



CENTRO DE ESTUDIOS SOCIOLOGICOS

PROGRAMA INTERDISCIPLINARIO DE ESTUDIOS DE GÉNERO

**La Femenidad Hiperbolizada.
Etnografía del Adorno de Uñas en el Callejón de la Belleza de Ciudad de México**

Tesis que presenta

Laura Marcela Espinosa Téllez

Para obtener el título de

Maestra en Estudios de Género

Directora

Dra. Ana Paulina Gutiérrez Martínez

México D.F. 2020

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer al pueblo mexicano, que, por medio del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, me otorgó el apoyo económico para poder realizar mis estudios de maestría. Al Programa Nacional de Becas para Estudios Superiores por la subvención que me permitió culminar el trabajo de campo. También a quienes contribuyeron al resultado final del presente trabajo por medio de su conocimiento. Como la Dra. Ana Paulina Gutiérrez, a quien le doy gracias por su guía, dedicación y acompañamiento durante todo este proceso, la Dra. Alejandra León y el Dr. Nitzan Shosan por su tiempo, interés y perspicaz análisis.

Mi gratitud también va dirigida a las personas que hacen parte de mis redes de afecto. A toda mi familia por apoyarme desde la distancia. Especialmente a mi madre y a mi padre por siempre haberme motivado a alcanzar mis metas. A mi abuela porque al haberme insistido en que cuide mis uñas despertó en mí un interés investigativo. Y a Paco por contarme acerca del Callejón de la Belleza, cuidar de mí y consentirme a través de su comida, pero, sobre todo, por su paciencia y cariño.

Esta tesis no hubiera sido posible sin el trabajo y acompañamiento colectivo que se gestó entre las compañeras de generación. Quisiéramos dedicar, personal y colectivamente, este trabajo a nuestras amigas Liliana, Itzel y Leslie, con quienes compartimos el tiempo y el espacio de la maestría, pero que no se titulan con nosotras. A todas las integrantes de la generación gracias por compartir reflexiones acerca de la importancia de que la academia sea un espacio empático donde se construya el conocimiento de manera horizontal, se priorice la salud mental y se integre el activismo feminista como una práctica académica.

Índice General

Introducción	1
Capítulo I. El género a través del adorno de uñas.....	5
1. Estado del Arte:	5
1.1. La blancura como requisito de belleza:	5
1.2. Tensiones de estructura y agencia en torno a la Belleza.....	9
1.3. Investigaciones sobre prácticas de adorno de uñas.....	11
2. Planteamiento del Problema:.....	12
2.1. Preguntas de investigación.....	13
2.2. Objetivos:.....	14
3. Coordenadas Teóricas	14
3.1. Género, performatividad y feminidad(es):.....	14
3.2. El Gusto y el Deseo en torno a lo popular	17
3.3. Cuerpo, Corporalidad y Prácticas corporales de belleza	18
3.4. Trabajo corporal.....	20
3.5. Proceso de encarnación:.....	22
Capítulo II. Haciendo profundo lo superficial. Estrategia Metodológica.....	25
1. El método etnográfico:	25
2. Construcción del objeto de estudio y delimitación del campo:.....	27
3. Negociación de la entrada a Campo:.....	28
4. El uso del cuerpo como un instrumento de investigación	31
5. Forma de análisis del material empírico.....	34
Capítulo III. El Callejón de la Belleza como productor de cuerpos.....	36
1. El espacio donde los cuerpos habitan.....	36
1.1. El Callejón de la Belleza.....	36
1.2. Presencia y apropiación por parte de sectores populares.....	46
1.3. Los múltiples intereses en La Merced.	48
2. El Callejón de la Belleza como productor de cuerpos	53
2.1. Racialización:.....	54
2.2. Clase social:	55
2.3. Género:.....	56
Consideraciones finales del Capítulo	61
Capítulo IV. La Labor de las Aplicadoras	64
1. <i>Beauty Nails</i>	64
2. Devenir aplicadora.....	66
2.1. La articulación del contexto macrosocial con el Callejón de la Belleza.....	66
2.2. La belleza como goce y deseo	74
2.3. Habilidades y gusto.....	75
3. Trabajo Corporal.....	78
3.1. Emociones.....	79
3.2. Carnalidad.....	83
3.3. Superficie	86

4. El trabajo corporal expresivo	87
Consideraciones finales del Capítulo	90
Capítulo V. La Feminidad Hiperbolizada: clase, género, performatividad y poder	92
1. Algunas reflexiones en torno al adorno de uñas	92
3.6. Las manos como carta de presentación.....	92
1.2. La belleza como logro de la feminidad.....	96
2. El adorno de uñas dentro del proceso de encarnación de feminidades en cuerpo de las aplicadoras	100
2.1. Circulación de modelos de belleza femenina.....	100
2.2. Pagar por lo bello	107
2.3. El deseo de mostrarse femenina.....	111
Consideraciones finales del Capítulo	117
Reflexiones Finales.....	119
Referencias de Ilustraciones.....	125
Referencias Bibliográficas.....	127

Introducción

Mi interés por el tema de la belleza surgió después de trabajar durante un año con temas de conflicto armado en Colombia. Sin embargo, no fue fácil toparme con las atrocidades, los vejámenes y el horror de la guerra de mi país. En medio del desconsuelo que esto me suscitaba, empecé a buscar estrategias para poder lidiarlo. Una de ellas, era ver vídeos de belleza en *YouTube*. Navegué en esta plataforma mucho tiempo para evadir esa realidad. Simultáneamente, empecé a asistir con mayor frecuencia a los salones de belleza de mi barrio en Bogotá. Iba con la excusa de hacerme cualquier “arreglo”,¹ pero al estar en ellos me olvidaba de la carga emocional que mi trabajo me generaba. Al sumergirme en estos vídeos y espacios me llamó la atención todo lo que veía y pensé que éste era un campo ideal para los Estudios de Género. En Ciudad de México, una de mis primeras búsquedas fue la de una estética a la cual ir, pero a comparación de mi país, los precios me parecían elevados. Entonces, alguien me recomendó ir al Callejón de la Belleza,² me contó sobre el lugar y desde entonces, deseé visitarlo. Nunca imaginé que iba a tener un interés académico en él, aunque sí pensé que podría ser interesante en términos etnográficos.

Posteriormente, navegando por *Youtube* me apareció un vídeo de *TvAzteca*³ sobre el lugar que alguna vez había escuchado, el cual aumentó mi interés por visitar este espacio. Un cuestionamiento inicial era: ¿Por qué hay un mercado callejero de belleza en la Ciudad de México? A iniciar la maestría, había planteado otro tema, pero dado mi desgaste emocional trasladé mi estudio al tema de la belleza. Empecé una búsqueda, me sumergí en literatura académica sobre tal tópico y conocí las investigaciones de Gabriela Arango en salones de belleza en Bogotá (2011; 2012; 2013). Recordé ese lugar que alguna vez me había llamado

¹ Pongo entre comillas esta palabra, porque trae implícita que algo en el cuerpo de las mujeres está deteriorado y por ende hay que arreglarlo. Entiendo que es una palabra cotidiana que se usa con mucha frecuencia. Pero a largo del texto, usaré adorno con el fin de equipararla, pero en el entendido que es una forma de ornamento.

² El Callejón de la Belleza se encuentra ubicado en una zona comercial del Centro Histórico de la Ciudad de México, a escasos metros del Mercado de la Merced. Entre las calles: la Alhóndiga, Corregidora, Manzanares, Jesús María y Talavera. Este lugar se encuentra compuesto por La Plaza Atarazanas, La Plaza de la Belleza, La Calle de la Alhóndiga y la Plaza de las Uñas. Algunos de estos espacios presentan la característica del ambulante y otros ya se han formalizado. La particularidad es que, en este sitio, se venden productos de belleza y se ofrecen servicios similares que, de las estéticas de la ciudad.

³ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=NZ418MWc8Kw>

la atención y planteé la posibilidad de hacerlo en ese espacio. Busqué en una aplicación cómo llegar y emprendí camino. Estando allí, aluciné con todo lo que observé.

En mente, traía lecturas sobre el carácter opresivo del canon eurocéntrico de belleza, el efecto psicológico que éste causaba a las mujeres con cuerpos no normativos o las discusiones sobre la tensión entre estructura y agencia. Black (2004) relata que dichos debates son resultado de las críticas surgidas en Estados Unidos, durante las décadas de 1960 y 1970, por parte de movimientos contraculturales. Éstos estaban inconformes con la industria de la belleza, que tras a la Segunda Guerra Mundial, se había convertido en un mercado masivo y un negocio multinacional y multimillonario. Tal y como es actualmente. Para la comunidad afro, la apariencia cobró gran relevancia en su activismo político. Lo cual se refleja a través de la consigna “*Black is beautiful*”. Una estrategia para reivindicar los marcadores raciales. Por ello, dejaron de utilizar planchas para el cabello y aclaradores de piel. El uso del cabello afro se adaptó como una declaración política. Por su parte, las feministas centraron su argumento principal en que la industria de la belleza estaba ligada a la opresión patriarcal e impugnaban que ésta promovía un ideal inalcanzable que convertía a las mujeres en objetos de la mirada masculina, debido a que generaba una mercantilización de sus cuerpos.

En consecuencia, promovieron el “cuerpo natural”: con vello corporal y sin maquillaje. Empezaron a realizar activismo político en concursos de belleza. Como señala Ergas (1993): “*en el año de 1968, unas mujeres norteamericanas representan <<el entierro de la feminidad tradicional>> con un desfile de antorchas en el cementerio nacional de Arlington, otorgan la corona de miss América a una oveja viva o arrojan sostenes, fajas y pestañas postizas a un <<basurero de la libertad>>*” (539). Si bien, dentro de los diversos feminismos,⁴ el cuerpo de las mujeres ha sido un tema central para el movimiento, pero, como manifiesta Kang (2010), el trabajo se ha centrado en torno a la deconstrucción del cuerpo, por lo cual no ha habido un intento sostenido de examinar los sitios de trabajo donde se construyen los cuerpos reales y los significados de género en las interacciones cotidianas.

⁴ “*Movimientos sociales, éticos y políticos que buscan que las mujeres como grupo tomen conciencia de la opresión, dominación, subordinación y explotación de las que son objeto por parte del sistema social, económico y político existente y se rebelen para cambiarlo*” (Lau .2016:139)

Asimismo, la belleza ha sido un tópico que ha generado varios cuestionamientos al interior del movimiento, ha sido conceptualizada como opresiva y las mujeres han sido caracterizadas como víctimas con un estatus pasivo y subordinado. No obstante, Villa (2011) afirma que cuando se realiza una investigación empírica, nunca se encontrará un cuerpo sometido ni un sujeto encarnado, sino que se encuentran realizaciones complejas.

