migrantes. Este local es una pequeña reminiscencia de su lugar de origen.

Las parejas hombres de las clientas, al contrario, son quienes se encuentran en la posición más alejada dentro de Bonita Express, siendo, visitantes obligados o retenidos temporalmente (ver imagen 14). Esta condición se la entregan sus acompañantes mujeres, quienes les exigen o piden que se mantengan dentro mientras esperan su atención -por esto mismo su aparición está determinada por un tiempo acotado-. Ellos se presentan como extraños, no acabando por aprehender los códigos que allí se manejan, viéndose alejados del centro de belleza por la incomodidad que presentan durante la práctica y por la predisposición social y cultural a comprender que este es un espacio feminizado, y, por lo tanto, desconocido para ellos. Es por esto que muchas veces se ocultan dentro del centro, limitándose a ocupar espacios donde no es posible apreciar su presencia desde fuera del local, pues corporalmente no se corresponden con este territorio, prefiriendo limitarse a la zona de espera.



Imagen 14. Circuito de movilidad de visitante obligado/retenido. Fuente: Elaboración propia.

Los clientes masculinos del local, suelen ser hombres de distintas nacionalidades, mayoritariamente adultos entre los 20 y los 50 años de edad, que previamente tuvieron un lazo de amistad con alguna de las trabajadoras, o que alguna vez fueron llevados por sus parejas a realizarse algún tipo de tratamiento estético, como depilación -que propicia el acercamiento a las siguientes técnicas-, hombres que se acercaron por recomendación externa -mayormente femenina- o bien, sujetos que llegaron aleatoriamente consultando dentro de la galería por el servicio de podología. De estos, son los últimos los más extraños, y para poder ser considerados clientes, deben primero transformarse en visitantes de este espacio. Es notorio el primer acercamiento de un hombre que potencialmente puede convertirse en visitante frecuente, es decir, en un potencial cliente:

Entra un hombre y se queda en el “limpiapiés” preguntando. Si hay servicio de podología porque es diabético, y Shirley le dice que en el segundo piso hay podología que él está buscando.

Nota de Campo. Lunes 23 de enero de 2017, jornada de mañana.

En un inicio, al hacer ingreso a Bonita Express, este sujeto se mantiene en un espacio intersticial entre el adentro y el afuera que se expresa en el limpiapiés de la entrada, y que se traduce en el primer acercamiento a una frontera simbólica que lo ubica por fuera de los límites del lugar de la belleza. Una vez derrumbada esta barrera, y creado un vínculo económico, comienzan a crear un lazo afectivo a partir de reconocer a “la otra”, aquella mujer que realiza el servicio que él está demandando. Al ocurrir esto, su movilidad cambia, y ya no hacen ingreso tímidamente al centro de belleza, sino que, por el contrario,



comienzan a desplazarse por los espacios abocados a la realización de manicure y pedicure, ocupando el lugar de manera más cómoda. La diferencia es que estos hombres no dejarán de ser extranjeros, lo que conlleva a que tanto su corporalidad, su disposición y los códigos simbólicos que aquí se manejan, les sigan siendo no naturales, y tan sólo se vuelvan atractivos, interesantes, exóticos, transgresores, no asociados intrínsecamente a su género. De manera similar ocurre, si un hombre es chileno residente de este país, cliente de Bonita Express, y, por lo tanto, visitante frecuente, es decir, usuario regular de esta práctica (ver imagen 15). Su categoría podría pensarse como la de un turista, ya que accede a este espacio a partir de la consideración de este lugar como algo nuevo que explorar, donde puede mantenerse un tiempo visitando, pero donde no desarrollará un arraigo denso, a diferencia de las mujeres.

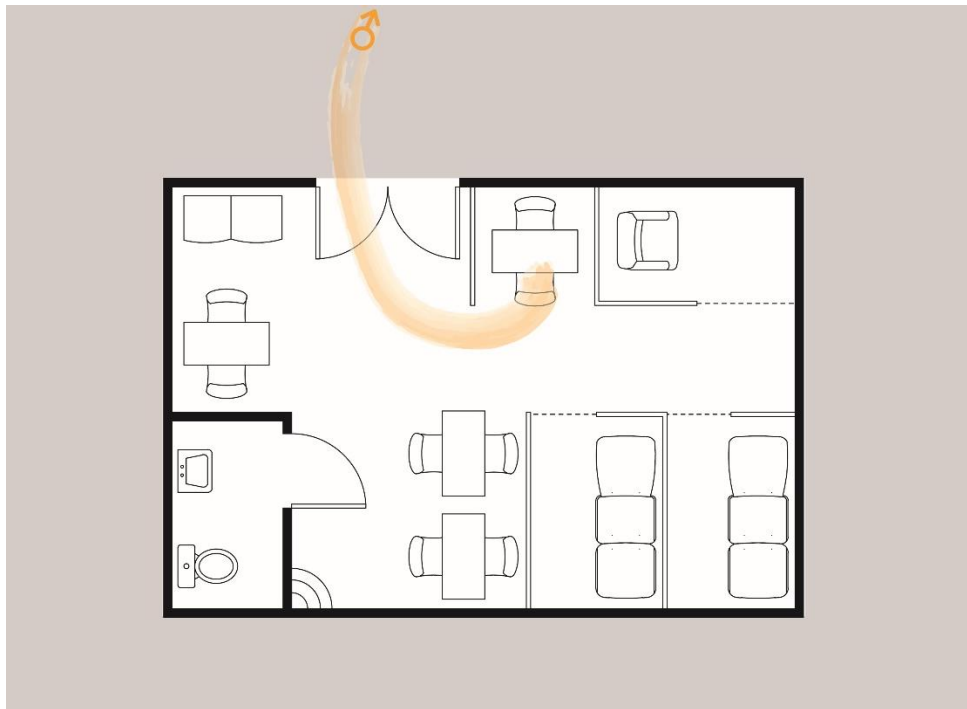


Imagen 15. Circuito de movilidad visitante turista. Fuente: Elaboración propia.

A modo general, la presencia del masculino en Bonita Express, independiente de su condición de turista, obligado o retenido temporal, visitante, ajeno y/o extranjero, mayoritariamente desemboca en una presencia hostil ya que modifica los procesos de territorialización que están ocurriendo dentro del centro de belleza. Esto quiere decir que más que participar de la construcción de esta territorialidad, interfiere, coarta y modifica los procesos de identificación que ocurren dentro del espacio, así como las relaciones de interculturalidad que allí se efectúan, sin necesariamente intervenir directamente puesto que tan solo con su estar presente en el lugar, introduce un imaginario que actúa en las mujeres limitando su rango de acción y de agencia mientras este sujeto siga presente en el lugar.



Dinámicas de la habitabilidad: Interacciones materiales e interacciones sociales.

Las relaciones de interculturalidad que ocurren en este territorio se expresan a través de los distintos vínculos con los elementos participantes, tanto materiales como personas. De esta forma, entendemos que los espacios no son vacíos, sino que poseen una habitabilidad ligada a la relación persona-objeto y persona-persona, las que denominaremos interacciones con la materialidad e interacciones sociales, respectivamente.

Las interacciones con la materialidad presentan el nexo existente entre personas a través de objetos, es decir, donde éstos últimos concretizan relaciones interpersonales entre las habitantes nativas del centro de belleza -las residentes (trabajadoras) y sus visitantes femeninas (clientas)-. Lo objetual, por lo tanto, no es entendido como un elemento físico externo a lo social, sino que, por el contrario, estos median y propician vínculos sociales específicos, pero también causan un contacto social fundamental que permite entender el diálogo que se construye en torno a la belleza como transacción cultural única. Es por esto que quisimos prestar atención en primer lugar a este fenómeno, antes de adentrarnos al resto de la trama social que se expresa en el centro de belleza.

El contacto producido entre las habitantes nativas de este lugar se enmarca en el proceso del cuidado de uñas de manos y pies, ya que es precisamente en esta instancia donde los objetos intervienen como puente entre dos corporalidades culturalmente distintas (ver imagen 16).



Imagen 16. Proceso de aplicación de color y diseños manicure y pedicure. Fuente: Elaboración propia.



A través de esta labor de embellecimiento, se ponen en relación cuerpos visualmente diferentes que acarrearán estéticas diferentes, donde uno de ellos se pone a disposición de la manufactura que lleva a cabo otro.

Para el caso de ambas labores, manicure y pedicure, los elementos utilizados se ven compartidos. La modalidad “completa” de manicure y pedicure es aquella que más se demanda por parte de las usuarias. Esta labor, implica la mayor cantidad de elementos de limpieza y decoración posibles de usar, y hemos decidido focalizarnos justamente en ella para identificar el total de objetos requeridos, los que clasificamos analíticamente como “herramientas” y “productos cosméticos”.

Tipo de Material	Objeto
Herramienta	Algodón Cortauñas Lima normal Lima pulidora Pinzas Repujador Separador de dedos
Producto Cosmético	Aceite de cutículas Alcohol Base Brillo Crema Exfoliante Removedor de cutículas Removedor de esmalte Tonos de esmalte

Tabla 2. Elementos utilizados para la realización de manicure y pedicure completa. Fuente: Elaboración propia.

Las herramientas engloban a todos aquellos materiales que preparan el cuerpo para la posterior aplicación de un producto cosmético (ver imagen 16). Éstos se utilizan de forma externa, modificando el aspecto de uñas de manos y pies, participando de una fase concreta de la práctica sin permanecer en el cuerpo una vez finalizada ésta. En este contexto de contacto, su estado sólido determina que actúe como puente entre dos cuerpos, produciendo un contacto entre superficies fundamental y necesario para poder llevar a cabo la práctica (cortar uñas, limar asperezas, etc.), por lo tanto, esta es una de las primeras fronteras proxémicas que las visitantes femeninas deben derribar para poder acceder al servicio. La manicure y pedicure obliga a poner en relación a los cuerpos, no en una cercanía, sino que en un directo “tocarse” entre corporalidades diferentes y desconocidas hasta hace un tiempo en nuestro país.

Por su parte, los productos cosméticos (ver imagen 16) también son utilizados de forma externa en manos y pies, siendo la gran diferencia con las herramientas, el tiempo que pueden permanecer en el cuerpo y su capacidad de modificación de éste, pese a ya no



encontrarse en contacto directo con el cuerpo. La mayoría de estos productos son soluciones líquidas o coloidales lo que habla de sus propiedades y su función dentro de la práctica de embellecimiento. Considerando que la piel es una superficie semipermeable comprendemos que los elementos líquidos o coloidales al contacto, se mantienen durante un rango de tiempo mayor que sobrepasa aquel destinado a la ejecución de cualquier manicure o pedicure, es decir, que se extiende más allá de la práctica. El cuerpo los incorpora, los absorbe. Es por esto que los productos cosméticos no actúan como una superficie que pone en contacto distintos cuerpos, sino que es una solución que debe ser aplicada, y que transfiere propiedades que se mantienen en el tiempo hasta que de alguna u otra forma, este sea removido. Sin embargo, es en la decisión consensuada entre trabajadora y usuaria respecto a aplicar cierto producto u otro donde se accionan las conversaciones-transacciones de acuerdo a saberes estéticos diferentes, estableciendo una segunda frontera que en base a un acercamiento previo entre cuerpos propicia el intercambio de nociones de belleza.



Imagen 16. Materiales utilizados durante la práctica, productos cosméticos y herramientas. Fuente: Elaboración propia.

Es así como, en una manicure o pedicure, existen elementos que son pasajeros y se constituyen como puentes de contacto entre personas y entre sus cuerpos, tan sólo mediando entre superficies, y otros que son utilizados para ser puestos y establecerse por un período de tiempo extendido sobre la piel. Todos estos elementos son accionados por una persona, lo cual necesariamente conlleva a que el contacto entre cuerpos sea obligatorio, propiciado por el acercamiento de una materialidad externa asociada al embellecimiento.

En el proceso aplica agua tibia y removedor de cutículas; el repujador sacando impurezas, luego los cueros y finalmente las asperezas. La mano de Aira toca todo el pie humedecido con agua, desde las uñas hasta el talón, para identificar, a través del tacto, todo aquello que debe ser sacado.

Nota de campo. Viernes 3 de febrero de 2017, jornada de mañana.

Más aún, el acercamiento entre diferentes corporalidades le otorga la facultad a un cuerpo otro la preparación del propio para la aplicación de productos externos a través de la



intervención corporal directa que mutila partes “no útiles” y “no embellecibles” que deben ser extirpadas durante el proceso (impurezas, asperezas, callosidades, etc.).

Este contacto es necesario para una correcta ejecución del servicio ofrecido, pero también es necesario para facilitar el intercambio cultural entre bellezas, pues paradójicamente realizando labores de embellecimiento es cuando de seguro se generan conversaciones en torno a la estética y que poseen un efecto directo en su quehacer, sosteniendo y compartiendo un mismo lenguaje.

Por medio de la utilización de herramientas y productos cosméticos, los cuerpos de mujeres con nacionalidades diversas se encuentran, estableciendo una relación social. La ejecución de la labor de manicure y pedicure, a través del uso de dichos utensilios hace que, además, se propicien zonas de contactos que en otras épocas eran impensables. Poner en contacto manos y pies nos hablaba de grados de cercanía no usuales culturalmente. Éstas constituían zonas corporales que se rehusaban al encuentro. Las clientas que asisten como usuarias a Bonita Express, se entregan –de forma voluntaria y con consentimiento- a que sus pies y manos sean manipulados por una mujer colombiana, corporal y visualmente diferente, abriéndose a la posibilidad de escuchar consejos y recomendaciones sobre los productos y colores que llevar. Es así como el contacto propicia locuciones que hablan de los riesgos estéticos (“¿por qué no pruebas con este color?”, “no mezclaría estos colores”), lo que prontamente se despliega a poder recibir y pedir consejos.

Por otro lado, existen las interacciones sociales, donde encontramos el vínculo económico monetario. Como este es un centro abocado a un rubro laboral específico, las interacciones que allí se dan, en un principio, son indefectiblemente de orden económico, pero no por esto exclusivamente de esta categoría. Considerar esto, permite relevar que las transacciones que ocurren son de tipo monetario y cultural, ligado a la oferta de un servicio de belleza concreto: económico por el proceso de compra-venta que implica, y cultural debido a que esta práctica involucra la creación de nuevas relaciones sociales y la participación de significados que son puestos en juego durante su ejecución. En cuanto se enmarcan en un sistema de economía capitalista, los procesos de consumo nunca pueden analizarse única y exclusivamente como procesos de orden netamente económico, sino mayoritariamente cultural.

