PUNTO de EQUILIBRIO

CENTRO DE INVESTIGACIÓN | UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

ESTUDIOS CULTURALES DISCRIMINACIÓN SOCIAL

Los incas no eran barbones, por Liuba Kogan

Autor

Liuba Kogan

kogan_l@up.edu.pe

05 octubre, 2022

“El cabello es como un CV”, comenta un joven de clase media alta limeña que se encuentra en ascenso en el ámbito empresarial. Y tiene razón, pues el cabello y la barba dan cuenta de la clase, edad, género, raza y sexualidad de las personas en tanto la cara y la cabeza constituyen la parte más visible del cuerpo humano.

El significativo crecimiento de barberías y del consumo de productos de cuidado personal de hombres jóvenes de clase media alta en Lima, nos llevó a investigar acerca del significado que le adjudican a sus cabellos y barbas; y, en ese sentido, a aquello que, entre líneas, dicen los hombres sobre ellos mismos y sobre la sociedad.

“Somos educadores de la apariencia masculina, construimos imágenes, desarrollamos personas”, explica con entusiasmo el dueño de una barbería. Los jóvenes profesionales son conscientes de que es conveniente invertir en el arreglo de cabellos y barbas porque, si bien la imagen personal no lo es todo, ayuda a ascender en las empresas. Desde esa perspectiva se entiende que los jóvenes busquen estar bien presentados y, desde un punto de vista, aparentemente democrático, señalen que cualquier hombre de cualquier clase social en el Perú lo puede lograr. Para presentarse correctamente deben armonizar estéticamente la ropa (que no tiene que ser de marca), las características corporales (de preferencia cuerpos trabajados en gimnasios que proliferan en todo Lima) y el arreglo del cabello o barba (en las innumerables barberías de todo precio en la ciudad). Sin embargo, tener buena apariencia no es lo mismo que estar bien presentado. La “buena presencia” se asocia con características fenotípicas blancas y, en ese sentido, con características adscritas. Mientras “estar bien presentado” resulta de un proyecto personal que implica responsabilidad y disciplina. Es posible tener buena presencia y estar bien presentado; pero estar bien presentado no necesariamente implica tener buena presencia.

A lo largo de las entrevistas que llevamos a cabo, la mayoría de los barberos, administradores de barberías y clientes reconocen una estética correcta que tiende a asociarse a los pelos dóciles, suaves, y ondulados del tipo imaginado

como europeo versus una estética peruana de pelos poco maleables, chutos o trinchudos. Los cortes de cabello y los tratamientos pueden ayudar a los hombres a desperuanizar los cabellos, pues resulta patente el temor a que el corte pueda parecer cholo: … “puta, qué cholo ese corte”. Por ello, se imitan los cortes de personajes extranjeros valorados como artistas o deportistas, a la vez que se evitan los cortes que llevan personajes considerados cholos y que consideran vulgares o estrafalarios: “córtate como Pizarro y no como Cuevita”.

La barba juega un papel fundamental en el discurso racista que se teje entre líneas a lo largo de los relatos de los jóvenes limeños que -como todos nuestros entrevistados- asistían dos a tres veces al mes a las barberías. Estos comentaron que “Si tienes barba eres un poco menos cholo” o que “Los Incas no eran barbones”.; El orgullo embarga a quienes portan barbas pues les permite resaltar su superioridad étnico-racial:… “me preguntan si soy extranjero”, señalan. De modo tal que el trabajo de la barba -tanto el corte como el uso de productos para ella- marca a rajatabla la estética peruanizada de la que se imagina europea. Es de suponer que parte de la explicación del crecimiento de las barberías en Lima (20% entre el 2017 e inicios del 2020) pueda relacionarse en algún sentido con el deseo de destacar la superioridad racial de los hombres de clase media alta. Vale la pena anotar, sin embargo, que la barba representa un arma de doble filo en el ámbito laboral. Una barba bien cuidada puede ser aceptada y ayudar a los jóvenes a ser respetados en tanto agrega edad; mientras a otros se les exige su afeitado porque su uso no encaja con la imagen corporativa.

Algunos prefieren renunciar a la empresa que afeitarse la barba. Cabellos y barbas no son poca cosa para comprender el racismo en nuestra ciudad.

Las ideas de este texto se encuentran en: Kogan, L. (2021). Cabellos y barbas: narrativas de hombres de clase media alta limeña. Anthropologica, 39(47), 475-495. https://doi.org/10.18800/anthropologica.202102.018