Al estar en el Callejón de la Belleza por primera vez, a mí me llamaba la atención la ostentación presente en los cuerpos y en el espacio. Percibía una saturación y una yuxtaposición sensorial que combinaba caos, desorden y muchos brillos. Observé un comercio de productos de belleza y diversas prácticas como extensiones de cabello, adorno de uñas, aplicación de pestañas postizas, limpiezas faciales, exfoliaciones, depilaciones y planchado de cejas. Partiendo de esas aproximaciones a campo, con fines de acotar el trabajo y centrar mi mirada, decidí delimitar la investigación a la práctica del adorno de uñas. En ésta, la exageración se evidenciaba por medio de los cristales, el multicolor, las texturas, las formas y las longitudes. Por lo tanto, la relevancia y pertinencia de la presente investigación radica en que, al ubicar mi objeto de estudio en un caso empírico y situado, reflexiono a partir de una práctica corporal que me permite hacer zoom a la corporalidad de las aplicadoras de uñas.⁵

Al principio, intuí que lo observado estaba mediado por la clase social y me remitía al concepto de narcoestética.⁶ No obstante, a partir del trabajo de campo y la indagación teórica, el análisis se complejizó y estas primeras intuiciones se matizaron. Después de un largo

⁵ Mi unidad de estudio está compuesta por cuatro aplicadoras del Callejón de la Belleza. Una trabaja en la Plaza de las uñas y las demás en *Beauty Nails*. Ésta es una tienda ubicada en el Callejón de la Belleza, donde comercializan productos relacionados con adorno de uñas, ofrecen aplicación de uñas y dictan cursos. Inicialmente, pensé que las trabajadoras se llamaban manicuristas; sin embargo, en el desarrollo del trabajo de campo, me di cuenta que ellas se autodenominan como aplicadoras porque el adorno no lo hacen sobre una uña natural sino sobre una que es aplicada. Por tal razón, decidí recuperar la manera cómo ellas se nombran para referirme a ellas a lo largo de la investigación. En el capítulo metodológico, justifico las razones de mi elección de la unidad de estudio. Ver págs. 27. 28.

⁶ Omar Rincón (2009) argumenta que “*Lo narco no es solo un tráfico o un negocio; es también una estética, que cruza y se imbrica con la cultura y la historia de Colombia y que hoy se manifiesta en la música, en la televisión, en el lenguaje y en la arquitectura. Hay una narcoestética ostentosa, exagerada, grandilocuente, de autos caros, siliconas y fincas, en la que las mujeres hermosas se mezclan con la virgen y con la madre. A lo mejor, argumenta el artículo, la narcoestética es el gusto colombiano y también el de las culturas populares del mundo. No es mal gusto, es otra estética, común entre las comunidades desposeídas que se asoman a la modernidad y solo han encontrado en el dinero la posibilidad de existir en el mundo*” (:147)

proceso, el planteamiento del problema fue tomando forma y tras varios vaivenes devino en la pregunta que guía la presente investigación *¿Cómo se encarna la feminidad a través del adorno de uñas en el cuerpo de las aplicadoras del Callejón de la Belleza de Ciudad de México?* Con este panorama en mente, a través de un análisis que se centra en las mujeres que hacen parte de la cadena de producción, pretendo superar las miradas binarias sobre la dicotomía de estructura y agencia en la belleza; tengo en cuenta que los cuerpos de las aplicadoras son marcadores de clase social, género, racialización, edad, sexualidad y etcétera; por lo cual, me enfoco en la intersección de género y clase social, la cual es medular en mi problema de investigación.⁷ Y a ese cruce, sumo la categoría de poder en términos de *performance*.

La lógica capitular de la tesis está estructurada de acuerdo tres dimensiones que identifiqué: espacial, laboral y estética. En el primer capítulo, enuncié los elementos necesarios para estudiar el género a través de las uñas. En el segundo, expongo cuál fue la estrategia metodológica durante el proceso investigativo. En el tercero, enfatizo sobre la dimensión espacial, puesto que describo la relación de las prácticas corporales con el contexto del Callejón de la Belleza, en el entendido que el espacio incide en lo corporal y que las prácticas que los sujetos efectúan dan forma a la ciudad. En el cuarto, pongo acento sobre la dimensión laboral, pues indago sobre el rol de las aplicadoras en el proceso de encarnación de la feminidad. Es aquí expongo, los aspectos emocionales, encarnados y superficiales imbricados en la labor corporal de las aplicadoras. Y en el quinto, subrayo lo correspondiente a lo estético, ya que analizo la forma en que opera el adorno de las uñas en el proceso de encarnación de la feminidad en los cuerpos de las aplicadoras, lo cual explico a través del *performance*, el gusto, el deseo y la distinción social.

⁷ En este punto, me interesa aclarar que, para mí, la interseccionalidad no es una teoría, sino un enfoque, el cual, como propone Villa (2011), debe usarse de manera procesual y en sentido político. La justificación de no incluir la raza como otra categoría vertebral es porque las aplicadoras no se reconocen explícitamente como sujetas racializadas, sino que se sitúan desde la clase. Lo anterior, debido a que el proceso de mestizaje en México produjo sociedades racialmente estratificadas. No obstante, como señala Moreno (2012), las prácticas corporales de belleza que las aplicadoras efectúan sobre los cuerpos propios y los de sus clientas dan cuenta de lógicas racistas. Por ello, cuando la categoría racial es necesaria en mi análisis, profundizo en ella.

Capítulo I. El género a través del adorno de uñas

El propósito del siguiente capítulo es hilvanar algunos debates académicos pertinentes y asentar las bases teóricas adecuadas para hacer un estudio de corte etnográfico en el que analizo el género a través del adorno de las uñas. Para ello, presento el estado del arte, planteo el problema de investigación, despliego las preguntas y objetivos que guían este trabajo y situó las coordenadas teóricas a partir desde las cuales establezco un diálogo en los siguientes capítulos.

1. Estado del Arte:⁸

A continuación, expongo las posturas de los trabajos empíricos que revisé sobre belleza. De esta forma, plasmo cómo han sido abordadas las prácticas corporales desde distintos objetos de estudios y contextos. La mayoría de estos presentan una línea común: de forma teórica se abordan desde la interseccionalidad y los estudios del cuerpo; y, metodológicamente, usan un enfoque cualitativo, priorizando el método etnográfico y técnicas como la observación participante y entrevistas. En este, agrupo las investigaciones de acuerdo con los siguientes temas: la blancura como un requisito constitutivo de la belleza; tensiones entre estructura y agencia; y, el adorno de uñas. Dicha clasificación se debe a que son los ejes comunes que hallé en la revisión. Ahora bien, cada tópico representa una discusión relevante a tener en cuenta en mi problema investigación y me permite trazar un horizonte del aporte que pretendo hacer al campo de estudios sobre la belleza.

1.1. La blancura como requisito de belleza:

A través de mi revisión, encontré un grupo de trabajos que sugieren que la blancura y los rasgos europeos hacen parte de los cánones de belleza dominantes formados por ideales socio-culturales occidentales. Algunas obras feministas,⁹ señalan que cuando la apariencia

⁸ Reconozco los planteamientos de algunos investigadores acerca de la diferencia entre estado del arte y estado de la cuestión. A lo largo de la investigación usaré el término de estado del arte, teniendo en cuenta la propuesta de Carrasquero, Martínez y Sánchez (2016), quienes lo definen como un “*Proceso sistemático de ir tras la huella del conocimiento previo dentro de un área temática específica, para inventariar, analizar, e identificar, la tendencia, vacíos temáticos y problemas sin respuesta que han dejado y que el nuevo proyecto puede cubrir*” (2016).

⁹ Como en *El Mito de la Belleza* de Naomi Wolf (1991).

de las mujeres no corresponde a este prototipo, sus trayectorias de vida se ven afectadas psicológicamente y son impulsadas a realizarse modificaciones corporales. Entonces, concluyen que las prácticas de belleza de las mujeres son signos de daños psíquicos. En respuesta a esta postura, dentro de los estudios sobre la belleza han surgido voces críticas. Una de ellas es la de Craig (2006), quien afirma que existen investigaciones que presentan a las mujeres como sujetos racialmente no marcados, implícitamente heterosexuales y de clase no especificada. Conjeturas que son problemáticas, porque, según Tate (2016), la belleza es racializada, dado que es políticamente construida y está ligada a normas de perfección de algunas sociedades europeas. Por lo tanto, ésta conlleva prejuicios de raza, clase y sexo. Entonces, las personas cuyas corporalidades que no corresponden con dichas normas son más propensas a padecer discriminación. Algunos discursos sobre belleza continúan reproduciendo la blancura de forma civilizada y avanzada y, a la otredad, como su binario feo e inferior. Tate aclara que los cuerpos blancos también están racializados, pero son presentados como neutrales e invisibles.

Considero que mi trabajo debe partir de las críticas anteriormente mencionadas. No obstante, me atañe comprender cuáles son las posturas sobre la blancura como requisito de belleza de investigaciones en Latinoamérica. Mi interés en la región se debe a que, a diferencia de otros contextos, allí los discursos raciales y clasificatorios del cuerpo desempeñaron un papel relevante en la construcción de nación de cada país. Cuestión que desarrolla la socióloga Erynn De Casanova (2008). A través de su estudio comparativo entre mujeres jóvenes de clase media alta y clase baja en Ecuador, ella señala que, en América Latina aún predominan ideas exclusivistas y racistas de la belleza. El color de la piel, las facciones de la cara y la apariencia siguen siendo un criterio de segregación y están ligadas a la clase social. Modificar el cuerpo otorga un nuevo estatus social, ya que todavía existen mecanismos discriminatorios que limitan las posibilidades de quienes tienen una apariencia que no corresponde a los cánones de belleza occidentales.

De igual forma que De Casanova, la socióloga argentina Ana Julia Aréchaga (2015) concluye que lo racial sigue funcionando como un criterio de distinción; por ende, el cuerpo es portador de caracteres que dan cuenta del estatus asociado a la raza. El color de la tez es asumido como un criterio de segregación social. Por lo tanto, las mujeres de sectores

populares en Argentina consideran que “ser blanca” un rasgo constitutivo de la belleza. Por ello, utilizan estrategias para parecerlo a través de la selección de colores en prendas o tinturas de cabello. En el contexto mexicano, Elsa Muñiz (2013) sostiene que, a pesar de los discursos sobre diversidad y reconocimiento del otro, los indígenas no forman parte de la “gente bonita” y continúan enfrentando los mecanismos discriminatorios que limitan sus oportunidades laborales y accesos a beneficios.¹⁰ La autora coincide en que la discriminación y la exclusión por motivos raciales en Latinoamérica sigue siendo constante. Para ella, a causa de lo anterior proliferan las cirugías cosméticas que tienen el propósito de mejorar la apariencia y buscar belleza y perfección, causando un efecto homogeneizador.