Todas las relaciones que se generan en una primera instancia dentro de Bonita Express refieren ineludiblemente a un intercambio monetario. Entre visitantes esporádicas (mayoritariamente vendedoras y proveedoras) y las residentes de este espacio, el dinero se constituye como un mediador material fundamental a través del cual se organiza la relación comprador/a-vendedor/a. Sin embargo, existe una diferenciación por género respecto a la transformación de la relación inicial pues cuando el dinero media entre un extranjero y una residente del centro de belleza, el primero difícilmente pasará a tener una relación distinta a la exclusivamente económica; si bien es probable que con el tiempo genere lazos de confianza, éstos estarán vinculados exclusivamente al ámbito monetario. Tómese como ejemplo el caso de un vendedor de almuerzos que puede hacer entrega de



su producto y cobrar más adelante –“fiar”-: la relación exclusivamente económica se ha tornado a una de confianza en torno a una compra y venta de un producto. Pero la relación con el producto es la basal y no deja de ser el mediador o vehículo que moviliza la interacción, siendo justamente ese el límite, lo que hace y explica por qué estos hombres a pesar del tiempo no llegan a ser parte del territorio Bonita Express.

A diferencia de esto, las visitantes esporádicas en un primer momento se relacionan con Bonita Express a través de un intercambio exclusivamente monetario, lo que con el paso del tiempo facilitará una conversación que si bien partió bajo una dinámica de oferta-demanda de productos, donde se da pie para comentar estos, sus características, sus beneficios y ventajas, prontamente adquiere otro cariz, ya que el diálogo inicial que surge a partir de un objeto, se vuelca a nociones sobre los cuidados corporales, la belleza o lo femenino.

Asimismo, como la conversación cambia, también lo hace la interacción social con el centro de belleza. Es de esta manera que ocurre que muchas de estas mujeres con el tiempo se vuelven visitantes frecuentes, pasando y fluyendo entre categorías de visitantes (proveedoras y usuarias).

La relación entre usuarias y trabajadoras, también se ve mediada por el dinero, siendo éste el acercamiento inicial –el pago directo por un servicio estético, manicure o pedicure-. No obstante, esta interacción originaria se ve transmutada en la realización de la práctica, ya que las clientas deben hacerse parte del proceso señalando sus preferencias –largo de uña, tipo de modalidad de manicure o pedicure, esmaltes de preferencia, etc.-, lo que genera una “conversación transacción”, es decir, un diálogo en el que se piden consejos, recomendaciones y se comparten conocimientos y saberes tanto del cuidado de las uñas como de la estética general.

Es así como en este espacio de homosocialidad preexiste una única y aparente verticalidad que puede verse desvanecida, o al menos confrontada en la interacción social: la jerarquía económica de quién demanda por sobre quién ofrece y ejecuta –basada en la capacidad adquisitiva de compra y venta (Marx, 2010)-. Esto tan sólo se remite exclusivamente a un intercambio monetario, ya que no posee un correlato en la jerarquía simbólica que esta podría implicar. La interacción social demuestra, por el contrario, que esta distinción inicial entre quien paga por un servicio y quien realiza la práctica no expresa un deber hacer ni un deber ser durante la realización total de manicure o pedicure, ya que no pre-establece quiénes son las únicas personas que toman las decisiones durante el proceso (color de uñas, diseños, y tipos de manicure) como se ve en la siguiente nota de campo:



- ¿Qué se va a hacer?
- Uno sencillito... natural no más.
- ¿Así como el que tenía?
- Mmmhhh...
- ¿Uno así rosadito? ¿Más nacaradito, rosadito?
- [Mientras se lo muestra, a lo lejos]
- Sí, ese me gustó.
- Es bonito.
- Muy bonito.

Nota de campo. Jueves 26 de enero 2017, jornada de tarde.

Así, la jerarquía inicial de quien pagaba por una labor se ve difuminada durante el proceso de embellecimiento de manos o pies al reconocer la experticia laboral de una “otra” que posee mayor conocimiento y tiempo trabajando en esta área y que escapa a un capital monetario refiriendo a un capital simbólico social (Bourdieu, 2001).

Las relaciones que se establecen a través de una aparente jerarquía inicial, entonces, quedan trastocadas, comenzando a reformularse y a plantearse de un lado al otro, desde la usuaria hacia la experta y viceversa, mostrando un patrón de plano horizontal. La consideración de la trayectoria y experticia de la trabajadora es lo que demarca la toma de decisiones principales –qué se ejecutará, cómo se ejecutará- sin desconocer que siempre estará sujeta a lo que la clienta quiere. La dicotomía monetaria de dominación/subordinación transita y a veces en la relación logra socavarse más de lo que los criterios económicos nos permitirán comprender.

Sumado a las relaciones económicas monetarias que aquí se desarrollan, hallamos los vínculos de socialización, que se ven representados por todas aquellas interacciones que nos hablan del proceso de aprendizaje que viven las mujeres residentes y las visitantes frecuentes. Como tal, podemos separar este aprendizaje en dos aristas, aquel que es experimentado entre las trabajadoras mismas, y por lo tanto, se refleja en el aprendizaje y profundización del conocimiento de una práctica asociada al embellecimiento, y una segunda modalidad que involucra tanto a trabajadoras como clientas y que tiene como foco principal el aprendizaje dialéctico de los significados de una industria femenina como lo es la belleza, en donde, por lo tanto, el consejo se establece como instrumento principal para la enseñanza de nuevos patrones culturales, y donde prima la socialización e interiorización de una forma de ser/hacer feminizada.

En el primer caso, el aprendizaje de las labores de embellecimiento está enfocado en la residente que maneja mucha menos técnica que las demás trabajadoras, por lo que éstas actúan como instructoras, enseñándole tanto los procedimientos como las normas que rigen Bonita Express.



Andrea estaba haciendo una manicure permanente. Cuando empezó a aplicar los productos, Gaby se paró y se acercó a ella. Andrea comenzó a darle instrucciones en voz baja, señalándole el proceso y los pasos que implicaba la realización de esta manicure. Así lo hizo mientras terminaba ese trabajo, junto con pedirle ayuda para que le pasara los esmaltes que necesitaba.

Nota de Campo. Lunes 12 de diciembre de 2016, jornada de mañana.

Lo anterior no sólo asegura un buen desempeño y por lo tanto un servicio adecuado para una clientela particular con demandas específicas, sino que también se aboca a la enseñanza por parte de quienes son más expertas hacia quienes poseen menos experiencia en los distintos oficios que existen en torno al cuidado de las uñas, con el fin de otorgar los conocimientos necesarios para asegurarle a esta mujer la posibilidad de mantenerse trabajando por más tiempo dentro del centro de belleza al volverse más experta, manejando una técnica más especializada y versátil. Así, en caso de tener que retirarse, aquella trabajadora puede tener la oportunidad de encontrar vacantes laborales en otros lugares especializados en el trabajo estético, lo que actúa, por lo tanto, como red de apoyo entre congéneres connacionales que poseen mayor desconocimiento de esta práctica²⁰.

El aprendizaje de una práctica femenina de belleza, en cambio, se da no tan sólo en el contexto de realización de la práctica sino que aborda todos los espacios potenciales de socialización de lo femenino y, por lo tanto, abarcando tanto a niñas, jóvenes, adultas y mujeres mayores que se encuentran en contacto con este contexto multicultural estético. El involucramiento de las visitantes usuarias en esta práctica habla del proceso de normalización de los consumos de embellecimiento y cuidado del cuerpo femenino durante todas sus edades. La belleza, en consecuencia, es un ámbito cultural feminizado que en ningún momento en la vida de una mujer, deja de ser aprehendido y transmitido.

La niña se come las uñas y entre Shirley y su papá le refuerzan que no se las coma “O le van a quedar gordos los dedos”. Ambas preguntan si los hombres se pueden pintar las uñas, a lo que su padre responde que no, que a ellos se les lima, se les corta, pero que no se pintan. Shirley repite lo mismo, que los hombres se pueden poner brillo, pero que no usan colores.

Nota de campo. Jueves 2 de febrero de 2017, jornada de tarde.

Desde su más temprana edad, las mujeres se ven enfrentadas a cuestionamientos referidos a los roles de género. En la conversación señalada, la niña recibe dos respuestas, la primera del padre que niega la participación de hombres dentro de esta práctica, mientras

²⁰ Como señalábamos anteriormente, la trabajadora que conoce y maneja más técnica es quien más posibilidades tiene de mantenerse vigente en un centro de belleza, sin necesidad de estar migrando laboralmente de manera constante, asegurando potencialmente tanto su trabajo como la posibilidad de adquirir un permiso de residencia definitiva.



que la trabajadora parte de esta base para añadir que efectivamente, y ya de modo contrario a lo que ha señalado el padre, los hombres pueden pintarse, pero con brillo. Por lo tanto, la niña aprende que esta no es una práctica prohibitiva, sino que existen diferencias en la expresión de esta –básicamente a través del uso de colores o no-. Sin embargo, el cuidado como tal, es transversal a los distintos géneros. Dentro del centro de belleza y en contacto con la residente, esta niña aprende de esta otra mujer mayor, las nociones respecto tanto al cuidado de las uñas como la diferencia sexual adosada al cuidado de las manos, del cuerpo y de los patrones de belleza.

Por otra parte, las visitantes jóvenes del centro de belleza comienzan a aprender un lenguaje especializado y asociado a productos así como también a las distintas prácticas que abarca el cuidado de manos y pies, adquirido mayormente durante el proceso de intercambio de saberes que se da durante una manicure y pedicure. Estas mujeres se involucran en esta socialización y empiezan a exigir concretamente un tipo particular de oficio, una marca específica de esmaltes, etc. Esto demuestra que estos significados pueden ser aprendidos rápidamente por este segmento de la población, ya que son quienes mayormente acceden al servicio. El intercambio cultural se ve plasmado en las conversaciones desde donde estas mujeres extraerán los conocimientos que comenzarán a aplicar y utilizar en su vida cotidiana:

Entró una mujer a sacarse el esmaltado permanente que tenía con Gaby, ella sólo había venido para eso. Gaby le pregunta el precio a Shirley y ella “¿pero no va a hacer nada más?”. La chilena pregunta “¿por qué?” “porque lo recomendable es quitar el esmaltado permanente y luego aplicar una base protectora”. “Eso sale 7 mil”. La chilena pide eso.

Nota de campo. Lunes 23 de enero de 2017, jornada de mañana.

Son entonces los consejos y las sugerencias las instancias de mayor potencial de aprendizaje para estas mujeres, puesto que es en ese momento donde ponen en juego sus propios conocimientos adquiridos, integrando nuevos modos de hacer/ser, antes desconocidos para ellas:

Hay contacto entre cuerpos, una práctica, de “hacer” una uña. Pero también hay una decisión, qué me pongo, qué no, qué se ve bien y qué no me dejan:

- ¿Y negras?
- No, negras no. Negras dos o una, pero todas negras no.
- Ok... ¿rojas?
- Rojas sí, te muestro los tonos que tenemos.

Nota de campo. Sábado 7 de enero de 2017, jornada de tarde.

Para las mujeres mayores, esta práctica es mayormente ajena y su socialización ocurre en un plano similar al de la niña – no conoce los patrones de lo normal, adecuado, o pertinente, así como tampoco utiliza un lenguaje apropiado a productos, servicios y marcas-. Sin



embargo, la mayor diferencia radica en que estas mujeres ya se conforman como visitantes del lugar de la belleza. Si bien la experiencia de asistir a Bonita Express puede ser nueva, no lo es el proceso de aprender patrones conductuales relacionados a la belleza y lo femenino. Es de este modo que reconocen una experticia en las residentes del local, pese a ubicarse en una frontera simbólica ya que esta nueva propuesta estética que se les presenta adquiere formas distintas a lo que ellas conocen, pudiendo asumir una posición de aprendiz que potencialmente puede conllevar a la inclusión de nuevas formas de hacer en su cotidianidad, o de turista al “probar” algo nuevo.

Para las mujeres mayores que se han convertido en visitantes frecuentes del centro de belleza, la práctica de la manicure y pedicure se ha vuelto una rutina que parte inicialmente como un “gustito”, es decir, con un sentido estético que tiene su eco en una suerte de regalo propio, un cariño. Este elemento no es distinto a lo que significan estas mujeres a otras prácticas de belleza, como ir a la peluquería. Sin embargo, el hecho que lo distingue de este último lugar es que prontamente se vuelve frecuente y no ocasional, creando una fórmula interna de pensamiento que se traduce en un mandato al volverse costumbre y que se ve guiado por la propia auto-exigencia de “verse bonita”.

“-Pero ya hace tres años me empecé a pintar las uñas como más seguido.

(¿Y qué es seguido para ti?)

- ¿Cada 8 días?... Sí, cada 8, cada... Sí, cada 8 días. Esto es... cómo le digo yo... como que me doy un gustito.

(¿Pero ¿cómo, por qué empezaste a hacértelas?)

-Porque encontraba que se veían bien bonitas, bien femeninas, yo trabajo en una oficina y en verdad las manos se ven, se ven bonitas. Trabajo en el área de cobranza. Aparte que me las ven así, y he mandado gente y han llegado acá, ¿no'cierto? (...) pero me gustan. Se ven bonitas, se ven delicadas.”

(Conversación entre investigadora y clienta, sábado 9 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

Podemos señalar entonces, que en estas mujeres se presenta un cambio de paradigma. La belleza que se circunscribía anteriormente al cabello o al rostro ahora se amplía a otras zonas. Las nociones de belleza se expanden y se complejizan por medio de nuevas preocupaciones y de nuevos repertorios de cuidados, adosados a técnicas y procedimientos que focalizan usos particulares de herramientas y productos cosméticos. Además, estas son solicitadas y requeridas como un servicio más que llevarse a cabo en la intimidad de los hogares, reconociendo una nuevo consumo y patrón de conducta en las prácticas de embellecimiento.

Finalmente podemos encontrar los vínculos de confianza que se dan tanto exclusivamente en residentes trabajadoras como entre éstas y las clientas. Entre mujeres residentes, el vínculo de confianza se visibiliza a través de las labores designadas por la administradora del local en el marco de la jerarquía social mencionada con anterioridad. La responsabilidad más importante que puede adquirir una trabajadora en este espacio es reemplazar a Andrea



cuando se ausenta dentro del centro de belleza. Sin embargo, para adquirir este status no basta con saber administrar el dinero dentro de Bonita Express, sino que principalmente este cargo se otorga en base a los siguientes criterios: mayor antigüedad, o sea, la que lleva mayor tiempo en el centro de belleza y que, por lo tanto, ha logrado comprender la dinámica cotidiana que aquí se experimenta, y mayor manejo de técnicas relacionadas a manicure y pedicure, en otras palabras, la más experimentada y que posee más conocimiento. Sumado a esto no podemos desconocer la nacionalidad de origen que establece un mínimo denominador común de semejanza entre la dueña y su reemplazante. Otra de las solicitudes implícitas es que, quienes trabajan en el local, deben tener buenas relaciones entre sí, de modo que la organización total no se vea afectada por conflictos personales. El lazo de confianza que se crea entre estas mujeres es importante debido a que permea el resto de las interacciones sociales entre las residentes de este espacio, tanto en el rubro concreto como en la dinámica de habitabilidad que dentro de Bonita Express se experimenta.