Ahora bien, como a mí me interesan las prácticas corporales y cotidianas de belleza, encuentro relevante la investigación sobre el concepto de belleza y el rol del maquillaje en la construcción de corporalidades en la Ciudad de México realizada por Andrea Urrutia Gómez (2018). En sus hallazgos, la autora menciona que, en el sector cosmético, ahora se hace uso de discursos de inclusión, por medio de promoción de productos para una diversidad de tonos de piel. A partir de su experiencia, en la que su etnicidad, peruana de origen *tusán*,¹¹ ha sido interpretada por vendedoras y maquilladoras como una corporalidad excluida, ya que asumen que sus clientes traen las expectativas de verse jóvenes, saludables, delgadas y menos “étnicas”.

En las anteriores investigaciones, las autoras coinciden en la relación entre belleza y racialización. No obstante, creo pertinente recuperar la postura de la antropóloga argentina Claudia Reta (2016) acerca de que los discursos dominantes de la belleza que atraviesan los cuerpos de las mujeres y sus prácticas también están marcados por la clase social y son inscritas a un territorio específico. Por consiguiente, no debo dejar de fuera de mi análisis la categoría de clase social. Claro está, la raza y la clase social no son categorías excluyentes; por el contrario, tienen una relación estrecha. Ahora bien, mi interés se centra en lo popular porque tal coordenada me remite a una discusión que trabaja Aréchaga (2013). Dicha cuestión consiste en que no hay un único modo de ser/parecer de las mujeres de sectores

¹⁰ Este argumento se puede comprobar a través de las críticas hechas a Yalitza Aparicio, primera actriz indígena mexicana nominada al Oscar por su papel de protagonista de la película Roma. A quien además de cuestionar su talento le han tildado de fea, justamente por el hecho de ser indígena.

¹¹ Término usado por la comunidad sino-peruana para nombrar a descendientes chinos nacidos fuera de china.

populares porque: por un lado, sí hay modelos de belleza femeninos que responden a estereotipos hegemónicos; por el otro, hay una gestión propia del cuerpo de las mujeres que obedecen a las lógicas del lugar. A partir de ello, la autora hace evidente la tensión entre el cuerpo hegemónico y legítimo.¹² Sin embargo, Aréchaga insiste que, a pesar de tal tensión, aún existe una opresión respecto a los ideales de belleza, y cómo las mujeres de la villa construyen su cuerpo en función de parecer blancas.

Ahora bien ¿Cómo se expresa dicha cuestión en los sectores populares de México? Para responder a la anterior pregunta quiero traer a colación el trabajo de la socióloga noruega Annick Prieur (2008), quien plasma que el ideal del cuerpo de las mujeres de las clases populares en México tiene influencia en el modelo propagado a finales del siglo XX, en Estados Unidos con Marilyn Monroe. Este consiste en que el cuerpo de las mujeres tenga senos y traseros grandes; por lo tanto, la ropa debe enfatizar dichas curvas. Su análisis se centra en la forma en que las jotas¹³ moldean sus cuerpos y sus construcciones simbólicas. Así que identifica tres reglas concernientes a sus elecciones estéticas: en la primera, emplean criterios que son reservados a las mujeres y, además los exageran y enfatizan. En la segunda, enfatizan en las partes sexualizadas del cuerpo de las mujeres; y en la tercera, tratan de llamar la atención en su elección de la ropa, colores, maquillaje y peinado. Asimismo, Prieur señala que en las clases populares mexicanas se exageran las diferencias biológicas entre sexos.

Antes de dar cierre a este conjunto de investigaciones, me parece relevante recuperar mi primera intuición al estar en el Callejón de la Belleza y su relación con la narcocultura. Aunque este elemento pareciera alejarse del eje central que motiva este apartado sobre la blancura como requisito de belleza, este tema tiene un vínculo estrecho con la clase social – lo cual no excluye la racialización–, ya que algunos consumos de los sectores populares en México tienen una relación con la narcoestética y me permiten incorporar un aspecto clave en el análisis que desarrollo: el poder. En su trabajo, Alejandra León (2019) argumenta que para la narcocultura es relevante hacer un despliegue de los hechizos o encantos a partir de

¹² Ella hace referencia al término de *cuerpo legítimo*, construido en el ámbito local, que materializa relaciones de poder que se vislumbran en el barrio y que pueden incorporarse, tensionarse y/o contradecirse con el *cuerpo hegemónico* y los sentidos que las mujeres establecen en torno al cuerpo.

¹³ En México, la palabra jota hace referencia a personas homosexuales o afeminadas. El origen de dicha expresión surgió en 19010 y tiene lugar en la cárcel de Lecumberri, ya que en la crujía J eran reclusos los homosexuales.

una exhibición de poder, porque la ostentación y el consumo de ciertos productos simbolizan la capacidad adquisitiva. Por consiguiente, León argumenta que para la narcocultura mexicana los *performances* de poder son fundamentales, ya que a través de la visualidad dan cuenta de su ejercicio de poder. De esta forma, la autora me exhorta a reconocer los elementos que hacen parte del *performance* social, tal y como lo ha hecho la disciplina antropológica desde sus inicios. Para ella, estudiar la moda y las culturas hiperconsumistas implica comprender que el poder lo ejercen quienes pueden saciar su deseo de obtener y recursos, y a su vez, exhibirlos.

1.2. Tensiones de estructura y agencia en torno a la Belleza

En este apartado, sitúo investigaciones que dan cuenta de las tensiones entre estructura y agencia en relación con prácticas corporales de belleza. En la arista de la estructura, la discusión se centra en el carácter opresivo de los estándares de belleza. Este conjunto de investigaciones concluye que los estereotipos y las representaciones de la belleza son imposiciones promulgadas a través de los medios masivos de comunicación. En esta línea ubico el trabajo de María Guerrero (2009), quien considera que cuando las mujeres se realizan cirugías plásticas con fines ornamentales son representadas desde un sistema global mercantilizable, intercambiable, deseable y transformable. Aunque, ellas se reconocen como propietarias de su cuerpo, con libertad y autonomía.

La autora manifiesta que modificar el cuerpo significa obtener un nuevo estatus social. A diferencia de las investigaciones que menciono en el anterior apartado, Guerrero explica que la belleza tiene que ver con las relaciones de pareja y los propios cuerpos de las mujeres, puesto que, para ella, los cánones de belleza forman una parte integral de lo femenino dentro del orden social. Otro trabajo que apuesta por explicar la belleza como una causa de la docilidad del cuerpo femenino es el de Diana Arrieta (n.d.) que se enfoca en la construcción y los significados sociales del cuerpo de algunas las adolescentes poblanas. La autora recalca la relevancia de los estereotipos de belleza y la influencia que ejercen los medios de comunicación, que en ocasiones devienen en anorexia, bulimia, vigorexia.

Por otro lado, en la arista de la agencia, ubico las investigaciones que conceptualizan la belleza como un instrumento potencialmente placentero para la agencia de las mujeres. En

este grupo de trabajos, las autoras abordan sus estudios desde el enfoque interseccional. Asimismo, estas investigaciones están localizadas en espacios donde se proveen servicios estéticos, ya que hay un claro interés en estudiar las prácticas corporales de belleza desde la cotidianidad. Las autoras coinciden en que las mujeres negocian su relación con la feminidad desde sus posturas particulares y difieren con Bourdieu, acerca de la imposición de la feminidad como una forma de violencia simbólica. En ese tenor, la socióloga Paula Black (2004) analiza el uso que las mujeres blancas de clase trabajadora en Reino Unido les otorgan a las estéticas. La autora concluye que, para ellas, estos espacios representan deseo, placer y escape. Por ello, Black se contrapone a creer en el mito de la belleza ilusoria creada por la industria de la belleza y añade que la clientela, además de querer un servicio o tratamiento específico, también desea ser escuchada y descargar problemas emocionales.

De igual modo, por medio de un estudio en un salón de belleza de clase media en Nueva York, Gimlin (2002) arguye que es improbable que las mujeres se sometan de manera ciega al control o que elijan hacer de sus cuerpos muestras de su propia subordinación. Aunque las mujeres vivan bajo un sistema de opresión de género logran crear un espacio para la liberación personal dentro de esas mismas actividades. Ella expresa que las estéticas son lugares donde se negocian las ideologías de la belleza, pues allí ésta no tiene el impacto opresivo que se le ha acreditado en los lugares cotidianos. A través del trabajo corporal, las mujeres negocian sus identidades normativas y la relación entre el cuerpo y estructura social; y, aceptan las diferencias entre sus propios cuerpos y la belleza femenina ideal. La autora da cuenta de cómo las clientas se resisten a las exigencias de la ideología de la belleza, ya que argumentan que su estatus de clase media les impide seguir las sugerencias de belleza de sus estilistas; es decir, no es que rechacen la norma, sino que no es una norma correspondiente con su grupo social.

A diferencia de las anteriores autoras, D'Aubeterre (2014) estudia la confección de la belleza estéticas con características de ambulante ubicados en las aceras del centro de San Félix en Ciudad Guayana, Venezuela. Allí analiza y compara las prácticas cotidianas,¹⁴ la tecno-medicina estética y cosmetología avanzada.¹⁵ El autor percibió una estética popular

¹⁴ Peluquería, barbería, manicure, pedicura, maquillaje y cuidado de la piel.

¹⁵ Tales como intervenciones quirúrgicas.

llena de elementos vistosos, coloridos que describen lo femenino y lo masculino. D'Aubeterre postula que los cuerpos son moldeables, transformables, elegibles y hasta intercambiables y concluye que, en Ciudad Guayana, coexisten estéticas diferentes que abordan los cuerpos de manera particular y permiten dar cuenta de cómo estos se inscriben en grupos sociales específicos.

Si bien, al igual que las anteriores investigaciones, la socióloga colombiana Gabriela Arango también realiza análisis en espacios donde se brindan servicios corporales y estéticos en Bogotá, ella los aborda desde el ámbito laboral, ya que la belleza es un ofrece diversas alternativas de empleo que articula relaciones de género, clase, sexualidad y raza. Por lo tanto, Arango y Pineda (2012) expresan que los salones de belleza y barberías son un sector ocupacional que ha sido estudiado muy poco en Latinoamérica. En los salones más prestigiosos de la clase alta, en la mayoría son los varones que concentran la capacidad económica, capital cultural y distinción de sus servicios. En el otro extremo, se sitúan establecimientos pequeños cuyas propietarias son mujeres y estilistas que obtienen ingresos para su subsistencia. Por lo cual, los investigadores demuestran que las desigualdades no solamente son de clase sino también de género. En otra investigación, Arango, Bello & Ramírez (2013) analizan las prácticas y significados que la clientela le otorga a estos servicios y al cuidado de la apariencia. A manera de conclusión, Arango *et al.* señalan que la penetración de discursos difundidos por la industria de la belleza optimiza las ideas sobre las cuales las usuarias expresan su identidad a través del arreglo personal, como el cuidado del pelo y las manos.

1.3. Investigaciones sobre prácticas de adorno de uñas

En este apartado, traigo a colación algunas investigaciones que se han centrado exclusivamente en el adorno de las uñas. Vale la pena mencionar que, a la fecha, dicha práctica corporal de belleza que me interesa ahondar cuenta con escasos estudios. Aunque las investigaciones que aquí menciono también sugieren que existe una negociación de los ideales de belleza, de este conjunto de estudios, me interesa resaltar que sus autoras ponen el trabajo que las manicuristas desempeñan como un punto medular de discusión, ya que pueden surgir dudas si es estético, emocional o corporal. Miliann Kang (2010), realiza un valioso

aporte a dicho debate a través de su investigación en salones de uñas Nueva York, cuyas propietarias y operadoras son migrantes coreanas. Ella propone el uso del trabajo corporal, ya que observa en la manicura involucra intimidad física y emocional. Para la autora, esta práctica es un intercambio social complejo, en la cual se tejen relaciones complejas que dan cuenta de los sistemas de raza, desigualdad de clase y flujos migratorios a nivel global. Para las manicuristas, este trabajo les posibilita un ingreso económico, pero, a su vez, les extrae un alto costo, ya que existen riesgos relacionados con su salud física y emocional. En contraste, las consumidoras acuden a proveedores de servicios corporales por medio de una ficción de cuidado personal con el objetivo de aliviar ansiedades y vulnerabilidades de los cuerpos y las emociones.

En otra investigación, Arango (2013) indaga la experiencia laboral de mujeres que se emplean como manicuristas en salones de lujo, de barrio y de servicio rápido en Bogotá, Campinas y Belo Horizonte. Por lo cual, retoma la discusión sobre el trabajo emocional, trabajo corporal o trabajo estético y concluye que dicha conceptualización requiere adaptaciones para entender las condiciones de empleo en los salones brasileños y colombianos. La autora sostiene que el arreglo de las uñas contribuye a producir un orden sexuado y remite a los efectos ambiguos de la belleza y coincide con Kang acerca de que la labor de las manicuristas se inscribe en una división sexual, social y racial del trabajo, puesto que se sitúan en posiciones subordinadas y les prestan servicio a personas ubicadas en mejores posiciones sociales.

2. Planteamiento del Problema:

Como señalé, en el estado del arte hay un conjunto de investigaciones que han conceptualizado a la belleza como constreñimiento, ya que las mujeres cuya apariencia no corresponde con la norma, en la que la blancura es un rasgo constitutivo, deben emprender diferentes batallas frente al espejo y crear estrategias a partir de lo disponible en el mercado para ajustarse al canon occidental de belleza. En contraste, existen estudios, que han cuestionado las tensiones entre estructura y agencia en torno a la belleza y han coincidido en dos aspectos: primero, empíricamente se han llevado a cabo en espacios cotidianos donde se proveen servicios estéticos; y, segundo, han concluido que las mujeres negocian su relación

con la feminidad y la belleza desde diferentes posturas o categorías como raza, clase social, identidad de género o que coexisten diferentes tipos de estéticas que se entremezclan.

Ante tal panorama, considero que las teorizaciones propuestas por Craig (2006) y Tate (2016) son sumamente útiles para plantear mi objeto de estudio y la pregunta de investigación. Por su parte, Craig crítica el estancamiento de la teoría feminista con la dicotomía de estructura y agencia; y sugiere que los enfoques de la dominación, opresión, producción de placer y resistencia no son excluyentes. Asimismo, señala que los estándares de belleza que las mujeres negocian no son como la topografía, sino que son configuraciones cambiantes de discursos y prácticas. Y, por último, insta a preguntarse por las relaciones de poder locales y observarlas tanto en prácticas como en discursos, pues siempre habrá múltiples estándares de belleza en circulación. De modo similar, Tate sugiere que los estudios sobre belleza se deben descentrar las ideas coloniales¹⁶ sobre la belleza y entender como ésta se produce de forma performativa y está dividida por la multiplicidad, puesto que da forma y redirige las políticas y encarnaciones de belleza de diversas maneras.

En el caso particular de mi investigación, al hacer uso de una práctica corporal¹⁷ concreta, el adorno de uñas, podré hacer observable y comprensible el concepto abstracto de belleza a través del proceso de encarnación de la feminidad de las aplicadoras en el Callejón de la Belleza. Por su parte, la relevancia de estudiar la encarnación radica en que este es un concepto guía para responder mis interrogantes en el que puedo palpar la imbricación de los procesos simbólicos y materiales, lo cual me permite analizar el adorno de uñas más allá de los binarismos.

2.1.Preguntas de investigación

2.1.1. General:

¿Cómo se encarna la feminidad a través del adorno de uñas en el cuerpo de las aplicadoras del Callejón de la Belleza de Ciudad de México?

¹⁶ Reconozco que estudiar la belleza y colonialidad puede ser otra línea investigativa en sí misma que implicará proceder con otros métodos. En mi trabajo haré una reflexión acotada sobre ésta desde mi campo de estudio, pero no abordaré ni profundizaré en ella.

¹⁷ La conceptualización del término de prácticas corporales la presentaré en la tercera sección del primer capítulo, el cual titulé coordinadas teóricas. Y posteriormente, en el tercer capítulo desarrollo la relación de dicho concepto con el espacio específico del Callejón de la Belleza.

2.1.2. Específicas:

- ¿De qué forma se articulan las prácticas corporales de belleza en la configuración espacial del Callejón de la Belleza?
- ¿Cuál es el rol de las aplicadoras en el proceso de encarnación de la feminidad en el Callejón de la Belleza?
- ¿De qué forma opera el adorno de las uñas en el proceso de encarnación de la feminidad de las aplicadoras del Callejón de la Belleza?

2.2.Objetivos:

2.2.1. General:

Analizar la encarnación de la feminidad a través del adorno de uñas de las aplicadoras del Callejón de la Belleza de Ciudad de México

2.2.2. Específicos:

- Describir la relación de las prácticas corporales de belleza en la configuración espacial del Callejón de la Belleza
- Indagar el rol de las aplicadoras en el proceso de encarnación de la feminidad en el Callejón de la Belleza.
- Analizar la forma en que opera el adorno de las uñas en el proceso de encarnación de la feminidad de las aplicadoras del Callejón de la Belleza.

3. Coordenadas Teóricas

Con el propósito de generar un diálogo entre lo teórico y lo empírico, un requisito primordial en los trabajos de corte etnográfico, a continuación, enuncio y entretejo elementos de distintas aproximaciones teóricas desde las cuales interpreto los datos obtenidos durante el trabajo de campo.

3.1.Género, performatividad y feminidad(es):

El género es una categoría central, transversal y fundamental en mi investigación. Reconozco que dicho concepto ha perdido su crítica política. Como argumenta Godoy (2014) ha habido un uso y abuso del género, pues esta categoría se simplificó y se banalizó tras la ruptura de los proyectos feministas y la institucionalización de los estudios de género. Asimismo, soy consciente de que existen diversas corrientes que han reflexionado al respecto. Por ello, preciso que mis referentes teóricos se encuentran en las propuestas de Joan Scott (2013) y Judith Butler (2002). Sus aportes aún siguen vigentes y aportan elementos claves para mi

trabajo. Quiero hacer hincapié en que dichas contribuciones teóricas no deben ser vistas de manera incompatible, sino que deben ser entendidas como una producción complementaria del género, ya que el planteamiento de Scott permite tener en cuenta lo macrosocial y el de Butler posibilita el análisis de lo microsocioal.¹⁸

En primer lugar, Scott argumenta que el género es una categoría de análisis y la define como: *“Un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y el género es una forma primaria de relaciones significantes de poder”* (2013: 289). De este modo, la autora postula que existen cuatro elementos interrelacionados que comprenden el género: los símbolos culturalmente disponibles que evocan representaciones múltiples; los conceptos normativos que manifiestan interpretaciones de los significados de los símbolos; las nociones políticas y referencias a las instituciones y organizaciones sociales; y la identidad subjetiva. Ahora bien, respecto a mi objeto de estudio me interesa centrarme específicamente en las dimensiones simbólicas y normativas del género en relación con la práctica corporal de belleza del adorno de las uñas.

Por su parte, para Butler, la diferencia sexual es una cuestión material marcada por prácticas discursivas, no solamente por el género, como propone el construccionismo social. Para la autora el sexo también funciona como norma corporal que califica y gobierna la materialización de los cuerpos que los sujetos asumen, apropian y adoptan. Ésta también es parte de una práctica reguladora cuya materialización es impuesta a través del tiempo. Dentro de su propuesta, el concepto de performatividad: *“debe entenderse, no como un “acto” singular y deliberado, sino que antes, como la práctica reiterativa y referencial mediante la cual el discurso produce los efectos que nombra”* (Butler, 2002:18).

En este sentido, la performatividad, entendida como actos reiterados y repetitivos que se materializan en el cuerpo, es un concepto que me brinda una explicación corporal de cómo se adquiere el género. Por ello lo considero relevante en la presente investigación. Según su

¹⁸ Para Sautu (2005), la investigación macrosocioal tiene el propósito de abordar el estudio de la estructura social, de las instituciones, las sociedades y sus culturas con cuestiones vinculadas a procesos históricos. Mientras que, la investigación microsocioal se ubica en el dominio de las relaciones y de los comportamientos de las personas. Su objetivo es estudiar los procesos individuales y de interacción social a través del análisis de la organización social.

propuesta, esta categoría puede ser considerada como una actuación teatral, pues son aprendizajes sociales que los seres humanos llevamos interiorizados. Lo anterior coincide con el trabajo de West y Zimmerman (1987), para quienes el género debe entenderse como un logro cotidiano y recurrente. No obstante, a pesar que en su teoría Butler argumente que somos resultado del discurso, hay que tener en cuenta que, dentro de su planteamiento, sí hay lugar para la agencia.

En este punto, considero necesario evidenciar que estoy entendiendo la belleza desde la propuesta de Elsa Muñiz (2011), quien la conceptualiza como: “*un conjunto de conceptos, representaciones, discursos y prácticas cuya importancia radica en su capacidad performativa en la materialización de los cuerpos sexuados y en la definición de los géneros*” (:58). Teniendo como punto de referencia el concepto de performatividad de Butler, Muñiz construye un puente entre éste y la belleza. A partir del siglo XIX, se afianzó la idea de la belleza como una característica de la feminidad, debido a que las prácticas y los discursos de la belleza constituyen el proceso de materialización de los cuerpos femeninos. Este argumento es central dentro de mi investigación, dado que permite analizar la relación entre género, belleza y cuerpo.