Esta organización en torno al conocimiento de técnicas de manicure y pedicure también se ve expresada en la forma en que estas residentes distribuyen su trabajo, ya que son mayoritariamente las nuevas (residentes esporádicas) las que suelen hacerse cargo de las nuevas usuarias²¹, personas que junto con acercarse por la demanda de labores menos complejas, como manicure express o completa o una pedicure, conforman un grupo que, a priori, no asegura su regreso. Esto, tiene un efecto directo en las relaciones y la disposición en que las visitantes nuevas enfrentan las labores de embellecimiento, traducándose en una desconfianza inicial frente a la trabajadora que recibe por primera vez a una clienta o cliente:

Rosie estaba haciendo los pies a una chica. Le intentó conseguir el bisturí a Shirley y Shirley lo armó para que ella lo usara "acá lo que nosotras hacemos es que tú usas esto -lo pides, digamos-, y luego cuando compres tus cuchillas, tú me la devuelves". Ya habían armado la herramienta cuando la clienta dice: no lo quiero con bisturí. Shirley dice "ah, pero si no le va a pasar nada" y se ríe. Tengo la impresión de que desconfió del trabajo de la chica, al considerar que era nueva dentro del centro tan sólo dándose cuenta debido a que no contaba con todos los implementos para la realización de pedicure completa.

Nota de Campo. Sábado 10 de diciembre de 2016, jornada de mañana.

Al ser residentes que ingresaron al centro de belleza bajo la necesidad de cubrir la demanda que se genera en época de festividades bajo una modalidad que les exigía un manejo básico de la técnica, estas mujeres aún no han tenido el tiempo de poder implementar su

²¹ En el caso de la manicure realizada en hombres, Andrea es quien se encarga de los clientes que son frecuentes o que piden hora a través de Whatsapp con ella. Por el contrario, los hombres que llegan sin conocer el centro exclusivamente para embellecer sus manos son dejados, en su mayoría, a las residentes esporádicas, ya que, por supuesto, ellos tampoco aseguran su regreso. Las residentes permanentes, generalmente no realizan atención de hombres a menos que la demanda del servicio lo exija.



instrumental total de herramientas, lo que a las clientas nuevas del lugar les habla del poco tiempo que llevan trabajando en este rubro dentro del país debido a su condición de migrantes laborales, lo que refuerza la imagen de desconfianza inicial.

Consecuentemente con lo anterior, a medida que aumenta el tiempo que llevan trabajando dentro del local, aumentan las oportunidades de las trabajadoras de generar una clientela particular, no sólo porque ya poseen un arsenal adecuado para trabajar sin tener que pedir prestadas herramientas, sino porque la constancia ha llevado a que estas mujeres creen lazos que van más allá del cuidado de las uñas, ya que la necesidad de la mantención de una manicure también implica una frecuencia de visitas, y por lo tanto, un conocimiento más profundo entre las personas.

Cabe destacar que a lo anterior se suma que los criterios de elección de la trabajadora que queremos que nos realice una manicure también se relacionan a una antigua creencia asociada a la forma en que debe ejecutarse el cuidado de las uñas que promueve la relación entre quien realiza la labor de la manicure y la usuaria:

Shirley dice que las uñas son celosas. Lo dice porque están hablando de que la chica que se está atendiendo-la misma de los pies- tiene que llamar para poder atenderse con ella. Decía Shirley: "Con Andrea la otra vez veíamos que podemos hacer lo mismo, pero como lo hace ella, el tratamiento que le da ella, no es el mismo que le doy yo y a veces se terminan quebrando".

Nota de campo. Sábado 10 de diciembre de 2016, jornada de tarde.

"- Pero ¿te las has vuelto a hacer tú, sola?

- No, yo no me las hago, no porque ya encontré ya (señala a Andrea).

(Rosie se mete a la conversación. Que cuando yo me cambio me quedan feas las uñas, se me parten las uñas. Andrea dice "yo les hecho una maldición" (se ríen), "a todas las tengo así, con vudú").

- ¿Con otras personas se te parten?

- Con otras personas sí...

- Andrea: Ha venido con esos chungos.

- Sí, por eso no me cambio. Y cuando se demora mucho en atenderme, me voy con Rosie. Pero más que nada por comodidad no más.

(Rosie la mira indignada)

- Jajajaja, pero si es verdad.

- Yo: Te está juzgando.

- Rosie: No juzgo nada esos comentarios. Algún día... me vas a necesitar y diré: "No, Andrea está ocupada, espérala. Te atiende después."

(Conversación entre investigadora, clienta y trabajadoras, jueves 2 de febrero de 2017, jornada de tarde).



La idea de la uña celosa es interesante porque establece una suerte de fidelidad con otra mujer, pues a cada clienta le correspondería una trabajadora, entendiendo que, si otra persona se hace cargo de la manicure o pedicure, la uña corre un riesgo grave de quebrarse. Ésta adquiere personalidad propia, ya que es la uña la celosa porque no desea que su portadora escoja a otra persona para que la cuide, otorgándole un lugar de suma importancia al momento de decidir con quién se realizará el servicio de embellecimiento, pues es ella quién determinaría a la persona adecuada para sí misma. Se le otorga, entonces a la uña, una personalidad propia.

Ahora bien, esta frecuencia de visitas, más allá del vínculo de confianza que genera, en nuestro país se traduce en la creación de un lazo particular con la figura de “la casera” o “el casero”, imagen que trasciende el ámbito de la belleza, y que se constata en los espacios cotidianos o frecuentes de vida comunal, ferias, almacenes, kioskos, etc. Este vínculo establece una suerte de fidelidad entre quienes consumen el producto de otra persona que lo ofrece, generando a su vez dependencia entre ambas partes. El cambio exclusivamente llega a ocurrir cuando el vínculo se ha resquebrajado por uno de los/as involucrados/as. Esta misma lógica pareciera funcionar en los casos de peluquerías, salones estéticos y centros de belleza, lugares que históricamente han implicado a las mujeres -más ligadas al tratamiento y control de la imagen corporal que los hombres (Esteban, 1997)-. La gran diferencia con los espacios mencionados anteriormente es que al confluir en un entorno físico acotado y donde el tiempo de interacción es necesariamente mayor que tan sólo una transacción económica vulgar, acaban por transformarse en espacios que podríamos denominar “terapéuticos”, donde las mujeres que allí confluyen comparten sus visiones, sus opiniones, sus problemas, sus penas y sus alegrías.

“Hay muchas personas que dicen que una manicurista es el paño de lágrimas de una clienta, se le cuenta todo a la manicurista, se convierte en esa persona que te escucha las cosas que te pasan”

(Clienta, miércoles 1 de febrero de 2017, jornada de tarde).

Esto nos lleva a otro tipo de dinámica social que se lleva a cabo en Bonita Express, que se relaciona al vínculo de confianza, pero que se diferencia porque más bien refiere a una consecuencia de éste. Estos son los lazos afectivos que se producen entre residentes y visitantes nativas, que parten de esta confianza pero que supera el límite de la práctica evidenciando que este lugar, donde se construye belleza, actúa como espacio donde se pueden establecer vínculos que sobrepasan el límite de las barreras culturales que se experimentan en el espacio público, pudiendo transformarse en amistades que pueden perdurar en el tiempo, y que involucran cariño y aprecio.

El escucharse, conocerse y conversarse se vuelve trascendental para mantener esta relación, así como la constante renovación de estas muestras de afecto que pudimos observar durante la investigación en el cuidado de los y las hijas de las visitantes destinándole un espacio dentro del centro de belleza para que ellas de igual manera puedan acceder al servicio de manera cómoda y tranquila. También fuimos testigos de que por



parte de quienes visitan este espacio, suelen llevarles regalos a las trabajadoras, sin motivo alguno más que mantener y estrechar este lazo. No obstante, estos grados de igualdad y afecto se imbrican en hablas cotidianas por parte de las mujeres visitantes que demarcan sesgos y prejuicios. Muchas veces las clientas se refieren a las manicuristas como “mis colombianas”, “mi negrita”, evidenciando una diferencia cultural desde lo corporal. Así, se valen de esta distinción para exacerbar una fórmula lingüística que conocemos se localiza de manera ambigua entre la utilización despectiva y la aceptación y asimilación de esa mujer, sin romper con la categoría de mujer “otra”, pero valorándola como tal en tanto es diferente. De esta manera los procesos de interculturalidad denotan los grados de cercanía y las constantes reformulaciones de la igualdad y otredad que se suscitan y convocan en los espacios de encuentro, los que por ciertos son siempre dinámicos, ambivalentes y complejos.

De todas maneras, es importante recalcar que la confianza inicial se genera en torno a la transacción monetaria como dijimos páginas atrás, por lo que cualquier expresión percibida por una u otra parte como falta a este nuevo compromiso adquirido entre ellas, tanto en residentes como visitantes, gatilla el quiebre de este lazo afectivo. Una de las demostraciones más potentes de esto, ocurrió finalizando el año 2016, previo a las fiestas de fin de año, donde una clienta se acercó a buscar un paquete que se le había olvidado dentro del centro, unos días atrás, llevando consigo un regalo para la trabajadora con la que solía realizarse el servicio de manicure y pedicure. Al no encontrarlo, se retiró, llegando la madre de esta chica a “reclamar”:

Todo era una discusión respecto a la bolsa, que había desaparecido, que dónde estaba, que qué había pasado. Andrea explicaba que aquí entra mucha gente, que la gente que entra al box no se sabe qué puede llevarse. La conversación se empezó a poner más intensa, y salió Shirley, a decir que a ella también le habían robado los papeles, que esas cosas no están previstas, que aquí no se guardan cosas, que cualquier clienta se la podría haber llevado. Entonces la señora siguió hablando y dijo “además de colombiana, ladrona”. Y ese fue el momento en que casi al unísono, todas dijimos “¿qué?!” (...) volvió como a los 5 minutos a avisar que ya había hablado con carabineros, gritando. Entonces fue que una de las mujeres comenzó a decirle que se callara, que ella era chilena, que le gritara también, a ver si podía, que no se metiera con las chicas que ellas no eran ningunas ladronas, que la irresponsable había sido su hija. Luego la señora se fue gritando “colombianas ladronas”.

Nota de campo. Sábado 10 de diciembre de 2017, jornada de tarde.

El evento señalado muestra el quiebre del vínculo a través, en este caso, de una persona externa, la madre, puesto que la hija, a pesar de haber perdido un objeto al parecer de valor, no encaró a ninguna de las residentes cuando fue al centro a recuperar su pertenencia, sino que, por el contrario, se retiró, pidió disculpas y probablemente no volvió a asistir a Bonita Express. Lo interesante de este caso relatado es que en los procesos de encuentro o de interculturalidad, las barreras culturales iniciales “aparentemente”



superadas, son retomadas para incurrir con fuerza en actos xenófobos y racistas. Así, la frase “además de colombianas, ladronas” merece especial atención.

A modo general (dentro y fuera del ámbito de la belleza) podríamos señalar que existen dos formas de interpelar y categorizar a la población femenina colombiana, una bajo una fórmula de afecto: “mis colombianas” y “mis negritas”, y otra que es sin dudas xenofóbica: “colombianas ladronas”. Como hemos señalado, la transición de una a otra dentro del contexto de las usuarias puede darse por falta de alguna de las dos partes, en este caso, por la pérdida de la bolsa de la clienta, que se traduce en la pérdida de la confianza. Sin embargo, que se pierda la confianza en una persona no debiera conducir a la activación de prejuicios y estereotipos asociados a una nacionalidad. La pregunta entonces es ¿por qué ocurre esto?

En ambos casos, las expresiones utilizadas relevan una distinción común que se basa en el país de origen de estas trabajadoras, “lo colombiano” como imaginario de lo distinto. El cariño se expresa mediante un adjetivo posesivo (“mis”) mientras que la frase “negritas”, exacerba una diferencia corporal, que de igual modo es considerada afectiva a través del uso del “mis”. Por otro lado, el “ladronas” encasilla dentro de sí todos los estereotipos construidos en torno a la población migrante caribeña “ladronas de trabajos”, “ladronas de hombres”, “ladronas de oportunidades”, etc. En esta línea, es posible señalar que ambas frases surgen de una raíz común que exacerba la diferencia y que es utilizada de formas que se acomodan a la situación, pero que en la práctica se mantienen tan cerca una de la otra respecto al imaginario construido que no es extraño ver como el afecto puede perderse y construir actos xenófobos. De esta forma, la construcción de etnicidad repercute en la aceptación de otra población a través expresiones lingüísticas que grafican un nuevo tipo de racismo que podríamos denominar “racismo de la inclusión”.

Las interacciones materiales y sociales que hemos visto implican necesariamente la puesta en escena del cuerpo, ya sea por el contacto como por la intervención estética que poseen las labores de manicure y pedicure, transgrediendo todas las fronteras de la normatividad en que acostumbramos a establecer relaciones sociales, puesto que con anterioridad nuestras interacciones cotidianas eran distanciadas, sin tocarnos, a excepción de las instancias de saludos, despedida o muestras de afectividad concretas. En este contexto descrito, las dinámicas de habitabilidad, desde las prácticas del embellecimiento, obligan a un cambio en las significaciones del cuerpo ya que, como hemos reseñado, propician y obligan al “con-tacto” entre mujeres, que inicialmente eran completamente extrañas.



Construcción de la belleza desde las manos y los pies

Según el conocimiento general, una manicure y una pedicure puede ser considerada aquella labor relacionada al cuidado de los pies y las manos que se distingue de la podología ya que su finalidad última es el embellecimiento. Por lo tanto, apunta a un objetivo estético y no biomédico, puesto que no se aboca a la atención de afecciones o enfermedades de los pies.

Para las residentes de Bonita Express, la manicure y la pedicure son consideradas dentro del marco general que hemos planteado. Sin embargo, cabe hacer una excepción y es que esta práctica se vislumbra en dos planos distintos: uno referido al cuidado y la higiene, y el otro al embellecimiento como tal. Esta distinción sólo se realiza en Chile, puesto que, en Colombia, cuando se habla de hacer una manicure, se hace referencia a un servicio completo que incluye ambas partes, valga la redundancia, la limpieza y la estética:

“Claro, una express, un limado y un esmaltado... Allá todo es completo”
(Aira, jueves 26 de enero de 2017, jornada de tarde).