Bajo esta lógica, este argumento también me lleva a dilucidar qué estoy entendiendo por feminidad, debido a que es un concepto central que usaré a lo largo del presente trabajo. Wheeler (2017) señala que la feminidad sirve como un proceso de género. No obstante, las definiciones y los límites de la feminidad cambian a través del tiempo y el espacio, lo cual coincide con la postura de Tubert (2010) acerca de que el concepto de feminidad no tiene un contenido fijo o universal; o como Wheeler sostiene, tampoco es inherente o natural, debido a que se produce a través de la socialización. Por ello, asumo y reconozco que no existe una única feminidad.

Sin embargo, la decisión de no utilizar el plural de la palabra se debe a que quiero enfatizar que, como argumenta Budgeon (2014), aún siguen imperando expectativas culturales de género en las que se privilegia la construcción de una feminidad heterosexual,

blanca y occidental. A ésta la llamaré feminidad normativa.¹⁹ Por último, también me interesa asentar un término que es un marco de referencia a lo largo del trabajo, la hiper-feminización. Éste es conceptualizado por Barrio (n.d.) como la reproducción extrema de los rasgos estereotípicos clásicos de la feminidad normativa.

3.2.El Gusto y el Deseo en torno a lo popular

Reconozco que en las Ciencias Sociales existe una amplia disputa respecto al concepto de cultura popular. Míguez y Seman (2006) sostienen que dicha discusión ha sido una tarea que aún no se ha podido resolver de manera adecuada. Dicho debate ha sido planteado de manera polarizada, estática y esencialista. Aunque se multipliquen los estudios de caso o las etnografías de un determinado sector social, a la postre, la reflexión sobre lo popular se pospone, impidiendo que éstas se puedan comprender en términos más abstractos. Los autores hacen hincapié en la concepción relacional de la cultura popular y sugieren que se caracteriza por el conjunto de significaciones construidas a partir de su posición subordinada en la estructura social. Ahora bien, aunque la presente investigación palpa el concepto de lo popular, aclaro que mi propósito no es insertarme en el debate ni mucho menos contribuir en términos teóricos.

Por lo tanto, mi interés se centra en lo popular en relación con el gusto y el deseo, puesto que en el V capítulo abordo su relación con el adorno de las uñas. Para llevar a cabo dicho cometido, puntualizo la manera en qué Bourdieu conceptualiza el gusto y el consumo de bienes culturales, ya que considero que su propuesta teórica es útil para comprender mi pregunta de investigación. En una de sus obras, *La Distinción (1991)*, el sociólogo francés, conceptualiza la clase, manifestando que ésta no se define por la suma de propiedades sino por: “*la estructura de relaciones entre todas las propiedades pertinentes que confieren su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas*” (:104). Por consiguiente, para él, las posiciones de clase no son ajenas a los tipos de gusto que los individuos tienen. Así pues, el autor define el gusto de la siguiente manera:

Una disposición, adquirida para “diferenciar” y “apreciar”, como dice Kant, o, si se prefiere, para establecer o para marcar unas diferencias mediante una operación de distinción que no es (o no necesariamente) un conocimiento distinto, en el sentido de Leibniz, puesto que asegura

¹⁹ Budgeon advierte que a pesar que actualmente existe un interés en analizar las nuevas feminidades, no ha habido un intento sostenido y equiparable de teorizar acerca de la feminidad hegemónica como sucede en el caso de la masculinidad.

el reconocimiento (en el sentido ordinario del término) del objeto sin implicar el conocimiento de los rasgos distintos que lo definen en propiedad. (:477)

Bourdieu clasifica el gusto como legítimo, medio y popular, características que, respectivamente, corresponden a clases dominantes, medias y populares. Entonces, se puede inferir que, para el autor, la distinción opera a través del gusto, ya que jerarquiza a los individuos de una sociedad de acuerdo con éste, diferenciando ciertos bienes o prácticas culturales de otras. El análisis de Bourdieu ha sido señalado como determinista, ya que no tiene en cuenta la agencia y el deseo.

En ese sentido, me interesa contrastar su postura con la propuesta de Mahmood (2008) sobre el deseo. La autora argumenta que en los análisis feministas es necesario considerar los deseos, motivaciones, compromisos y las aspiraciones de las personas para quienes estas prácticas son importantes. En tal sentido, los objetivos emancipadores del feminismo deben ser reconsiderados a la luz del deseo y no siempre desde la resistencia. Para ella, el deseo es históricamente situado e incide en el sujeto de manera cultural. Éste motiva a todos los seres, en todo momento, sin importar sus búsquedas, proyectos o condiciones históricas y culturales. Considero que éste es un llamado de atención a quienes realizamos investigaciones empíricas o a quienes lanzan juicios de valor sin profundizar en cómo lo perciben las mujeres que vivencian dichos fenómenos.

En este punto Mahmood señala que para poder juzgar de forma moral y políticamente informada a aquellas prácticas que al interior del movimiento se consideran aborrecibles, porque legitiman la subordinación de las mujeres (como sucede con la belleza) se deben comprender los deseos en relación con los compromisos prácticos, las formas de vida en que está insertas y los significados que esta subordinación tienen para las mujeres que los encarnan.

3.3.Cuerpo, Corporalidad y Prácticas corporales de belleza

Elsa Muñiz (2015) afirma que, a partir de la década de los ochentas del siglo pasado, la materialidad de los sujetos se ha convertido en el centro del análisis y debates de diferentes disciplinas de las ciencias sociales. Los estudios del cuerpo han llevado a cuestionamientos sobre el peso de lo corporal en la definición de las subjetividades; es así como el cuerpo se ha convertido en objeto de estudio científico. Los estudios de la performatividad posibilitan el análisis de la concepción de sujeto anclado a la interacción y la acción social.

De este modo, la autora señala la relevancia de entender la corporalidad como un entramado biológico, social y cultural que hace parte del proceso de materialización de los sujetos. Por lo tanto, el cuerpo es producto y efecto de las prácticas corporales. Ahora bien, para lograr dicha comprensión es necesario concebir el cuerpo, ya no desde una división en la que existe una subordinación de la mente al cuerpo, sino a través de la descomposición de la dualidad cuerpo/mente para ver el sujeto de manera completa; entendiendo las contradicciones entre lo biológico y lo cultural. Muñiz sugiere concebirlo como un punto de partida y llegada en el proceso de la materialización como producto de la performatividad, retomando a Butler. Entonces, la autora conceptualiza el cuerpo como: *“Producto del proceso de materialización a partir de un conjunto de prácticas y elaboraciones discursivas que sólo cabe interpretarse a la luz de los temores, los conocimientos, los intereses, los tabúes y la imaginación de cada época”* (Muñiz. 2015:23)

Bajo esta lógica, las prácticas corporales son categorías de análisis que permiten comprender el proceso en el que los sujetos se materializan o se encarnan. Es decir, que las prácticas corporales producen a los sujetos de género. Éstas son definidas como: *“sistemas complejos y reiterados de discursos, representaciones y acciones que llevan a cabo los sujetos en sus vínculos con otros agentes y con otros sistemas semejantes, nos permiten conocer las maneras en las que se constituyen los sujetos encarnados o corporeizados”* (Muñiz, 2014:7); entonces, éstas constituyen a los sujetos de género en un proceso performativo.

Por lo tanto, estimo que el uso de las prácticas corporales de belleza como una categoría de análisis es clave en mi investigación. Por esta razón, considero el adorno de las uñas como una práctica corporal de belleza, puesto que, a partir de ella, analizo cómo los sujetos se encarnan de manera generizada y en intersección con la clase y la raza. Actualmente, los estudios sobre cuerpo y corporalidad han sido reconocidos como un campo de estudios relevante que goza de reconocimiento y legitimidad; no obstante, como menciona Aguilar (2014), aún existen áreas poco exploradas; una de ellas es la relación del cuerpo con el

espacio y la vida urbana.²⁰ De esta forma, el autor plantea que una propuesta es abordar el espacio a través de las prácticas corporales, retomando la propuesta de Elsa Muñiz.

Para hacer un análisis de la relación entre corporalidad y la espacialidad, Miguel Aguilar y Paula Soto (2013) argumentan que es necesario comprender la forma en que producir un espacio también implica producir corporeidad y su articulación con la espacialidad. Los autores señalan que: “*leer la ciudad es también preguntarse por sus gramáticas y sintaxis corporales, las maneras pertinentes y transgresoras de recrear las normas que producen sentido del lugar y de la relación social*”. (:8) Entender la ciudad resulta una estrategia para pensar el cuerpo, puesto que: las estructuras, las formas y las normas urbanas inciden en la elaboración de la corporeidad; la urbe configura el modo legítimo en que sus habitantes portan su cuerpo.

3.4.Trabajo corporal

La dimensión laboral cobra relevancia en razón a que mi unidad de análisis está integrada por cuatro aplicadoras del Callejón de la Belleza, puesto que me pregunto por el rol que desempeñan en el proceso de encarnación de la feminidad. A continuación, haré mención al trabajo de Arango (2013), quien presenta de forma concisa las trayectorias teóricas referentes al trabajo emocional, corporal y estético. Lo anterior, con la intención de reconocer la multiplicidad de debates en torno al estudio de las emociones. Debo aclarar que mi interés por el tema es debido a que éste emergió durante el trabajo de campo, se sitúa en su cruce con el tópico sobre los servicios estéticos y corporales, ya que las emociones también constituyen los cuerpos.

El acontecimiento fundacional de este campo de estudios surgió a través de los conceptos de *emotional work*²¹ y *emotional labor*,²² sugeridos por Arlie Russell Hochschild. Los cuales fueron claves en trabajos empíricos que se desarrollaron posteriormente. Algunas autoras feministas hicieron críticas a dicho concepto e destacaron la experiencia corporeizada del trabajo. Dentro de dicho grupo, resalto las categorías analíticas de *aesthetics work* y

²⁰ Aunque evidentemente sí existen investigaciones que ligan dichos aspectos.

²¹ Esfuerzo que despliegan las personas para ajustar sus emociones a las normas sociales que las rigen.

²² Mercantilización de las emociones en espacios laborales en los que éstas se convierten en trabajo remunerado, prescrito y controlado por la empresa.

aesthetics labour,²³ acuñadas por Witz, Warhurst y Nickson. Consecutivamente, distintas investigadoras han hecho uso de estas bases teóricas y partiendo de sus distintos casos empíricos han aportado al campo de estudios.