En consecuencia, estas dos aristas no se ven distinguidas ni separadas por las mujeres colombianas que ejecutan las labores de manicure y pedicure.

La manicure es una extensión de la higiene personal, que es parte del cuidado, no es algo exclusivamente de embellecimiento, sino que unas manos bien cuidadas también son manos saludables, higiénicas.

Nota de campo. Martes 18 de octubre de 2016, jornada de mañana.

Cuando a las residentes se les pregunta directamente “¿qué es hacer una manicure/pedicure más allá de la técnica?” ellas señalan inmediatamente que esto forma parte de la expresión de la femineidad de una mujer, lo que se pone en cuestión con la participación de hombres respecto a esta misma práctica.

“-Es una manera de mostrar la femineidad de una mujer.

(¿Y en el caso de un hombre?)

-No, es... En el caso de un hombre es...

-Es la manera de mostrar que el hombre está cambiando.

-Es que la manicure... (Alza la voz) En mi caso la manicure no es para mí... la manicure para mí es una parte de ser higiénico con uno porque si usted sabe médicamente que las manos son las que más bacterias trae. Para mí es una manera de ser más higiénico. Lo veo por el lado de salud, no tanto por belleza, para mí es una necesidad, como lavarme los oídos, lavarme los dientes, tener las manos limpias.

(¿Y los esmaltados?)



-Ya los esmaltados tienen que ver con la cultura, el arte, dependiendo de lo que sea la persona, lo clásica, lo...

-Expresa lo que una persona...

-Sí. Expresa de cierta manera lo que esa persona es, lo que le gusta. Sí... es la forma de mostrar lo que le gusta, lo que es... Que uno también le gustan las uñas sencillas. Y yo en mi vida soy sencilla, ¿me entiende? Es una manera de expresar cosas... Los colores, el arte, la diversidad... Pero sí, para la manicure es como personalidad (...).”

(Conversación entre Andrea y Jessica, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

La manicure y la pedicure, entonces, se divide en dos áreas generales que abarcan el cuidado de uñas de manos o pies, y el embellecimiento que se corresponde más directamente con el esmaltado. Por ende, la nueva propuesta estética que traen las mujeres colombianas-caribeñas a través de este tipo de trabajo tiene que ver con la fase del embellecimiento estético de la uña y de colocar a la uña –y por extensión, manos y pies- como lugar para ser visto-mostrado, como aquello que se asocia a la expresión individual y a procesos de identificación (Balibar, 2005).

Lo notable del extracto considerado es que a partir de una labor o servicio de belleza personal como lo es la manicure o pedicure, podamos referir a procesos de otras dimensiones, como el que puedan pensarse dichas actividades como un oficio y arte. Así la creatividad y la improvisación serán habilidades fundamentales de una manicurista.

“- Oooouh que hermosa...

- ¿Oiga y usted cómo hizo eso, desgraciada?

- Yo no sé, me fluyó. Sólo con el pincel comencé a hacer así y así y así (gesto hacia arriba y en diagonal)... y quedó, ahí quedó. (...).”

(Conversación entre Andrea y Rosie, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

Las usuarias, por su parte, señalan que “unas manos bien cuidadas” son el reflejo de lo que expresa una persona:

“Como parte... de... de tu imagen, es parte de tu imagen tan importante como el pelo, como tener los zapatos lustrados, ¿me cachai? La imagen es súper importante, es como tener la casa sucia... Además que en mi caso que trabajo siempre en bancos, para mi es súper importante mantener las uñas bien cuidadas. Hay gente que les importa más la ropa... (Es como parte) de la presentación de la persona (...).”

(Clienta, miércoles 1 de febrero de 2017, jornada de tarde).

Más que una representación de la persona, la clienta señala la presentación de una persona, relacionada a la idea de “estar presentable”, frase que hace referencia a la idea



de cumplir con ciertas normas sociales del aparecer del cuerpo. La presentación de una persona, el “cómo se expresa”, en este caso, utiliza la modificación corporal temporal, (colorido de manos y/o pies) siendo parte de una performance, una puesta en escena de una versión de sí misma.

Así pues, la manicure y la pedicure pueden ser entendidas como una técnica, en su acepción más común, pero para quien la ejecuta es vista como un arte, un proceso en que se desarrollan habilidades y se aprende constantemente, un oficio, un trabajo, una manera de asentamiento y de localización en un nuevo país. Mientras que, para quien recibe este tratamiento, el embellecimiento de uñas de manos y pies se transforma en parte de la presentación de su ser ante el resto de la sociedad y refleja los cambios que esa mujer va experimentado.

Ahora bien, ¿cómo podemos entender la forma en que se construye belleza a través del trabajo en manos y pies? En una primera instancia, la belleza, como imaginario y como práctica, es un lugar común de significados que más que hablar por sí mismos, nos remite a distintos imaginarios culturales de las sociedades, mediando la apreciación subjetiva que los sujetos hacen respecto a esta. Como tal, no es un concepto único, puesto que se vale de diferentes normas y reglas sociales que establecen aquello que es bello respecto de lo que no lo es según la procedencia cultural.

Al mirar un centro de belleza la primera pregunta que nos surge es cuestionar cuáles son los imaginarios que se encuentran en aquel lugar y que se articulan en torno a este oficio particular que es “hacer las manos y los pies”.

Primeramente, al abordar tan sólo lo discursivo podemos percatarnos de que existe una serie de saberes y conocimientos asociados a lo corporal –alejándonos del cuidado de la uña- que es compartido por las mujeres en este espacio y que se remarca en la práctica de cuidado de manos y pies, traduciéndose en un proceso de enseñanza-aprendizaje de lo femenino y de los mandatos de belleza, cuidado y bienestar que se generan entre congéneres de distintas edades y clases sociales.

Las clientas y las trabajadoras hablaban sobre las pestañas, en específico hablan sobre un producto oftalmológico que tiene como efecto secundario el crecimiento de las pestañas, que es caro pero que vale la pena porque en un mes ya puedes ver los resultados.

Nota de campo. Lunes 24 de octubre de 2016, jornada de mañana.

Los conocimientos asociados al uso de ciertos productos pueden ser considerados como saberes de belleza, que son puestos a disposición para el resto de las mujeres, y se presentan como aprendizajes adquiridos a través de la experiencia con el uso de ciertos elementos o bien aprendidos en este tipo de contextos donde las mujeres se congregan y comparten datos, saberes y creencias, actualizando sus conocimientos. En ese sentido, las



nuevas formas de tratamientos sobre sus cuerpos aparentemente les otorgan mayor satisfacción que los saberes de antaño. Esto se expresa en un saber histórico, donde lamentablemente el resultado desde las sociedades capitalistas fue generar un mercado que usurpa el saber de y hacia las mujeres y los mercantiliza, promoviendo un consumo de ganancias millonarias.

El nacimiento de la industria de la belleza se construye sobre la base de los conocimientos, recetas y prácticas que especialmente las mujeres sostuvieron por siglos en distintas sociedades para el cuidado del cabello, la piel y el cuerpo de ellas mismas y de otros. Como bien lo señala Black (2002), la modernidad con el advenimiento de las ciencias y el comercio, sistematizó y en buena parte expropió estas prácticas y dio nacimiento a una gran industria. (Pineda, 2014, pág. 246)

Resuena, entonces, la idea de “los secretos de belleza” como una suerte de misterio y saber femenino que se pone en juego en estos nuevos aquelarres contemporáneos visualizados en los centros de belleza y de los cuales son las usuarias femeninas a las que esta industria de embellecimiento se dirige.

Ahora bien, Bonita Express es un espacio que propicia conversaciones que trascienden aquello que refiere a la belleza en torno a las labores de manicure y pedicure exclusivamente; como hemos visto, dentro del centro de belleza las conversaciones que se organizan en torno a la discusión sobre lo bello abarcan distintos aspectos de la vida social. Uno de ellos es el cuerpo, donde se pone en tela de juicio cuáles son considerados como bonitos. Principalmente esto se expresa en las conversaciones de las clientas y las trabajadoras a través de frases implícitas dentro de sus discursos que permiten vislumbrar aquello que es considerado como tal. A continuación, se presenta una cita que expresa concretamente el conflicto que ocurre al tratar de categorizar a una mujer dentro del ámbito de la hegemonía estética:

Shirley y Andrea discuten sobre una chica nueva que llegó “a la vuelta de la galería”, que Shirley encontró bonita y Andrea no. Discuten sobre las concepciones de lo bonito: Shirley le dice a Andrea que ella ve que lo bonito “va en el culo grande y las tetas grandes”. “¿Usted cree que soy hombre?” pregunta Andrea. “Esa flacuchenta... no, yo encuentro un pelo bonito, unos ojos bonitos y unos labios bonitos”. Shirley señala, que “la chinita esa es muy bonita”. Que “tiene un cuerpo y una carita bonita”.

Nota de campo. Jueves 19 de enero de 2017, jornada de mañana.

El diálogo que se reseña da cuenta de que operan distintas concepciones de aquello que es considerado bonito para un hombre o de lo que es para una mujer. En este ejemplo, los hombres son presentados como personas que prefieren la exacerbación de algunas zonas corporales (como busto y trasero), reforzando en las curvas los criterios de lo que es atractivo y bello. Mientras que para las mujeres, considerado a sus mismas congéneres, son los rasgos faciales y el cuerpo visto en sus proporciones totales aquellos que



predominan sobre los demás. A través de este ejemplo notamos que se define, por lo tanto, lo que debe ser atractivo tanto para los ojos de un masculino, como para los ojos femeninos.

Distanciándonos de esta primera apreciación, cabe resaltar que los elementos corporales señalados en la discusión, culo, tetas, pelo, ojos y labios –y por qué no, las uñas-, no son tan lejanos como parece plantearlo la distinción entre lo bello como cuerpo sexualizado (exacerbado y exuberante) y un cuerpo cuyos rasgos “naturales” son los que lo definen. El pelo, los ojos y los labios, son y han sido cultural e históricamente el sustrato material de las primeras intervenciones corporales, así como lo es el rostro y el cuerpo en su totalidad. Un elemento entonces que a primera vista pareciera natural, los rasgos físicos heredados, son la primera materialidad de experimentación de las mujeres de hoy. Tanto rasgos faciales, como rasgos sexuales, son objeto de intervención cultural y, por ende, quedan potencialmente sujetos a una categorización respecto a si es o no es bello. El imaginario sobre la belleza, en consecuencia, se ve relacionado directamente al cuerpo en tanto involucra alteración de patrones “naturales”, siendo este el sustrato material de las simbolizaciones de identidad social y sexual de las mujeres (Méndez, 2002).

La belleza corporal femenina se asocia a la puesta en valor de ciertos rasgos que representan la femineidad de acuerdo a los cánones que responden a un tiempo espacio determinado. No obstante, la forma en que son intervenidos y significados socialmente responde a estéticas diferentes y locales:

“Bueno, cerré el local y me fui a vivir a Trinidad y Tobago, donde tenía pensado hacer uñas. Bueno, en Trinidad se hacen uñas... no como aquí (las chicas se ríen), no como aquí, las mujeres de allá son... usan las uñas súper largas, tipo bailarina con colores exóticos, pero es un trabajo muy bien hecho.”

(Jessica, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

La diferencia en la forma en que se realiza el acabado de una manicure o una pedicure, responde a una distinción estética que permite señalar la existencia de bellezas hegemónicas que, en este caso responden a un contexto país. Sin embargo, estas mismas distinciones pueden darse dentro de una misma nación y son reconocidas a partir de las distintas preferencias de estéticas. El “hacer las uñas”, por lo tanto, está sujeto a mitos referidos a quiénes pueden o no acceder a este tipo de servicio y a la manera en que lo hacen.

Gaby empieza a decir que mucha gente cree que ella no hace nada en la casa –porque mantiene siempre su manicure-, cuando ella lava, limpia, plancha, etc. Entonces eso quiere decir que dura, que esto dura.

Nota de campo. Lunes 12 de diciembre de 2016, jornada de mañana.

El acceso al que nos referimos no es del tipo monetario, sino a uno de tipo simbólico, donde son ciertas mujeres las que pueden optar por embellecer sus manos: aquellas que no



realizan trabajos domésticos, como hacer aseo en el hogar. Esto está asociado a una idea de clase social donde la mujer con mayor poder adquisitivo delega en otra mujer estas labores. El imaginario que existe en Chile es, por lo tanto, que la belleza o el “ser bella” es del dominio de mujeres de clases altas, siendo entonces un privilegio. Por el contrario, para las trabajadoras caribeñas, al ser una práctica extendida entre hombres y mujeres de distintas clases sociales, “hacer oficio”, encargarse de las tareas del hogar, no se relaciona a un segmento de la población que puede o no optar por el cuidado de sus uñas.

El uso de las uñas, y su expresión en su largo o en sus diseños en Chile también habla de la pertenencia a una clase particular.

“¿Sabí de lo que yo me he dado cuenta? Que no hay que generalizar eso si po, porque hay de todo en todas partes. Pero lo que he visto, en los segmentos más bajos, las mujeres usan uñas más largas, pero porque... antes... yo te digo, yo estudié eso hace siete años atrás, entonces igual cacho un poco ese tema. Que... decíamos no, que las colombianas usaban las uñas más largas, las acrílicas o con diseño...Color, o que innovaban un poco más en el tema. Pero como que la uña más larga y con un brillo cosas así se veía más como en... que te digo, la uña muy larga, onda garras de uña. Y yo lo he visto últimamente en sectores más bajos, pero no esa uña no bien cuidada, no es que se hagan la manicure. Y coincide por ejemplo con el que tienen hijos y tú les decís “¿no se va a cortar la uña?” no, están acostumbradas a criar con uña larga (...).”

(Clienta, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

Lo expresado por la clienta nos habla de que existe un imaginario sobre lo estético relacionado a lo vulgar, a lo “chulo”, a lo “ordinario”, y, por contraposición a aquello adecuado, elegante, refinado. Si bien es importante a qué centro de belleza se acuda siendo, de todas maneras, relevante la comuna donde se ubique y la nacionalidad de las personas que allí trabajan, lo que prima en este discurso es la manera y uso de ciertas estéticas, las uñas muy largas en contraposición a las uñas cuidadas y de largo moderado. La demanda de las clientas por este tipo o estilo de estéticas es lo que diferencia y por donde se explicitan los imaginarios respecto a la pertenencia a una u otra clase.

“-¿Has andado así con las uñas así como feas?)

-Sí...

-Y ¿cómo se siente eso?)

-Como mal, no sé, es como que el autoestima te baja, es feo. Así que trato de no mantenerlas nunca feas, siendo pobre digo yo (...).”

(Conversación entre investigadora y clienta, sábado 9 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

De la misma manera el cuidado de la uña se ve asociado a la amenaza de la pauperización.



Junto con señalar que existen bellezas hegemónicas que predominan en un tiempo particular y varían según diferentes espacios, estos también cambian en un mismo espacio a través del tiempo:

“-No, de chica antiguamente no te dejaban pintarte las uñas... Y eso que éramos varias hermanas.

-¿Cuántas hermanas eran?

-Cuatro. Y si las cejas, sacarse las cejas tampoco.

-Es que antiguamente no dejaban a las mujeres sacarse las cejas ni nada porque las veían mal, pues no sé en Chile, pero la veían mal los padres...

-Yo creo que ya me empecé a pintar las uñas de grande, cuando tenía 17, 18 años. Y hace tres años fue como ¡ya!, más pies y manos. (...).”

(Conversación entre clienta y Andrea, sábado 9 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

La presencia de la imposición masculina dentro de la familia determinaba aquello que se permitía y lo que no. Quienes norman las nociones sobre lo bello, adecuado, son los hombres dentro del núcleo familiar, mientras que son las mujeres quienes efectúan estas prácticas de embellecimiento. Lo femenino, entendido en el plano de aquello que se corresponde con la edad, la clase y la posición social, entonces pertenecería al dominio masculino entendido como control del cuerpo de las mujeres. Sin embargo, en tanto son las mujeres quienes traspasan este conocimiento de generación en generación, son ellas quienes agencian y gatillan el cambio de nociones sobre lo femenino, en relación a aquello que es permitido y por lo mismo lo que puede ser definido como bello (Chapkis en Esteban, 1997).

“-Pero desde cuando eres chica te regalan... no sé, dependiendo de tu mamá. (...) Pero hay mamás que no esmaltan las uñas de sus hijas.

-Pero mire que yo no sé cómo será la cultura chilena, pero mis suegros (chilenos), ella me dice que toda la vida se ha pintado las uñas. O sea, yo sé que nunca nadie se las quitó. Pero ella toda la vida se esmaltó las uñas, entonces eso no sé, dependerá en caso de... Y hay otra cultura que dice que no, que no les permitían a las niñas a esmaltarse las uñas.

-Yo le sacaba los esmaltes a mi mamá cuando era chica, pero el fin de semana, el día de semana no, porque no me dejaban. Ahora no es prohibido. (...) mi mamá por ejemplo no se cuidaba las uñas. Eso no es nada. (Yo en cambio) me depilo, que las pestañas, que la cuestión... mi mamá cero. (...).”

(Conversación entre clienta y Andrea, sábado 9 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

Las fisuras sociales o cambios asociados a las nociones de lo bello en el contexto actual resultan más rápidos y móviles que hace un tiempo atrás, puesto que se presenta un nuevo contexto general multiculturalista glocal que acelera estos procesos donde las bellezas



hegemónicas se ven puestas en tensión, y donde tiene gran influencia la entrada de la mujer al mundo laboral, pudiendo ahora hacer embellecer su cuerpo fuera del ámbito del hogar.

En definitiva, el discurso al que nos enfrentamos cuando hacemos mención a las nociones de belleza que se encuentran dentro de Bonita Express es uno que considera la belleza como privilegio, como un saber propio de mujeres, que tiene relación con la modificación de ciertos rasgos corporales, que no existe un único imaginario de belleza, sino varios que cambian según tiempo y espacio, y que es un ámbito de dominación masculina que hoy en día se ve trastocado por el poder de agencia de las mujeres y facilitado por el contexto poblacional multicultural chileno actual.

Entendemos que en un centro donde se realizan prácticas de embellecimiento particulares, la belleza no se presenta como un concepto abstracto sino que se construye gracias a distintos elementos culturales, en este caso, interculturales que sirven de sustento para comprender desde donde se aborda la manicure y pedicure en Chile.

Las manicuristas caribeñas, al ingresar a Chile y ofrecer un servicio que ha sido aprendido en un contexto social y cultural completamente distinto al que se presenta acá, deben, ante todo, analizar esta situación para saber de qué formas pueden aproximar una práctica tan ajena, hasta hace poco, a la población chilena. Por lo tanto, su visión de la mujer chilena, en este caso de la mujer santiaguina, se vuelve vital para comprender las formas en que las prácticas de embellecimiento de manicure y pedicure se introducen en el imaginario y que se constituye como un servicio rentable.

En una primera instancia, y de acuerdo a la visión de la antropología clásica referida a la identidad o lo que preferimos llamar como “procesos de identificación”, se representa a la mujer chilena en contraste a la autodescripción o autoadscripción:

“Allá las mujeres son muy vanidosas, no es como acá que hablábamos esta semana que ay, que vienen las fiestas y todo el mundo se preocupa de la comida primero ¿no?, allá hay fiesta, y no pues se arregla uno primero después la comida. Entonces en Colombia las mujeres son muy vanidosas, se cuidan mucho, se arreglan mucho, en cambio acá, hasta uno se vuelve desarreglada porque con tanta ropa que se tiene que poner uno como que ya a nadie le importa, nadie lo mira a uno y una se va desarreglando y una se va despreocupando por la apariencia, cuando allá uno se mantiene el alisado... yo no soy mucho de plancharme el cabello porque soy muy lisa, entonces me maquillo, mis uñitas, usaba muchos vestidos en cambio acá sólo blue jeans y tenis porque que frío.(...)”

(Natalia, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

La imagen propia de la trabajadora colombiana termina por establecer, por antonomasia las características de las mujeres chilenas. Evidentemente las descripciones otorgadas poseen un discurso comparativo entre ambas que cae en la retórica esencialista. A partir de la



distinción con el “yo” propio, estas mujeres tienen una imagen de las chilenas en general como menos preocupadas por la apariencia, cayendo en lo desarreglado y despreocupado.

No podemos dejar de mencionar cómo la belleza se relaciona con el lugar geográfico y con su clima, otorgando nociones de determinantes ambientales que se adosan para expresar las distinciones y las personalidades de las mujeres y su vínculo con el cuidado corporal así como también a los usos de colores y prendas que determinan sus caracteres. Desde la perspectiva de quienes trabajan en Bonita Express y pertenecen a la nacionalidad colombiana, lo que se recalca es la “no vanidad” de las mujeres chilenas, en conjunto con una especie de otro tipo de construcción de feminidad. Lo que se refuerza, si volvemos a las apreciaciones de las clientas nacionales cuando piensan en hacerse las manos, es que esto lo consideran como “un gustito” y no como una necesidad o algo vital para su rutina.

El “gustito” es una alusión que, justamente, responde a ese distanciamiento entre las mujeres chilenas y las prácticas de embellecimiento, que por lo mismo adquieren el cariz de banales y superficiales. El “permitirse ese gustito” es metonímicamente la forma de expresar que esas prácticas deben considerarse temporales y esporádicas, posiblemente solo para determinadas fechas. Hacemos hincapié que esto es en el discurso, pues varias de estas mujeres que asumen la lógica del “gustito” pueden estar más frecuentemente realizándose la manicure y pedicure. El discurso nos expresa su imaginario, de que por ahora, el embellecimiento es algo que te satisface pero que no puede constituirte.

En definitiva, desde donde provienen las trabajadoras la belleza es parte de una cotidianidad y, por lo mismo, lo que las clientas chilenas demandan sigue siendo, bajo su criterio “clásico” o “conservador”:

“Aquí las mujeres son muy... muy... muy muy muy clásicas... no les gusta usar colores, ni diseños coloridos son muy, como se dice, reservadas, quizás muy clásicas, francesas o un color.”

(Aira, jueves 26 de enero de 2017, jornada de tarde).

“Allá nos gusta estar a la moda. Como más llamativo, más así nos gusta que se pronuncie. Y acá... encuentro que les gusta como más clásico, como más... Ahora hay señoras que ya se atreven, que se atreven más. Que se atreven a cambiar de color a hacerse colores llamativos, a hacerse flores, a hacerse cosas de moda. (...)”

(Jessica, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

Las categorías que emergen en la descripción de las chilenas que otorgan las trabajadoras del centro de belleza como Aira, Jessica, etc., asumen como prioritaria lo reservadas que son, justamente al no demandar colores fuertes, llamativos o con diseños. Lo tradicional - clásico, es el marcador de los usos y gustos y, por lo mismo, la asociación de estos estilos con “nuestra personalidad” se piensa como un continuum, también pensándonos como menos atrevidas.



“Eh, lo tradicional: el fucsia, el morado, pero no tanto, tampoco a arriesgadas a pintarse colores muy elevados, ya la juventud... Hasta en la ropa, si es invierno yo solo puedo usar negro, café, verde... Una polera floreada es sólo para verano, no pega con el invierno... Y no, cuando voy al gimnasio, todas con unas lycra negras, y yo, brillo, con mis calzas flúor... Así todo depende de la cultura. (...)”
(Andrea, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

Nuevamente aparece el clima como factor determinante a la hora de explicar y generar sus propias comprensiones con respecto a las elecciones que las mujeres chilenas poseen sobre la moda y estilos que llevan. El clima para las mujeres extranjeras y sobre todo caribeñas es clave para asumir y designar personalidades.

“Yo creo que es la cultura, porque yo vengo de un país... yo que vengo del caribe la gente es más pendiente de todo lo que es uña, cabello, cejas pestañas. No sé si será por la ubicación pero la gente aquí es más fría. En el caribe la gente es más pendiente de los colores. (...) acá la gente es mucho más reservada, y es como que es más difícil hacerlo acá (...)”
(Natalia, martes 5 de septiembre, jornada de tarde).

Chile es vivido, pensado y/o leído como un lugar frío, y sus mujeres y habitantes, por semejanza, también, lo que se demuestra por medio de lo tradicional-clásico-conservador que solicitan para sus manos y pies. Es decir, los estilos de manicure-pedicure han sido el lugar, aquel espacio de síntesis y de elaboración identitaria que las trabajadoras colombianas-caribeñas de Bonita Express poseen para definirnos a las chilenas. La belleza ha sido su lenguaje más cercano y, por cierto, diplomático, para localizar las diferencias culturales, pero también, para expresar las diferencias en la construcción de la feminidad donde aparecemos en el polo de lo despreocupado. La belleza, en consecuencia, se articula como idioma de fácil dominio para estas mujeres extranjeras, para establecer las brechas entre ellas y las locales.

Ahora bien, entre lo “clásico” y el “atreverse” que señalan las mismas trabajadoras, existe una estética que funciona como bisagra y vía de experimentación: “la manicure-pedicure francesa”. Es este tipo de estilo (donde sólo se destaca la “el color natural de la uña” y se maquilla pintando una línea blanca correspondiente a la zona de crecimiento normal) la conocida “francesa”, la que representa dos planos a la vez, aquel conservador, aceptado y por lo tanto permitido, pero que, de igual manera, propicia los primeros acercamientos y experimentaciones a la práctica cuando las trabajadoras les preguntan si desean añadir o no algún tipo de diseño a este “básico”.

Es destacable la popularidad de este tipo de intervención en la uña en la población chilena, cuyo nombre se asocia al imaginario del blanqueamiento hegemónico, al recurrir justamente a un lugar geográfico europeo, Francia. En esta línea, y en base a lo que hemos propuesto según la forma de entender un territorio, este tipo de manicure figura como un territorio de frontera simbólico, donde la mujer visitante puede comenzar a agenciar nuevos



conocimientos y cambios de paradigma de lo femenino. La trabajadora colombiana-caribeña que trabaja en centros de belleza, recurre al modelo que se designa como internacional del primer mundo para, desde ahí, comenzar su acercamiento y nueva propuesta estética.

Para el caso de las nacionales, lo que más observamos fue que lo permitido, lo que se prefiere, o lo que es considerado adecuado para las mujeres chilenas, no aparece directamente mencionado en cuanto a un estilo o a su correspondencia con una nueva moda como tal. En este sentido, el lenguaje de la belleza no nos habla directamente de lo que es permitido, sino que son las decisiones y elecciones de cómo hacerse las manos y pies las que nos permiten develar estas normas sociales.

Entraron dos mujeres que son al parecer de Falabella. Empezaron a hablar en voz alta con Shirley y Gaby respecto de los colores de que el morado no dura nada.

Nota de campo. Lunes 12 de diciembre de 2016, jornada de mañana.

A partir de la apreciación de la durabilidad y de ciertos colores de esmalte, se infiere que aquello considerado apropiado es poseer una manicure con un esmaltado claro, más aún para un contexto en donde estas mujeres adultas trabajan en venta al público y/o en el retail. No obstante, los esmaltes demasiados claros, no poseen mayor durabilidad sobre la uña, sino que frente al paso del tiempo y el evidente deterioro que sufre, al ser del mismo tono de la uña, pasa desapercibido para sus interlocutores. Las decisiones, por ende, deben manejar ambos criterios: un tono que no sobrepase ciertas intensidades -que pueda ubicarlo dentro de lo considerado como “agresivo-atrevido”-, y que tampoco sea “demasiado natural” -como para que no pueda ser apreciado por las personas-, aunque sí lo suficiente para que su deterioro no sea evidente.

Lo anterior, hace que nos cuestionemos lo simbólico que implica la duración. Las uñas pintadas deben durar, porque no hay dinero para adquirir y recurrir a este servicio de manera regular, o porque como ya hemos mencionado anteriormente, es poco adecuado gastar tanto tiempo e invertir dinero en este tipo de cosas, vanas y superficiales. El “gustito”, si se hace recurrente, deja de ser un gustito. Estas interrogantes sobre la vanidad, han sido señaladas y desarrolladas por Taussig (2014), quien ha visualizado que las mujeres de clase media se encuentran limitadas de invertir tiempo (es difícil que estas mujeres puedan asistir al centro de belleza más que en su horario de almuerzo) o dinero, por lo que estaríamos frente a una cuestión de clase. Por lo mismo, sería interesante de contrastar, por ejemplo, con lo que ocurre en centros de belleza que se ubican en comunas con clases más adineradas y ver qué tanto se cuestiona el uso de los colores y su pertinencia según sus ocupaciones.

Por otro lado, las mujeres visitantes de Bonita Express también establecen parámetros de lo adecuado en base a rangos etarios:



“-Están preciosas... Es como una pluma. Ah, pero es que tú eres más lola, una cuando es más lola se puede poner cualquier color... Me gustó el color. El negro es como fome. Yo siempre me pinto rojo.”