Una de las teóricas más destacadas es Miliann Kang (2010). En la presente investigación, hago uso de su concepto de trabajo corporal²⁴ porque su trabajo está emparentado con mi objeto de estudio, pues la autora estudia salones de uñas coreanos en Nueva York. Asimismo, como la autora reconoce, éste permite incorporar las dimensiones emocionales y encarnadas del trabajo de servicio corporal, a diferencia del trabajo emocional, propuesto por Hochschild. Por último, con el objetivo de recuperar los aspectos encarnados de la propuesta teórica de Hochschild, además de tener en cuenta el género, Kang facilita el reconocimiento de las experiencias en función de la clase, de la raza y del estatus migratorio, haciendo que una de sus mayores contribuciones sea el enfoque interseccional.

Ahora bien, Gabriela Arango manifiesta que las distintas perspectivas desde las cuales ha sido adoptada la teoría no deben ser considerados de forma excluyente. Al contrario, se deben tener en cuenta sus distintas contribuciones para analizar las tensiones entre las dimensiones cognitivas, emocionales y corporales del trabajo, las ambivalencias de las prácticas y las lógicas de adaptación o resistencia que éstas conllevan. Afirmación que en ningún momento contradice Kang, quien reconoce que su aporte teórico sin lugar a dudas se basa en el trabajo Hochschild, prueba de ello, es el título de su trabajo “*The Managed Hand*”, un guiño a “*The Managed Heart*” cuya autora, según Kang, dejó mucho terreno por explorar.

La socióloga coreana-estadunidense afirma que el trabajo de la manicura es mayoritariamente invisibilizado y reconoce que además del trabajo físico como el corte, limado, esculpido y pulido de las uñas. Para ella, este trabajo requiere experiencia técnica, habilidades emocionales, gestión de los sentimientos y cuerpos de quienes la realizan. Entonces, la autora conceptualiza el trabajo corporal como:

Intercambios comercializados en los cuales las trabajadoras de servicio atienden la comodidad física y la apariencia de la clientela, a través del contacto directo con el cuerpo (como tocar, masajear y aplicar uñas) y atendiendo los sentimientos relacionados con estas prácticas.

²³ Movilización de las disposiciones incorporadas de las trabajadoras, su transformación en calificaciones a través del entrenamiento, la organización del trabajo y su uso para producir un estilo de servicio.

²⁴ Originalmente en inglés, *body labor*.

Además, el trabajo corporal requiere que las trabajadoras de servicios manejen sus propios sentimientos en relación a la corporeidad del trabajo mientras le infunden una sensación de cuidado a su clientela. (2010 :41).²⁵

3.5. Proceso de encarnación:

Mari Luz Esteban (2013) expone los problemas de traducción al castellano del concepto de *embodiment*, propuesto por Thomas Csordas en un intento de combinar la perspectiva fenomenológica de Ponty y el estudio de la práctica de Bourdieu. Esteban señala que este concepto pretende superar la idea de que lo social se inscribe en el cuerpo y enfatizar en que lo corporal es un auténtico campo de la cultura y un proceso material de la interacción social. Por lo tanto, el cuerpo se considera un agente y un lugar de intersección del orden individual, psicológico y social. Esta perspectiva anglosajona busca la ruptura de las dualidades como mente/cuerpo, sujeto/objeto, objetivo/subjetivo. Sin embargo, Esteban menciona que en el castellano no existe un consenso sobre la traducción de *embodiment*. En los años noventa y primeros dos mil, se usaba corporización y encarnación, pero posteriormente esta primera perdió uso y empezó a tomar fuerza el término in-corporización. Algunos autores optan por encarnación, otros por corporización²⁶ y unos lo prefieren en inglés. La autora manifiesta que actualmente este concepto presenta una falta de delimitación clara y está inmerso en un caos teórico. Al ser un campo de moda, tampoco existe una justificación de su relevancia, análisis, ventajas, desventajas y dificultades.

Teniendo en cuenta este repaso teórico hecho por Esteban sobre los retos que implica la traducción al español de *embodiment*, justifico por qué decidí usar el término de encarnación. Quiero señalar que llegar a éste implicó un recorrido por varios conceptos que no lograban adecuarse a lo observado a partir del mi trabajo de campo en el Callejón de la Belleza. Dentro de dicha búsqueda surgió el concepto de encarnación, el cual se ajusta mejor porque permite analizar cómo se hace cuerpo la feminidad. El término de incorporación pareciera sugerir que el cuerpo es previo al discurso o que lo social se inscribe en el cuerpo. En cambio, el uso de encarnación pretende analizar lo corporal. Este concepto además de plantear retos de traducción, también implica llevar a cabo un análisis procesual que no

²⁵ Traducción propia.

²⁶ Para evitar los contenidos religiosos.

conlleve a binarismos. Para ello, recurro a la propuesta teórica de Fernando García (1994) y de Paula Villa (2011) sobre los procesos de la encarnación.

Para García, el concepto de encarnación está ligado a la investigación empírica y aporta una fuerza metafórica y crítica. El autor expone que dicho concepto debe ser secularizado de forma terminológica, ya que tiene una carga teológica-religiosa. Por lo tanto, debe existir una reapropiación. Etimológicamente, esta palabra, que proviene del latín, hace referencia al movimiento de entrar en la carne. Entonces, en el catolicismo, ésta es entendida como la acción y el efecto de que el Espíritu Santo tome una forma corporal. En mi investigación, la encarnación me orienta a pensar en el modo en que la feminidad normativa se hace carne en el cuerpo de las aplicadoras del Callejón de la Belleza, sin embargo, yo me cuestiono si las aplicadoras la replican de forma exacta o si existe un proceso creativo en dicha acción. García plantea que dicho proceso de encarnación debe articular lo cultural o simbólico en lo corporal o material, contraponiéndose al dualismo de mente/cuerpo. Una de las particularidades de la encarnación según el autor tiene que ver con: *“procesos cuyos procedimientos y modos se especifican bajo la forma genérica de confluencia de lo simbólico y lo material, pero de cuyos contenidos no se concreta nada porque varían históricamente”* (:65).

En medio de esta laguna teórica que trae consigo este concepto, también me interesa la propuesta sobre *embodiment*²⁷ de Paula Villa (2011), ya que, en su planteamiento, ella expone la brecha entre discurso y práctica. La autora hace una crítica la forma en que la teoría pasa por alto la lógica compleja de la praxis al enfocarse exclusivamente en la normativa, en los discursos o en las estructuras, y, señala que es problemático que la teoría siga operando de tal forma, cuando en realidad ambas dimensiones se entremezclan. Y por ello, sugiere usar un marco conceptual que mantenga ambas dimensiones en conjunto y a su vez, que enfatice en sus diferencias visibles.

Siguiendo la propuesta sobre la sujeción de Butler, Villa afirma que las personas concretas no encarnan directamente las normas, sino que las normas regulan las condiciones, por las cuales, las acciones concretas de las personas pueden ser inteligibles. Entonces, para ella, la encarnación es un proceso social que se expande a través de tiempo y espacio, nunca

²⁷ Originalmente en inglés.

es estática o monotemática. A su vez, ésta incluye muchas capas de la existencia social individual; debido a que entiende los cuerpos como imágenes y la carne de forma deshumanizada. Por lo tanto, en lo concerniente al ámbito social, los seres humanos actuamos y encontramos procesos de encarnación. Habitar una posición de sujeto es encarnar varios títulos de forma constante. Para Villa, la encarnación es interseccional debido a que su dimensión mimética excede cualquier marco categórico.

A través de su trabajo sobre el tango, Villa plasma que, en el nivel práctico, los procesos miméticos de encarnación desempeñan un papel fundamental en categorías como sexualidad, género, clase, raza, étnica. Y, aunque éstas no determinan las prácticas corporales, las constituyen. En el mismo sentido, la autora propone que las experiencias exceden las condiciones categóricas en las que se incrustan. Según Villa, en el nivel discursivo, la interseccionalidad tiene sentido, pero ella se cuestiona si la trinidad consensuada de género, clase y raza es útil cuando se observa en la práctica o si se reproducen la ceguera de los hechos debido a la atención prestada a las normas hegemónicas.

Capítulo II. Haciendo profundo lo superficial. Estrategia Metodológica

A continuación, expongo la estrategia metodológica de la investigación. Para ello, trazo las coordenadas desde las cuales construyo mi punto de vista y explico las limitaciones de la misma. A lo largo del proceso se presentaron dos retos: por un lado, el hacer etnografía en un espacio comercial del Centro Histórico de la Ciudad de México y darle profundidad a la belleza, cuestión a la que socialmente se le considera superficial.

1. El método etnográfico:

La estrategia metodológica que emprendí para responder a los objetivos planteados fue a partir del método etnográfico.²⁸ El tipo de etnografía que confeccioné en la presente investigación fue a partir de la propuesta de Clifford Geertz (1971), quien sostiene que la descripción densa tiene tres características: es interpretativa, desentraña el discurso social y su propósito es recatar lo dicho. A partir de mi inquietud sobre la belleza para mí fue trascendental comprender el significado que tenía en la vida de las aplicadoras y evidenciarlo a través del presente trabajo.

A partir de la construcción del estado del arte, me di cuenta que el enfoque cualitativo es recurrente en los estudios sobre belleza, especialmente desde la etnografía. Lo anterior obedece a que los estudios del cuerpo han sido un campo de interés, mayoritariamente, para la antropología y sociología. Disciplinas que han echado mano de la etnografía –bien sea como método o técnica– para comprender los fenómenos sociales de su interés. Al revisar los abordajes de otras investigaciones sobre objetos de estudio parecidos, comprendí la justificación de mi selección del método etnográfico que consiste en que al escoger dicho espacio es necesario estudiar el fenómeno desde la cotidianidad de sus prácticas.

Respecto al conjunto de técnicas que integran el método etnográfico, decidí utilizar la observación participante como técnica principal pero no la única, pues ésta por sí sola no

²⁸ Éste es conceptualizado por Guasch (2002) como una interpretación que intenta captar la realidad desde el punto de vista de otras personas, quien coincide con Restrepo (2016), quien define la etnografía como “*la descripción de lo que una gente hace desde la perspectiva de la misma gente*” (Restrepo, 2016: 16).

permite llegar a conclusiones, ya que debe ser contrastada con las entrevistas, que en el caso que estudio fueron etnográficas²⁹ y a profundidad.³⁰ Las cuales llevé a cabo en un contexto espontáneo e informal, dado que, en mi experiencia en campo, pude darme cuenta de que sobre la belleza hay un discurso de lo políticamente correcto, por lo tanto, este contexto me fue más útil para contrastar las prácticas y los discursos. Uno de los desafíos metodológicos era darle profundidad a la belleza, tópico que socialmente es considerado como superficial.

Simultáneamente, realicé cuatro entrevistas a profundidad con cuatro aplicadoras³¹ del Callejón de la Belleza. Para éstas diseñé un guion y las registré en el diario de campo con el fin de proceder a su análisis. Sin embargo, en las entrevistas también hice uso de la técnica de la observación para poder recuperar y contrastar el lenguaje corporal. Por limitaciones de tiempo, no pude hacer trabajo de campo en todas las prácticas corporales y espacios que conforman el Callejón de la Belleza. Así que decidí llevar a cabo una etnografía por niveles, ya que propuse distintas escalas de profundización, contextualización y análisis. Es decir, que, en la presente investigación, hago zoom sobre el adorno de las uñas en las aplicadoras y, de forma más somera, describo otras prácticas, espacios y actores sociales que conforman el Callejón de la Belleza.

Ahora bien, el método etnográfico no solamente supone la planeación de una estrategia metodológica, pues “*no puede ser contenida por las herramientas, las técnicas o los métodos*

²⁹ Ésta se conoce como entrevista etnográfica, antropológica, informal o no directiva. Este tipo de entrevistas se caracteriza un principio de no directividad. A inicios de la disciplina antropológica ésta era obligada por el desconocimiento de la lengua; posteriormente, este principio se sistematizó, aun cuando la diferencia cultural no era evidente. Su objetivo es favorecer la expresión de temáticas, términos y conceptos de forma espontánea para el entrevistado, revelando los nudos problemáticos de su realidad social cómo los perciben desde su universo cultural. (Guber. 2015). Por su parte, Vela (2013) la conceptualiza como: “*Una estrategia para encontrar a la gente hablando acerca de lo que ellos conocen*” (:27)

³⁰ Las entrevistas a profundidad “Consisten en encuentros repetidos, cara a cara, entre un investigador y sus informantes, los cuales se orientan a entender las perspectivas del entrevistado sobre su vida, experiencia o situaciones personales tal y como son expresadas por sus propias palabras” (Vela. 2013: 28)

³¹ El lugar en donde hice mi curso y los nombres de las personas que aparecerán a lo largo de la investigación serán seudónimos. A través del trabajo de campo, me di cuenta de la importancia que cobraban los apodos en el Callejón de la Belleza, pues en su mayoría estaban relacionados con la apariencia física de las personas. Varias veces fue en búsqueda de mis interlocutoras, cuando no las encontraba, pedía razón de ellas por su nombre y sorpresivamente en ocasiones lo desconocían o me preguntaban “¿Quién? ¿Una chaparrita?”. Entonces, creí pertinente retomarlos porque dan cuenta de mi tema de investigación, porque de un lado, remiten a la descripción de sus cuerpos y del otro, me permiten recuperar lo popular a través de la narrativa etnográfica.

que se plantean en un ejercicio de elección racional en un comienzo, sino que a cada momento se convierte en una forma de estar, ya sea política, ética, emocional o sensorial” (Esguerra. 2019: 109). A pesar que mi investigación no tenga pretensiones colaborativas, considero que es una etnografía feminista porque, para mí, la academia y el activismo no deben pensarse como prácticas aisladas. Asimismo, Esguerra plantea que la etnografía feminista se pregunta por: las relaciones de poder y las desigualdades de sistemas de género, raza, clase, sexualidad y etnicidad; las relaciones éticas, epistémicas y de poder entre investigadora e interlocutoras; y, el lugar del cuerpo, las experiencias sensoriales y las emociones en el trabajo etnográfico.

2. Construcción del objeto de estudio y delimitación del campo:

Comprendo que existen diversas maneras de diseñar una investigación social. En mi caso, las decisiones para delimitar mi investigación fueron tomadas con base en mis observaciones *in situ*. La primera vez que fui al Callejón de la Belleza, identifiqué una organización que componía el espacio de diferentes maneras: la Plaza de las Uñas, La Plaza de la Belleza, La Alhóndiga y la Plaza Atarazanas. De igual modo, observé que allí hay comercio de productos de belleza y diversas prácticas como extensiones de cabello, adorno de uñas, aplicación de pestañas postizas, limpiezas faciales, exfoliaciones, depilaciones y planchado de cejas.

El planchado de cejas, la aplicación de pestañas postizas y el adorno de las uñas son las prácticas corporales de belleza con mayor oferta y demanda. El planchado de cejas y la aplicación de pestañas postizas son procedimientos que no permiten profundizar en la relación entre clientela y esteticistas, porque, a su vez, estas últimas están realizando muchos más en otras clientas. En contraste, en el adorno de uñas, hay una intimidad física, emocional y verbal, que clientas y aplicadoras intercambian. En segundo lugar, observé la particularidad del adorno de las uñas en las que los brillos, los colores, las texturas, las formas y la longitud destacan; por lo cual consideré que las uñas podían ser un zoom al cuerpo que me permitirán analizar la encarnación de la feminidad normativa a través del adorno de uñas en el Callejón de la Belleza de Ciudad de México.

Como parte de la delimitación del campo, constantemente estuvo presente la cuestión sobre quiénes iban a conformar mi unidad de análisis. Nunca tuve como propósito realizar

una investigación que fuera representativa del objeto de estudio. Conforme fui avanzando en mi trabajo de campo, decidí decantarme por entrevistar sólo a las aplicadoras. La primera razón se debe a que hay una presencia constante por parte de ellas en el Callejón de la Belleza, contrario a lo que sucede con la clientela, quienes son población flotante. Y, la segunda, porque ellas son productoras y consumidoras del adorno de uñas.

3. Negociación de la entrada a Campo:

En este apartado, narro cómo fue la negociación de la entrada a campo y expongo las limitaciones y estrategias llevadas a cabo para construir el *rapport* con las explicadoras, ya que el conocimiento al que pretendo llegar a través del presente trabajo está mediado por dicha relación. Como menciona Guber (2015), los datos del campo no provienen de los hechos sociales como tal, sino que se originan a través de la relación de la investigadora con sus interlocutoras, De modo semejante, Esguerra (2019) indica que el quehacer etnográfico precisa que la investigadora debe ser consciente que las identidades son móviles y que son asumidas de forma estratégica para poder entender las relaciones de poder. Teniendo en cuenta la mención de la autora respecto a que la investigadora debe negociar constantemente sus privilegios y exclusiones, creo que más allá de enlistar la forma en que concibo mis identidades, debo dilucidar las lecturas que las aplicadoras hacen, las cuales tienen que ver con racialización y nacionalidad.

En primer lugar, quiero esclarecer que mi investigación estuvo limitada por el ingreso al campo, dado a que, al ser un lugar situado en el Centro Histórico de la Ciudad de México presenta unas peculiaridades en la forma en que opera el comercio, lo cual profundizaré en el tercer capítulo. Al iniciar mi trabajo de campo, en septiembre de 2018, no contaba con ningún contacto dentro del lugar, pero consideré adentrarme al lugar a través del rol de clienta.³² No obstante, en una de mis búsquedas de información en medios digitales, me topé con una noticia del año 2017³³ en la que afirmaban que, en la Plaza de la Belleza, habían

³² Por un momento, pensé acercarme directamente con el líder del mercado, pero consultándolo con personas allegadas, me advertían que no lo hiciera, puesto que me decían que “*En el comercio callejero hay mafias*” y podría obtener una respuesta negativa, cuestión que no imaginaba al momento de plantear mi investigación.

³³ Ver <https://www.tvnotas.com.mx/noticias-espectaculos-mexico/dan-brutal-golpiza-reportera-y-staff-de-cuentamelo-ya-en-cdmx>

golpeado a reporteros del programa “*Cuéntamelo Ya*” de Televisa.³⁴ Esta situación me generó temor sobre cómo debía acceder. Asimismo, después de culminar el trabajo de campo y en un recorrido de la zona, tomé fotografías del lugar con mi celular. En cuestión de segundos, llegaron tres sujetos grandes y corpulentos. Dos de ellos en una moto. Estos me dijeron “*¿Amiga, para qué quieres esas fotos?*” Yo me sentí intimidada por su presencia y me puse nerviosa. Lo único les dije que desconocía que no podía hacerlo y voluntariamente las borré. Uno de ellos se quedó conmigo y vigiló que las eliminará. Otro me indicó que no querían asustarme pero que la delegación no se los permitía.³⁵

Al principio, usé la estrategia de hacer visible que era extranjera, puesto que, en el contexto particular del Callejón de la Belleza, me sirvió para entablar conversaciones de manera más rápida. Tan pronto, escuchaban mi acento, las aplicadoras empezaban a indagar sobre mi vida y mis percepciones sobre México. Aunque, esta estrategia también tuvo limitaciones metodológicas, ya que mi presencia en el Callejón les parecía extraña y les generaba inquietudes de quién era y a qué me dedicaba en el país.³⁶ Mi nacionalidad no es ajena en el espacio, puesto que existe un estereotipo relacionado con la belleza en países como Colombia y Venezuela, difundido y consumido en el Callejón de la Belleza. Incluso hay aplicadoras procedentes de dichos países.

Las primeras veces, me aproximé en el lugar de manera más discreta. Sin embargo, con el paso del tiempo, éticamente me pareció incorrecto no dilucidarles a las aplicadoras el propósito de mi presencia allí. Un día, elegí un puesto de la Plaza de las Uñas al azar e inicié contacto con una aplicadora, a quien llamaré “La Güera”.³⁷ Le conté a qué me dedicaba y

³⁴ Es un programa de entretenimiento que se transmite por El Canal de las Estrellas producido por Grupo Televisa, una empresa mexicana de medios de comunicación.

³⁵ Por tal razón, utilizo material fotográfico del Callejón de la Belleza o de uñas acrílicas disponible en la web, con el objetivo de apoyar las descripciones etnográficas.

³⁶ Por alguna razón, tengo la intuición que esto se debe a la presencia en el Centro Histórico de la Ciudad de México de prestamistas “gota a gota” colombianos.

³⁷ Por medio del trabajo de campo, comprendí que en ese contexto particular no es necesario saberse los nombres de las aplicadoras o trabajadores, pues se les nombra de acuerdo con sus características físicas. Como la chaparrita, la gordita, el de los lentes, o el de la gorra. Por ello, decidí usar como seudónimos sus apodos, ya que a través de ellos podré hacer referencia a su posición laboral o a las particularidades corporales de mis interlocutoras. El porqué de este apodo se debe a que un día busqué a dicha aplicadora, pero no la encontré. Decidí preguntarla con su nombre propio a en un negocio aledaño. Otra aplicadora me replicó diciéndome *¿Quién? ¿La güera que se pone aquí?*

que tenía intereses investigativos en el tema. Le consulté si ella estaba dispuesta a ayudarme concediéndome alguna entrevista. Ella me respondió de manera afirmativa, me dio su número y nos pusimos en contacto. Con el objetivo de construir el *rapport*, en diferentes ocasiones, me hice *gelish*,³⁸ pasaba a saludarla. Incluso, en una ocasión fui en compañía de una amiga. Después de un tiempo, le consulté la posibilidad de hablar con su jefa acerca de mi investigación, quien no siempre estaba en el lugar, ella me dijo que ella misma se encargaba de contarle. Luego, le solicité una entrevista y aceptó. Posteriormente, volví a contactarla por *whatsapp*, pero ella no volvió a contestar mis mensajes. Así que analicé el porqué de sus evasivas y comprendí que en ese momento no tuve en cuenta que las relaciones de poder que hay al interior de los negocios en el Callejón de la Belleza.