(Clienta, jueves 26 de enero de 2017, jornada de tarde).

Los colores y los diseños son asignados como propios de mujeres jóvenes; por el contrario, las mujeres mayores aceptan los colores lisos u optan por la manicure francesa, probablemente por ese temor al no corresponder a la norma que establece lo adecuado para ellas en términos cronológicos, lo que ocurre también en otras esferas de la vida social, como en el uso de la ropa o el maquillaje.

La aprensión a romper la norma puede asociarse al “miedo al descontrol” que acuña Esteban (1997) al tratar el cuidado de la imagen en los procesos vitales de las personas. Al respecto señala que las mujeres tradicionalmente han sido quienes están encargadas de la reproducción social, siendo a su vez paradójicamente quienes pueden generar cambios sociales significativos dentro de la tradición y las costumbres de una sociedad (Chapkis en Esteban, 1997). Actúan como una bisagra que permea y restringe lo que ingresa y lo que no, según una lógica de control/consumo, donde el consumo de esta nueva oferta de multiculturalidad se ve autocontrolada por el “miedo al descontrol”, una especie de recelo que se le tiene a un externo que juzga, pero que se ve canalizado a través de ellas quienes son las protagonistas de este control. Este “miedo al descontrol” se traduce en un “miedo al placer” (Esteban, 1997), como una suerte de tabú que establece el marco de acción del consumo –limitado- que si llega a quebrarse pone en jaque a la sociedad total. Es por esto que el consumo de la belleza se encuentra en esta fase de intermediación en nuestra sociedad, donde la manicure y la pedicure son una arista más de este conflicto donde se permite y se prueban los nuevos límites atendiendo a criterios de edad, clase y género.

No obstante, que en la mayoría de las peluquerías y salones de belleza como espacios de encuentro social, se presenta un continuo disciplinamiento y adecuación de la clientela y de los trabajadores a las normas imperantes de género que corresponden a las características de edad, sexo y posición social, existe también un continuo proceso de conservar, variar y transgredir dichas normas por las expresiones vanguardistas con pretensiones artísticas, las afirmaciones culturales de minorías étnico raciales como las afro colombianas, los espacios de afirmación sexual y política de minorías trans y los espacios de afirmación social de miles de mujeres. (Pineda, 2014, pág. 266)

La pregunta final que surge entonces es ¿por qué, entonces, se escoge pese a todos estos estereotipos culturales, a la manicurista caribeña por sobre las demás?

Desde que la inmigración comienza a ser un fenómeno masivo dentro de nuestro país, la población nacional, a modo general, ha comenzado a exotizar los cuerpos de quienes ingresan a Chile en un juego identitario de determinar aquello que es ajeno, que termina



por relevar marcas físicas que aun existiendo en nuestra población generan un discurso de la diferencia.

Esto siempre va aparejado a una práctica, una temática, modos de acción, etc., que caracteriza a esos cuerpos y que a la vez los establece diametralmente opuesto a lo que caracteriza al “ser chileno/a”. En el caso de la población afrocaribeña o simplemente caribeña, la estética y la belleza es aquello que se ve relacionado a sus cuerpos que son generalizados en un físico de tez oscura, y que se ven sexualizados.

Vi un hombre que me dio miedo cuando lo vi de lejos desde donde estoy sentada. Ese hombre gritó hacia adentro: Colombia lo más lindo. Una chilena rió. Shirley la miró y dijo: cada loco que pasa por afuera.

Nota de campo. Sábado 10 de diciembre de 2016, jornada de mañana.

Las mujeres colombianas o caribeñas son sexualizadas porque el caribe mismo se ve sexualizado. Esto se normaliza porque sus cuerpos se asocian a un estereotipo particular, de lo sabroso, de lo exuberante, de aquello que muestra, lo contrario a lo recatado y lo conservador con lo que se identifica la población femenina chilena.

“Y por lo mismo las chilenas ahora van hasta las discotecas colombianas, ¿por qué? No sé, el carrete fome que tienen acá, entonces por eso mismo. Porque es evidente, donde tú vayas esto marca un estilo. El corte del cabello, esa es otra cosa que marca un estilo. Que la ropa colombiana, que así que esto que lo otro. (...) Y ese aporte ha sido bueno. Ha sido controversial porque es una controversia también, y para ustedes las mujeres chilenas ha sido como que las están atacando. Como a otras que les gusta esta cultura. Como que hay gente que es chilena que es reprimida porque aquí por ejemplo a veces pasa que si yo hablo más duro, que si yo me atrevo a mostrar mi cuerpo, que si yo me atrevo a decir tal cosa paso a ser alborotada, paso a ser ordinaria, eso pasa aquí, una flaute nada que ver (...) pero hay gente que... hay mujeres que se sienten atacadas por la presencia de otra cultura, de la diversidad. Hay gente que le encanta, ay quiero hablar como usted, quiero estar con un colombiano, quiero esto quiero allá, quiero acá (...) No hay como un buen ambiente caribeño, como del estilo de nosotras, nosotras no nos vamos a sentar en una silla, y a vernos las caras, y hablar, aprovechar de tomarnos una cerveza. (...)”
(Andrea, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

La trabajadora extranjera se exotiza a sí misma, destacando las facetas donde entra en conflicto con la población local, como lo es la ropa, la música y las fiestas, tres elementos que se asocian a los cuerpos directamente. Resaltar los ritmos conduce a la creación y reafirmación de un imaginario sobre el ser y estar de las corporalidades caribeñas en tanto existen musicalizadas, rítmicas, sensuales y eróticas.



Al exotizarse a sí misma y, por consiguiente, lo caribeño/colombiano, se construye en oposición a las mujeres y a la población en las que se ven insertas en este nuevo contexto sociocultural. Esto mismo es usado como táctica (De Certeau, 2000) para producir inclusión partiendo de la base de la diferencia, con el fin de incrustarse en un panorama general multicultural, a sabiendas que esto produce un mercado económico que a ellas les favorece. Se construye a sí misma, en consecuencia, en dicotomía chilena/ reprimida, colombiana/atrevida. No obstante, esta línea divisoria comienza a desvanecerse en el minuto en que el otro, el cuerpo otro, el ser otro pasa a convertirse en objeto de deseo.

La trabajadora caribeña que se dedica a labores de embellecimiento se ubica en el imaginario de la población chilena, en específico de las mujeres chilenas que acuden a los centros de belleza, bajo el estereotipo de cuerpos sexualizados, liberados, rítmicos y preocupados por su imagen hacia el exterior, por lo tanto “más vanidosos”. Si esta mujer es más vanidosa, se sobreentiende que tiene más experiencia en el tratamiento de embellecimiento. Este imaginario permite que el trabajo de la manicurista caribeña, colombiana, sea valorado de forma distinta frente a la oferta de manicuristas locales.

“La otra vez vino una clienta y me preguntó, me dijo que por qué usté no contrata gente chilena. Porque si tengo gente chilena vienen aquí y no se hacen las uñas. “Porque las chilenas no saben hacer las uñas” lo dice la misma gente chilena. Y no es culpa de nosotras. Yo tuve una muchacha que la pasaban mucho por chilena, ¿ella es chilena? No, no es chilena, ah ya. ¿Si me entiende? Y eso no es de uno, lo dicen. Si yo tuviera la oportunidad de contratar a una manicurista chilena que lo sepa hacer bien, obviamente yo la contrato. Porque lo que yo necesito es que sepan hacerlo bien, no me importa su nacionalidad. (...)”

(Andrea, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde)

La trabajadora extranjera capta esta diferenciación que hacen las mujeres chilenas respecto a manicuristas extranjeras provenientes del caribe frente a las manicuristas locales, quienes pierden protagonismo ante esta nueva oferta multicultural. Es de esta manera que la población femenina chilena acaba por esencializar el nivel de experticia en el rubro del embellecimiento, viéndose adjudicado a nacionalidades concretas, y a cuerpos concretos.

En el imaginario local, las trabajadoras del rubro de belleza de origen caribeño son reconocidas según un orden lógico del pensamiento: estas mujeres provienen del caribe, el caribe se asocia a la belleza –basta mirar quienes están en la palestra de los concursos de belleza- no sólo para Chile sino que también a nivel mundial. Esta población se presenta como un reservorio de conocimientos y saberes estéticos.

“(…) Ya se genera un mito, se ha creado un mito de que la extranjera tiene el don de hacer uñas porque viene de otra cultura en donde eso es una necesidad básica de la vida. O sea, en un... En una casa colombiana, hay cuatro mujeres y las cuatro mujeres saben que tienen que al mes juntar plata pa’ las uñas porque es como comprar harina, un kilo de arroz. No lo hacen por una reunión, porque tengo un



evento, porque me voy a ir de viaje, no. Es una necesidad me atrevo a decir como comprar tampones, es esa necesidad. ¿Si me entiende? Entonces es algo como que... bañarse todos los días, sí o sí tienes que tener los pies arreglados y sí o sí las manitos (...) Entonces, claro, 'como llevan mucho tiempo en eso lo hacen mejor' (...)"

(Andrea, martes 18 de octubre de 2016).

"(En relación al trabajo en otros centros de belleza anteriores) Llegaban 'es que las uñas', y si habíamos tres colombianas y una chilena haciendo uñas, la chilena podía pasar todo el día haciendo nada y las colombianas llenas. Y ella se retiró del trabajo por eso. Entonces yo dije, para que me voy a meter en ese momento incómodo que sí va a pasar. Porque hay gente que no tiene no... no disimula. Ah, ¿es chilena? Entonces no. Hay gente que es errónea en ese sentido (...)"

(Andrea, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

La idea del mito que la misma trabajadora refiere en la cita anterior, el que pone particular énfasis en la diferencia entre culturas para adjudicarles prácticas y saberes particulares, requiere una actualización constante. En otras palabras, que una mujer chilena por consejo de sus mismas congéneres, reciba esta recomendación para que llegue finalmente a visitar los centros de belleza donde hayan trabajadoras provenientes del caribe y que prefiera a éstas sobre las manicuristas locales debe soportarse en una materialidad concreta. Las manos y pies de las chilenas que han recibido los servicios de las mujeres extranjeras han sido esa misma pizarra o corporalidad para difundir dichos trabajos. Las chilenas que optan por la manicure y pedicure de Bonita Express han comenzado a señalar que ellas asisten justamente a esos lugares.

"(...) pero ahora, por ejemplo, que pongo las manos en alto –en el trabajo-, en la mesa, pongo el teléfono y me dicen, oye qué lindas tus uñas, ¿quién te las hace? Y yo les digo, tengo mis colombianas, y las mando para acá"

(Clienta, sábado 10 de diciembre de 2016, jornada de tarde).

"(...) llego a realizar un trámite a unas oficinas de notarios en el centro de Santiago y me atiende una mujer que inmediatamente me mira las uñas que me había esmaltado hace media hora con Aira. Me dice '¡Qué lindas!, ¿te las hiciste con las colombianas?' 'Sí' 'Se nota, están muy bien hechas' (...)"

(Investigadora, jueves 26 de enero de 2017).

El mito explicitado por la clienta de Bonita Express llega a tal nivel que no sólo funciona en estas esferas sociales aparentemente pequeñas, sino que genera un imaginario a nivel de sociedad que incluso ha tenido resonancia frente a situaciones de contingencia nacional:



“(...) Pero es que las colombianas son otra cosa. Las chilenas no se atreven mucho con los colores. Las colombianas son más de colores, son más de diseños... ¿te acuerdas tú del caso de la mujer asesinada? Ya po, los chilenos dijeron, tiene que ser colombiana, por la forma en que se pintaba las uñas.”

(Clienta, martes 5 de septiembre de 2017, jornada de tarde).

En el último tiempo, esto se ha traducido en la apertura y mantención de estos centros de belleza, que ya son posibles de encontrar masivamente por la Región Metropolitana.

En síntesis, la belleza, su construcción y las nuevas formas y prácticas de embellecimiento desde los actuales los contextos migratorios caribeños que llegan a nuestro país, han comenzado a remover los imaginarios de antaño. Y por lo mismo, proponemos este espacio, el centro de belleza Bonita Express, como un lugar donde ocurren prácticas concretas y materiales donde se mezclan personas, y, por ende, se hibridizan imaginarios, se fusionan prejuicios y estereotipos y se sincretizan tradiciones, es decir, se crean procesos de interculturalidad. Las prácticas de embellecimiento, específicamente la manicure y pedicure son consideradas por esta investigación como un eje de exploración analítica, otorgando una óptica a las maneras y lógicas en que esos encuentros y procesos se suceden, identificando la potencia, efectos y alcances que aún quedan por visualizar.



VI. Conclusiones

La situación explorada en la presente memoria de título partió de un proyecto de investigación que apostó por relevar nichos económicos que estaban siendo recientemente conocidos por la población chilena. Sin embargo, con el paso del tiempo, y ya finalizado este trabajo, la propuesta original a partir de la cual surgió la investigación ha adquirido mayor relevancia, ya que hoy en día esta fuente laboral femenina extranjera – mayoritariamente latinoamericana y caribeña- está presente a la vuelta de cada esquina, en los centros cívicos de las comunas de la Región Metropolitana. Hoy, más que nunca, esto no es extraño a la cotidianidad de quienes habitan el país.

La oferta estética de Bonita Express, no se encuentra ajena a las dinámicas globales, en donde el sistema capitalista ha absorbido las migraciones de tal forma que permite su inserción en los nuevos contextos, a partir del consumo de un producto que éstas puedan ofrecer. Este sistema ideológico-económico, facilita la esencialización cultural de el/la migrante para poder traducirlo a un producto comercializable. Es así como, para producir ganancias -con un malestar social que se manifiesta en la salida masiva de personas desde sus países de origen en búsqueda de nuevas oportunidades-, se establece un marco de acción en donde esta nueva población debe realizar procesos de identificación a partir de los cuales pueda determinar quién es y qué es lo que lo/la hace tan distinto/a de un/a local, con el fin de encontrar un sello-marca, escenario social, nicho económico, etc., que ofrecer.

Sin embargo, cabe señalar que esto debe producirse sin provocar un quiebre en la hegemonía de belleza, es decir que se debe generar desde la combinación de los parámetros que hoy en día determinan lo que podría ingresar al mercado consumista.

Actualmente, el ideal de blanqueamiento sigue predominando en la sociedad chilena, pero la demanda multiculturalista, desde distintas esferas, con el surgimiento de los productos “étnicos”, con “denominación de origen” y “exóticos” dentro de la industria de embellecimiento, sumado al nuevo nexo que se ha generado entre salud y belleza, han generado el ambiente ideal para que las mujeres colombianas puedan insertarse en la matriz capitalista chilena de la industria estética de manos y uñas. Mientras la industria de la belleza ha logrado abrir un espacio donde antes eran ocultadas las raíces indígenas y afrocaribeñas, sus símbolos, sus imágenes y sus colores -y que hoy se plasma en modas que han perdurado de un tiempo a esta parte-, el binomio salud y belleza ha contribuido a ampliar el rubro de la biomedicina al ámbito estético, donde no sólo las clínicas que realizan cirugías plásticas se han vuelto populares, sino que también la preocupación por el cuerpo se ha transformado en un eje importante en la vida de las personas (considerar, por ejemplo, la creciente demanda por el deporte y la nutrición). Todo esto se ve interferido por el sistema capitalista que sigue ampliando los lugares desde donde puede obtener ganancias y generar un consumo cíclico, en donde obviamente el género es un factor predominante para entender los tipos de mercado y productos que se expanden. Mirar el sistema capitalista sin el cruce de género solo limita las reflexiones y reduce las



capacidades analíticas, por eso nuestro enfoque desde los marcos teóricos y posteriormente analíticos sostienen esta mirada, no atendiendo solo a las mujeres como sujetos portadores, sino donde ideologías de cuerpos, bellezas y dineros se aglutinan en los contextos migratorios.

En lo concreto, para poder hacer peso a un ideal hegemónico de belleza, la propuesta estética de las uñas colombianas debe abordar, entonces, lo exótico, utilizando como bisagra y puntapié inicial un enganche publicitario hegemónico (la manicure francesa como puerta de entrada a las nuevas prácticas de cuidado de las uñas). Y es aquí donde, precisamente, las mujeres han logrado participar de forma activa en este nuevo nicho económico, tanto como usuarias y como trabajadoras.

Este mismo sistema económico y cultural les ha impuesto una constante preocupación sobre sus cuerpos a fin de mantener una dominación patriarcal, arrebatándole así, sus saberes y conocimientos históricos para convertirlos en una industria rentable. Este modelo ideológico permite la creación de una necesidad económica, estableciendo un consumo femenino adosado a los requerimientos patriarcales que se han impuesto sobre las mujeres. Pese a ello, estos espacios de confluencia homosocial han desbordado culturalmente lo que les estaba predeterminado, es decir, ser única y exclusivamente lugares de transacciones económicas y reproducción de una dominación. De esta forma, el sistema capitalista, no ha llegado a normar totalmente las relaciones y contactos que allí ocurren, así como tampoco las interacciones y aprendizajes que se propician entre mujeres. Es precisamente aquí en donde radica el poder de agenciamiento de las habitantes de Bonita Express: ellas pertenecen a un género, clase y raza subordinada históricamente, y, no obstante, han logrado construir un territorio en torno a una práctica, que si bien ingresa al país bajo parámetros pre-establecidos, crea su propio lenguaje y sus propias transacciones culturales que escapan de la exclusividad del ámbito económico, y que, a su vez, modifica algunos cánones que han servido a lo largo del tiempo para mantenerlas dominadas.

A través del abordaje de este centro de belleza, y en específico de una labor particular que son las prácticas de embellecimiento –manicure y pedicure- es decir, del trabajo de la uña de las manos y los pies, pudimos visualizar, entonces, formas de construir corporalidades distintas, evidenciando imaginarios de bellezas diferentes no sólo en el contacto con poblaciones inmigrantes, sino que dentro del mismo país. Aquí, lo superficial permitió adentrarnos en un tipo de construcción territorial y social, donde distintas personas, cada vez más, optan por participar de esta dinámica antes desconocida para la población local, escasa hasta hace un tiempo entre mujeres de distintos colores, razas, y generaciones.

Esto crea un paisaje urbano social diferente a lo que había sido el Chile capitalino. Hoy es la belleza la que toma un lugar fundamental desde el cual plantear nuevas investigaciones, ya que todo lo anteriormente conocido sobre las maneras de inserción laboral de las poblaciones inmigrantes cambia con esta nueva propuesta estética que sale del ámbito residencial para establecerse visualmente en las calles, galerías, centros estéticos, etc. y que terminan por afectar directamente el panorama nacional.



Esto resulta interesante en el contexto de las ciencias sociales que evidenció que, en los años 90' el mayor articulador de encuentro entre las poblaciones migrantes y locales en el país, habían sido la gastronomía y la cocina por una parte, y el cuidado doméstico por medio del trabajo asalariado, por otra. La belleza actualmente es un terreno donde se produce la interculturalidad donde se experimentan cotidianamente los procesos de mestizaje-hibridación o sincretismo.

El centro de belleza se enmarca en la interculturalidad porque allí se produce una interrelación entre saberes culturales, sean estos una mezcla entre saberes de culturas originarias, con saberes occidentales, y probablemente, ahora, en un contexto de globalización, con saberes foráneos. Este espacio es intercultural no porque exista una relación entre culturas, sino porque se produce una complementariedad, reciprocidad, correspondencia y proporcionalidad entre saberes culturales, como señala Walsh, en este caso referidos a la estética, es decir, al tratamiento del cuerpo en torno a la belleza.

Lo que se interculturaliza en el centro de belleza, son las relaciones espaciales, los modos de estar en el espacio, de habitarlo, de ocuparlo, así como los lugares de poder, usos, desplazamientos determinados, que establecen la coexistencia de múltiples territorios en su interior. Asimismo, la creación de nuevas formas de interacción social en este contexto (cuerpo-cuerpo y cuerpo-material), como el surgimiento de nuevos significados de belleza, localizados, transnacionales, hegemónicos, que se ponen en diálogo son parte de los elementos culturales que se hibridan. De igual manera, las formas que adquiere la práctica para ingresar al país, y los modos de hacer, así como la toma de decisiones que develan los imaginarios estéticos de las poblaciones en contacto.

La migración, y las características con respecto a la población colombiana femenina es lo que determina las formas en que esta población ingresa para “ser/estar” y habitar en Chile, mientras que el multiculturalismo actual posibilita nichos económicos de desarrollo en el país. La “marca” colombiana tiene un precedente, y se asocia básicamente a una “peruanidad” establecida con anterioridad. El mercado de la gastronomía como expresión identitaria de una nación y como reconocimiento y validación ante un otro receptor, sentó las bases para la esencialización de las futuras oleadas migrantes y planteó la posibilidad de abrir nuevos nichos económicos al respecto. Así como la comida es al peruano/a, la belleza es a la colombiana/o: “la población peruana es a la cocina como la población colombiana es a la estética”, aludiendo a las propuestas estructuralistas de Levi-Strauss y posteriormente de Sherry Ortner.

Ante este hecho, cabe preguntarse si bajo estas figuras se elabora un tipo de neo-racismo que permite el ingreso de estas mujeres siempre y cuando se acoplen a esta figura estereotipada. Más que poder entregar un sí o un no, lo que podemos señalar es que, si llegase a serlo, es funcional para estas poblaciones en tanto la asociación que se hace de ellas a rubros específicos, les permite utilizarlo de forma estratégica para abrirse paso en un campo laboral cada vez más competitivo.



El tratamiento de manos y pies no es algo nuevo en nuestro país: se practicaba en nuestras casas y era un saber femenino que se transmitía de generación en generación. Sin embargo, se produce un cambio de paradigma en el momento en que sale del ámbito privado para volverse público, y se visibilizan y valoran zonas corporales que antes eran ocultas e impensadas de ser expuestas.

Sumado lo anterior, la moda de las intervenciones corporales, así como los movimientos reivindicativos feministas en base a la apropiación del cuerpo, ha permitido que las formas de transmutación del cuerpo tengan un mejor recibimiento en los sectores menos conservadores de la población, mayoritariamente gente adulta joven y adolescentes, quienes han sido los y las protagonistas de este cambio cultural. Y es en los centros de belleza donde ocurren estos procesos de construcción y reconstrucción de identidades. El encuentro entre éstas permite, entonces, articular la agencia de los sujetos en torno a la belleza.

El centro de belleza, como tal, es un territorio de frontera, al cual se hace ingreso a través de una mediación económica: la transacción de un servicio. Como es fronterizo, posee diversas barreras simbólicas, siendo la primera de ellas lo visual que hace referencia a un género y rubro específico que se organiza acorde a lo culturalmente designado en el ámbito de lo femenino. La segunda de ellas corresponde a todos los elementos descritos y develados por la escenografía agente, aquellos signos culturales que sobrepasan lo oral, y constituyen fronteras corporales en cuanto establecen la forma de ser y estar de los distintos cuerpos en este espacio de embellecimiento, a través de los estímulos olfativos y sonoros. Finalmente, existe una barrera que puede determinar o no que el contacto ocurra: la puesta en escena de dos corporalidades separadas por una mesa que, si deciden enfrentarse, lo hacen en torno a una práctica que implica tocarse, mirarse, olerse y hablarse, donde las aparentes jerarquías quedan difuminadas en el contacto en tanto quien posee el poder adquisitivo no determina el curso de la práctica en sí. Si esto llega a concretarse, el cuerpo original muta, y se vuelve estéticamente distinto a cómo llegó.

Con el paso del tiempo, se crean nuevas fisuras a través de las cuales se organizan cambios y adaptaciones en las identidades sociales y sexuales de estas mujeres que asisten a estos centros de belleza para acceder a este servicio. ¿Facilita esto un cambio cultural al transformar los cuerpos? Proponemos que con el paso del tiempo, y la habituación a esta práctica, pueden gatillarse cambios de relevancia social que podrían superar la barrera de lo estético y establecer formas en que este contacto propicia la aceptación e integración no asimilacionista de una mujer “otra”, gracias a que se profundizarían los diálogos sobre los mandatos de género, las nociones de belleza globales y locales, hegemónicas y subordinadas, entre mujeres de procedencias, rangos etarios, etnias y prácticas culturales distintas.

Por otro lado, la práctica de la manicure y pedicure nos habla de la esencia cultural de la intervención del cuerpo: hacerse las manos/pies. Si nos enfocamos en esta frase, nos daremos cuenta de que las uñas, su forma, aspecto, y existencia en sí viene dada al nacer,



“ya están hechas naturalmente”. Sin embargo, señalar la hechura de estas, su manufactura, permite inferir que toda expresión natural, puede ser considerada cultural si pasa por el proceso de modificación, adoctrinamiento y normalización social.

En un principio planteamos el carácter de homosocialidad femenina del salón de belleza como una característica fundamental –no exclusiva- que permite conformar lugares de interculturalidad y encuentro. Sin embargo, la presencia de ciertos hombres que acudían a tratarse tanto manos como pies no afectaba la expresión de este territorio como tal. Esto planteó la siguiente interrogante: ¿Es posible tener interculturalidad en un lugar considerando la modificación de patrones de género? No podemos dar una respuesta de una manera certera, pero lo que sí podemos señalar es que, en este contexto chileno donde el machismo ha limitado las posibilidades de los hombres de acceder históricamente a tratamientos de belleza, por considerar a éstos como exclusivos del ámbito femenino, sí se ha generado un cambio que es reciente pero no excepcional²².

La apertura de la sociedad chilena a experimentar y explorar nuevas corporalidades en conjunto con los movimientos de reivindicación sexual, han abierto espacios simbólicos a través de los cuales la práctica de embellecimiento de manos y pies ha ingresado para establecer nuevos parámetros respecto a la expresión de lo femenino y lo masculino como tal. No es raro encontrar hoy en día ofertas y rebajas de precios para tratamientos de manos y pies para varones con la consigna de “cuidar tus manos no te hace menos hombre”.

En las sociedades desde donde provienen las manicuristas caribeñas, el tratamiento del cuerpo no es exclusivo de una expresión de género, sino que es transversal a sus distintos espacios culturales. En aquellos lugares esta práctica no presenta, nos atrevemos a señalar, las características de interculturalidad, debido no sólo a que no se constituye como un espacio homosocial –por lo que ya incluiría jerarquías de género dentro de la misma práctica al consolidar un espacio mixto, como lo señalan los/as estudiosos/as del tema en el Colombia-, sino que también porque las distinciones entre clases y zonas geográficas son muy fuertes y probablemente más marcadas que en Chile.

Es innegable que en nuestro país la presencia de hombres en el área de manicure y pedicure está generando un cambio en los patrones de género. Sin embargo, en tanto ellos deben permear las fronteras culturales que se les presenta al momento de decidir o no ingresar a estos espacios, acatan las normas que se les impone desde un lugar simbólico que no les pertenece aún.

De esta manera, la característica de homosocialidad femenina en espacios concretos es una característica importante para reconocer un espacio intercultural, pero no así la única, puesto que finalmente lo que determina su carácter es la transacción de conocimientos y saberes en una relación donde las jerarquías se disipan y se construye un diálogo horizontal, que invierte constantemente los roles previamente asignados.

²² Esteban, para el año 1997 en España ya daba cuenta de la presencia masculina cada vez más notoria en el ámbito del tratamiento del cuerpo.



Finalmente, quisiéramos terminar señalando la importancia de abordar el fenómeno de la diáspora más allá de la emigración y la inmigración, para entender cómo se presenta el proceso de llegada e inserción a una sociedad nueva. La transitoriedad de la ocupación residencial o laboral de las poblaciones migrantes caracteriza una manera muy única de habitar los espacios y de portar ciertos artefactos u objetos que tienen directa relación en la conformación de lugares de arraigo, reminiscentes de sus territorios de origen (como lo es Bonita Express). Tal como señala Imilan, “cuando las personas migran trastocan la relación entre vida cotidiana -prácticas y significaciones- con la espacialidad que producen” (2015, pág. 108). Es así como se expresa una asignación identitaria, en donde el o la migrante se asocia inevitablemente a lo caracterizado por el movimiento y lo nómada, buscando generar arraigo permanentemente en los espacios en donde encuentra y reproducen referentes de su vida previa al viaje. Son, al fin y al cabo, estos lugares analíticos y su relación con los espacios que se usan, construyen y vivencian, aquellos tópicos en que posiblemente debamos colocar nuestros aristas teóricas-metodológicas como disciplina para aportar en los fenómenos de migración.



VII. Bibliografía

1. Acosta, D. (2010). ¿Es posible hablar de chilombianos?: Un primer acercamiento a la inserción social de inmigrantes colombianos en la sociedad chilena. *Tesis para optar al Título de Antropólogo Social*. Santiago de Chile: Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Escuela de Antropología.
2. Alcaide, A. (2012). Creativismo "glocal" y antropófago: la poética expresiva de César Martínez. En P. Giasson, & Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, *Brincando fronteras: creaciones locales mexicanas y globalización* (págs. 71-115). D.F., México: Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
3. Arango, L. G., & Pineda, J. A. (Julio-Diciembre de 2012). Género, trabajo y desigualdades sociales en peluquerías y salones de belleza de Bogotá. *Género y Trabajo*(10), 93-130.
4. Arango, L. (Enero-Junio de 2011). Género, trabajo emocional y corporal en peluquerías y salones de belleza. *La manzana de la discordia*, 6(1), 9-24.
5. Arriagada, C. (2014). *Inmigrantes Internacionales. Emprendimientos en barrios comerciales de Iquique, Gran Valparaíso y Gran Santiago*. Santiago de Chile: CEIBO.
6. Augé, M. (2000). *Los <<No Lugares>> Espacios Del Anonimato. Una Antropología de la Sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.
7. Babbie, E. (1996). *Manual para la práctica de la investigación social*. Bilbao: Desclée De Brouwer.
8. Balibar, E. (2005). *Violencia, identidades y civilidad. Para una cultura política global*. Barcelona: Gedisa.
9. Barrientos, J., Salinas, P., Rojas, P., & Meza, P. (septiembre-diciembre de 2009). Minería, género y cultura. Una aproximación etnográfica a espacios de esparcimiento y diversión masculina en el norte de Chile. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 4(3), 385-408.
10. Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. Fondo de Cultura Económica.
11. Black, P. (2002). Ordinary People Come Through Here: Locating the Beauty Salon in Women's Lives. *Feminist Review*(71), 2-17.
12. Bourdieu, P. (2001). El capital social. Apuntes previsionales. *Zona abierta*(94-95), 83-87.
13. Bourdieu, P. (2004). *El baile de los solteros. La crisis de la sociedad campesina en el Bearne*. Barcelona, España: Anagrama.



14. Canales, M. (2006). *Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios*. Santiago de Chile: LOM ediciones.
15. Casen. (2015). *Casen 2013. Inmigrantes. Síntesis de Resultados*. Santiago de Chile: Ministerio de Desarrollo Social. Gobierno de Chile.
16. Casen. (2016). *Inmigrantes. Síntesis de resultados*. Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional, Ministerio de Desarrollo Social. Obtenido de http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen-multidimensional/casen/docs/casen_nmigrantes_2015.pdf
17. Citro, S. (septiembre de 2003). *Cuerpos significantes. Una etnografía dialéctica con los toba takshik. Tesis de Doctorado, especialidad Antropología*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Filosofía y Letras.
18. Citro, S. (2006). *Variaciones sobre el cuerpo: Nietzsche, Merleau-Ponty y los cuerpos de la Etnografía*. En E. Matoso, *El cuerpo in-cierto. Corporeidad, arte y sociedad* (págs. 45-106). Buenos Aires, Argentina: Letra Viva.
19. Crossley, N. (1995). *Merleau-Ponty, the elusive body and carnal sociology*. *Body & society*, 1(1), 43-63.
20. Csordas, T. (1999). *Embodiment and cultural phenomenology*. En G. Weiss, & H. Haber, *Perspective on embodiment: the intersections of nature and culture* (págs. 143-162). New York: Routledge.
21. Darriba Fernández, M. (2015). *Construcción identitaria de género en las industrias culturales. Deconstruyendo el canon de belleza occidental. Tesis de Máster en Género y Diversidad*. Oviedo, España: Universidad de Oviedo.
22. Davis, K. (2007). *El cuerpo a la carta. Estudios culturales sobre cirugía cosmética*. La Cifra.
23. De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de hacer*. México D.F.: Universidad Iberoamericana.
24. De Ramón, A. (2000). *Santiago de Chile 1541-1991*. Santiago: Editorial Sudamericana.
25. De Simone, L. (2012). *Caracoles comerciales y otras especies en vías de extinción: la evolución del proto-mall en Santiago de Chile y su vigencia actual*. *Bifurcaciones. Revista de estudios culturales urbanos*(10), 1-15.
26. DEM. (2010). *Informe Anual. Departamento de Extranjería y Migración. Ministerio del Interior*. . Gobierno de Chile.
27. DEM. (2016). *Migración en Chile 2005-2014*. Santiago de Chile: Ministerio del Interior y Seguridad Pública, .
28. Denzin, N., & Lincoln, Y. (2005). *Introduction. The Discipline and Practice of Qualitative Research*. En *The Sage Handbook of Qualitative* (págs. 1-13).



29. Ducci, M. E., & Rojas, L. (2010). La pequeña Lima: Nueva cara y vitalidad para el centro de Santiago de Chile. *EURE*, 36(108), 95-121.
30. Esteban, M. (2013). *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Madrid, España: Ediciones Bellaterra.
31. Esteban, M. L. (1997). El cuidado de la imagen en los procesos vitales. Creatividad y 'miedo al descontrol'. *KOBIE. Antropología Cultural*(VIII), 27-54.
32. Friedman, A. (2011). Toward a sociology of perception: sight, sex and gender. *Cultural sociology*, 5(2), 187-206.
33. Gaínza Veloso, Á. (2006). La entrevista en profundidad individual. En M. Canales, *Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios* (págs. 219-263). Santiago de Chile: LOM.
34. Geertz, C. (1992). *La interpretación de las culturas*. Barcelona, España: Gedisa.
35. Granados, S. (Julio de 2010). Prácticas cotidianas de los inmigrantes latinoamericanos: espacios de integración y diferenciación identitaria al interior de la ciudad de Santiago. *Tesis para optar al grado de Magíster en Desarrollo Urbano*. Santiago, Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile. Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos. Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales.
36. Guarnizo, L. (2006). El Estado y la Migración Global Colombiana. *Migración y Desarrollo*, 79-101.
37. Guber, R. (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.
38. Guber, R. (2011). *La Etnografía. Método, campo y reflexividad*. Colombia: Grupo Editorial Norma.
39. Gupta, A., & Ferguson, J. (julio-diciembre de 2008). Más allá de la "cultura": espacio, identidad y las políticas de la diferencia. *Antípoda*(7), 233-256.
40. Haesbaert, R. (septiembre-diciembre de 2013). De espaço e território, estrutura e processo. *Economía, Sociedad y Territorio*, XIII(43), 805-815.
41. Heller, E. (2005). *Psicología del Color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Gustavo Gili.
42. Herrero, M. (Julio de 2002). La moda en la postmodernidad. *Humanitas*(27). Recuperado el 22 de Octubre de 2015, de <http://www.humanitas.cl/html/biblioteca/articulos/d0101.html>
43. Howes, D. (agosto-noviembre de 2014). El creciente campo de los estudios sensoriales. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpo, Emociones y Sociedad*, 6(15), 10-26.



44. Imilan, W. (2015). Cocinae para construir un hogar. Espacialidad de la migración transnacional peruana en Santiago. En M. Guizardi, *Las fronteras del transnacionalismo. Límites y desbordes de la experiencia migrante en el centro y norte de Chile* (págs. 108-125). Santiago: Ocho Libro Editores.
45. Imilan, W., & Millaleo, A. (2015). Comer a lo peruano. Lugares de migración gastronómica. En W. Imilan, F. Márquez, & C. Stefoni, *Rutas migrantes en Chile. Habitar, festejar y trabajar* (págs. 99-120). Santiago: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
46. INE. (2014). *Clasificador Chileno de Actividades Económicas CIIU4.CL 2012*.
47. Jiménez, A. (julio-diciembre de 2014). Análisis de las ideaciones colectivas del modelo de belleza contemporáneo. *Diálogos de la comunicación, Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*(89), 1-12.
48. La Tercera. (11 de Marzo de 2012). Colombia en Versión Santiago. *La Tercera*, pág. 21.
49. Landes, J. (1998). *Feminism, the Public and the Private*. New York: Oxford University Press.
50. Lefebvre, H. (1974). La producción del espacio. *Revista de sociología*(3), 219-229.
51. Libertad y Desarrollo. (29 de Agosto de 2014). Migraciones en Chile: Estado Actual, Estado de Bienestar y Oportunidades. *Temas Públicos*, 11-17. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de http://www.lyd.org/wp-content/themes/LYD/files_mf/tp1173migracionesmlrcc.pdf
52. Márquez, F. (mayo de 2014). Inmigrantes en territorios de frontera. La ciudad de los otros. Santiago de Chile. *EURE*, 40(120), 49-72.
53. Marx, K. (2010). *El Capital. Crítica de la economía política. Tomo 1. Libro 1. Proceso de producción del capital*. Santiago, Chile: LOM.
54. Mejía, J. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. *Investigaciones Sociales*, 165-180.
55. Mejía, W. (2007). Narcotráfico: un pretexto para la discriminación de los migrantes colombianos y de otras nacionalidades. *Documentos de la RED*, 74-92.
56. Méndez, L. (2002). Cuerpo e identidad. Modelos sexuales, modelos estéticos, modelos identitarios. En C. Blanco, A. Miñambres, & T. Miranda, *Pensando el cuerpo, pensando desde un cuerpo* (págs. 123-138). La Mancha, España: Albacete: Popular Libros.
57. Merleau-Ponty, M. (1993). *Fenomenología de la percepción*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Planeta.



58. Miranda, M. A. (2014). Mujeres: narrar lo público-privado y la política del entre-lugar y el entre-tiempo. *Global Education Magazine*.
59. Mora, A. (2009). El cuerpo investigador, el cuerpo investigado: Una aproximación fenomenológica a la experiencia del puerperio. *Revista Colombiana de Antropología*, 45(1), 11-37.
60. Morad, M., Bonilla, G., & Rodríguez, M. (2011). Familias desde el vivir transnacional: cambios y permanencias en la cotidianidad de las formas familiares en Colombia. En F. García, & N. Kressova, *Actas del I Congreso Internacional sobre Migraciones en Andalucía* (págs. 2041-2052). Granada: Instituto de Migraciones Universidad de Granada.
61. OIM. (2013). *Perfil Migratorio de Colombia 2012*. Bogotá.
62. OIM. (2015). *Características de los flujos migratorios, de los migrantes y del mercado laboral entre Chile y Colombia*.
63. Ortegón, C. (24 de Octubre de 2008). Migrantes en el espejo: ¿Dos caras de una misma moneda? Un análisis comparado de los refugiados y migrantes laborales colombianos en Chile a través de las redes sociales. *Tesis de grado para optar al título de Magíster en Sociología*. Santiago, Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile. Facultad de Ciencias Sociales. Instituto de Sociología. .
64. Pineda, J. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y Economía*(26), 239-270.
65. Pineda, J. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y Economía*(26), 239-270.
66. Polloni, L., & Matus, C. (2011). *Somos migrantes. Experiencias de integración a la ciudad de Santiago*. Fundación Ideas. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).
67. Reyes Barría, C. (8 de Enero de 2012). Peluquerías tropicales: una nueva atracción para los santiaguinos. *La Tercera*, pág. 54.
68. Rodrigues, J. (2006). *Tabu do corpo*. Río do Janeiro: Editora Fiocruz.
69. Sabido, O. (2016). Cuerpo y sentidos: el análisis sociológico de la percepción. *Debate Feminista*, 51, 63-80.
70. Said, E. (1979). Zionism from the standpoint of its victims. *Social Text*(1), 7-58.
71. Sampaio, R., & Ferreira, R. (abril de 2009). Beleza, identidade e mercado. *Psicologia em Revista*, 15(1), 120-140.
72. Sánchez Ayala, L. (2015). De territorios, límites, bordes y fronteras: una conceptualización para abordar conflictos sociales. *Revista de estudios sociales*(53).



73. Stang, M. (2016). De la Doctrina de la Seguridad Nacional a la gobernabilidad migratoria: la idea de seguridad en la normativa migratoria chilena, 1975-2014. *Polis, Revista Latinoamericana*, 15(44), 83-107.
74. Stefoni, C. (2001). Representaciones Culturales y Estereotipos de la Migración Peruana en Chile. Recuperado el 21 de diciembre de 2015, de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/2000/stefoni.pdf>
75. Stefoni, C. (2001). Representaciones Culturales y Estereotipos de la Migración Peruana en Chile. *Informe final del concurso: Culturas e identidades en América Latina y el Caribe. Programa Regional de Becas CLACSO.*
76. Stefoni, C. (2003). *Inmigración Peruana en Chile: una oportunidad a la integración.* Santiago, Chile: Editorial Universitaria.
77. Stefoni, C. (2013). Formación de un enclave transnacional en la ciudad de Santiago de Chile. *Migraciones Internacionales*, 7(1), 161-188.
78. Taussig, M. (Enero-Junio de 2008). La bella y la bestia. *Antípoda*(6), 17-40.
79. Taussig, M. (2014). *Belleza y violencia: Una relación aún por entender.* Popayán, Cauca, Colombia: Editorial Universidad del Cauca.
80. Taylor, L. (2007). El concepto histórico de frontera. En M. Olmos, *Antropología de las fronteras: Alteridad, historia e identidad más allá de la línea* (págs. 231-261). Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
81. Toro, V. (Julio de 2015). Seminario para optar al título de Ingeniera Comercial, mención Economía. *Características laborales y de bienestar de inmigrantes colombianos en el Gran Santiago.* Santiago, Chile: Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.
82. Torres, L., Abraham, E. M., & Pastor, G. (2014). *Ventanas sobre el territorio: Herramientas teóricas para comprender las tierras secas.* Mendoza: EDIUNC.
83. Trachana, A. (2013). Espacio y género. *Ángulo Recto. Revista de estudios sobre la ciudad como espacio plural*, 5(1), 117-131.
84. Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional.* Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A.
85. Vannini, P., Waskul, D., & Gottschalk, S. (2013). *The senses in self, society and culture: A sociology of the senses.* New York & London: Routledge.
86. Vergara, N. (2007). Luagres: Espacios cotidianos para Repensar y Reimaginar Identidades Urbanas. *VI Congreso Chileno de Antropología.* (págs. 695-699). Valdivia: Colegio de Antropólogos de Chile A.G.
87. Vezzani, F. (2017). *Modos de incorporación de inmigrantes colombianos y colombianas en el Gran Santiago: Resistencias y reproducciones.* Departamento de Antropología. Universidad de Chile, Santiago.



88. Wacquant, L. (2006). *Entre las cuerdas. Cuadernos de un aprendiz de boxeador*. Buenos Aires, Argentina: Siglo veintiuno editores.
89. Walsh, C. (2005). Interculturalidad, conocimientos y decolonialidad. *Signo y Pensamiento*, XXIV(46), 39-50.
90. Walsh, C. (2009). *Interculturalidad, Estado, Sociedad. Luchas (de)coloniales de nuestra época*. Quito: Ediciones Abya-Yala. Universidad Andina Simón Bolívar.
91. Wolf, N. (1992). El mito de la belleza. *Debate Feminista*, 5, 214-224.