Además, discerní que el rol de clienta era insuficiente porque me impedía construir una relación más horizontal con las aplicadoras, aspecto que profundizaré en el IV capítulo. Ante tal panorama, como estrategia para justificar mi presencia en el lugar, consideré pertinente realizar un curso de uñas. En ese momento, pensaba en realizarlo en la Plaza de las Uñas. Sin embargo, me dieron la noticia que, a inicios del 2019, el líder los había prohibido causa de un problema que sucedió en meses anteriores. Tras mi búsqueda en otras zonas del Callejón, encontré el curso ofertado por *Beauty Nails*.³⁹ Éste tenía mayor duración que los demás y no requería conocimientos previos. Tras dar un recorrido por la zona, me percaté que dicho negocio tenía presencia en todo el Callejón, razón por la cual pensé que este lugar podría ser estratégico para llevar a cabo mi investigación.

Cuando inicié mi curso, decidí ser cautelosa con cómo nuevamente iba a negociar mi entrada al campo, y primero, hacer una lectura de las jerarquías en el lugar. Las primeras clases, me concentré en ello y entendí que *Beauty Nails* es un negocio familiar. Su dueña, es “La Mera Mera”⁴⁰ y la administradora es su hija, La Patrona,⁴¹ quien además es maestra y

³⁸ Técnica que consiste en colocar un esmalte semipermanente en la uña natural a través de una lámpara *Led*. Ésta tiene una duración de aproximadamente 3 semanas. La forma cómo es nombrada la práctica en el Callejón de la Belleza tiene que ver con que una de las marcas de dichos esmaltes es *Gelish*. En otros espacios de la ciudad se le denomina esmaltado en gel.

³⁹ Seudónimo que usaré para referirme a dicho lugar.

⁴⁰ Propietaria del *Beauty Nails*. Así la llaman algunos de sus empleados. Pienso que esteseudónimo evidencia su poder dentro de tal lugar.

⁴¹ La Patrona es la hija de la dueña de *Beauty Nails*. Consideré pertinente su apodo con la intención de recuperar el lugar que ella ocupa en la jerarquía de poder.

aplicadora de uñas. Al inicio, la Patrona me llamaba “*güerita*”. Constantemente me resaltaba que en Colombia tenemos facciones más finas e incluso lo ejemplificaba con mis manos y uñas. Si bien, yo me identifico como mestiza, en el Callejón de la Belleza soy leída blanca-mestiza, lo cual da cuenta que dicha relación está marcada por la racialización del cuerpo. A mí esa denominación me generaba incomodidad. A mi llegada a México me desconcertaba, ya que la asociaba con ser rubia y de tez blanca. Posteriormente comprendí que esa es una palabra, más allá de asociarse a un fenotipo en particular, está estrechamente ligada a la clase. En los tianguis y en los mercados es una denominación que se usa como una estrategia de venta, debido a que es una forma halagadora de referirse a la clientela.

El hecho de que me llamaran *güerita* sí marcaba una distancia con mis interlocutoras, porque entre ellas se llaman por sus nombres propios, apodos o como “manita”. Esta distancia poco a poco se fue reduciendo con el tiempo cuando La Patrona se acercó a mí y empezó a conversar conmigo. Asimismo, me ayudó que La Mera Mera tenía planeado un viaje a mi país de origen. Ella me pedía recomendaciones y yo le hacía sugerencias. Consecutivamente, empecé a hablar con mayor frecuencia La Patrona. Incluso, ella me mostraba las fotos y las anécdotas del viaje de su mamá, dejó de referirse a mí como “*güerita*” y empezó a decirme *chaparrita* o *flaquita*. Yo le conté que estaba realizando un trabajo para la escuela sobre belleza, le solicité ayuda y ella accedió. Siguiendo las jerarquías, le pregunté si también podía pedirle a sus aplicadoras que me concedieran entrevistas, ella me dijo que sí y me presentó a La Chaparrita⁴² y a La Gordita.⁴³

4. El uso del cuerpo como un instrumento de investigación:

Opino que una forma de poder comprender la belleza es experimentarla como un asunto sensible. En el caso de mi investigación, con el propósito de llegar a descripciones densas, realicé reflexiones e interpretaciones a través de elementos autoetnográficos. De esta manera, hice uso de mi cuerpo como un instrumento de investigación a través del cual pude acceder

⁴² La Chaparrita es una de las aplicadoras que entrevisté. El seudónimo surge porque una vez fui a preguntarla a La Mera Mera y me dijo ¿Quién? ¿Una Chaparrita? Y luego me mostró su foto de perfil de *Whatsapp*. Con la intención de recuperar una de las características principales de su cuerpo que la caracterizan en el espacio, la nombraré como La Chaparrita.

⁴³ La Gordita es otra de las aplicadoras que entrevisté. Así la llama de cariño La Patrona. Aunque los demás aplicadores hacían sobre su gordura, a los cuales ella respondía con una sonrisa. Le asigno este apodo con el fin de recuperar la característica de su cuerpo con la que la nombran en *Beauty Nails*.

y obtener algunos datos que me permitieron experimentar mi problema de investigación en carne propia. Como señala Alba Pons (2018), el uso de la experiencia y el cuerpo de la investigadora como una herramienta de análisis se derivada de la etnografía feminista a partir de los sesenta. Para la autora *“utilizar el cuerpo y la sensorialidad como herramienta para el análisis implica no solamente participar, sino también percibir ciertos fenómenos difícilmente textualizables”* (:29). Como ya expuse anteriormente, en mi trabajo de campo desempeñé dos roles. El primero como clienta, cuya duración fue desde septiembre de 2018 a mayo de 2019. Y el segundo, como alumna, ya que realicé un curso de aplicación de uñas acrílicas en el verano de 2019. Aunque seguí siendo clienta.

A partir de dicha experiencia me di cuenta de la corrección política y las valoraciones estéticas de las aplicadoras a quienes entrevisté. Asimismo, reflexioné la relación entre mi cuerpo y el Callejón de la Belleza. Previo a exponer dicho vínculo, quisiera resaltar que mi intención nunca fue evidenciar características prejuiciosas de lo popular y/o reforzar estereotipos segregativos y clasistas, sino que, al contrario, me interesaba entender el trasfondo social que da sentido a tales diferenciaciones de clase existentes en la Ciudad de México. En reconocimiento a la epistemología feminista, la cual, Según Blazquez (2010), aborda la manera en que el género y sus intersecciones influyen en las formas de conocimiento, me es relevante evidenciar mi posición como investigadora, pues el conocimiento al que pretendo llegar también es situado y está influenciado por dichas coordenadas. Si bien, al igual que mis interlocutoras yo me identifico como mujer, lo que me distanciaba de ellas eran mis preferencias estéticas, dado que en la posición social de clase media que ocupó se valora un adorno de uñas más sencillo.⁴⁴ Por lo tanto, hago uso de dicho punto de vista a lo largo de la investigación en el entendido de que lo popular no existe por sí sólo, sino que cobra sentido cuando se analiza en relación con las clases medias y altas.

Reconozco que mis resistencias a los servicios brindados en el Callejón de la Belleza obedecen a mi constitución como sujeto y mis percepciones de lo ornamental en relación con la clase y el gusto. En varias ocasiones, después de haberme hecho algún procedimiento,

⁴⁴ Antes de investigar al respecto, no conocía a nadie que se adornara de tal forma las uñas. De hecho, cuando enseñaba tal adorno de las uñas en ámbitos académicos, las reacciones de algunas personas eran de asombro porque lo desconocían.

antes de consignar las notas en mi diario de campo, en mi casa, sacaba la lima y les cambiaba la forma a mis uñas, porque para mí siempre eran o muy largas, o muy puntiagudas. La primera vez que una de ellas me recomendó ponerme *glitter*, esto representó un conflicto porque me parecía muy vistoso. Incluso, confieso que, en determinados espacios, diferentes al Callejón, escondía mis uñas. De igual modo, cuando me realicé un *lifting* de pestañas,⁴⁵ Al llegar a mi casa, me vi en el espejo, no me agradó el resultado y casi entro en llanto. Me habían prometido un efecto “*natural*” pero yo no lo consideraba de ese modo.

Más allá de mi compromiso investigativo, me sentía conflictuada porque tenía llevar algo en mi cuerpo que no me gustaba. Lo anterior me hizo ser consciente de algo que en mi experiencia personal nunca antes había cuestionado y que a lo largo del proceso investigativo me generaba un constante asombro: la materialización de la clase y el género a través del adorno corporal. Aunque las elecciones relativas a lo ornamental se nos presentan de forma inconscientes y como decisiones libres, al estar vinculadas con el gusto, éstas evidencian que el cuerpo puede revelar nuestra posición social. Favorablemente, tomar un curso de uñas acrílicas posibilitó que mi valoración sobre esta práctica corporal cambiara. Aprender su grado de dificultad causó que me gustaran y las apreciara. Además, con la investigación comprendí el trasfondo clasista de mi rechazo a tal adorno. Por ello, converjo con Bunsell (2013), acerca de que la etnografía es un asunto experimental y emocional que cambia la vida de quien investiga de adentro hacia afuera.

Cuando inicié mi investigación, tenía claro que en algún momento debía aplicarme uñas acrílicas, pero nunca me sentía lo suficiente preparada para hacerlo, pues no me atrevía a llevar una gran longitud, brillos, cristales, ni algo muy puntiagudo. Hasta que un día me arriesgué y le pedí a La Patrona que me hiciera unas uñas con *tips*.⁴⁶ No indiqué ni largo ni tipo de punta. El resultado final me gustó, pero al inicio sentí dificultad para realizar todas mis actividades cotidianas. Aunque me parecían bonitas, seguía afirmando que no eran de mi gusto y me parecieron incómodas. Así que no aguanté más de 15 días. Tal experiencia confrontaba con prejuicios sobre ese adorno de uñas. Por un lado, la higiene y el extremo

⁴⁵ Tratamiento que alarga y crea una ligera curva hacia arriba, consiguiendo mayor longitud y espesor de las pestañas por aproximadamente dos meses.

⁴⁶ Extensiones acrílicas que se adhieren a la uña natural.

cuidado, ya que todo el tiempo debía vigilarlas para no albergar suciedad debajo de ellas. Y por el otro, sobre los adjetivos calificativos que la gente de mi entorno les daba, los cuales fueron pistas claves para el análisis que no perdí de vista. Mi familia y amistades en Colombia las tachaba de lobas,⁴⁷ vulgares, antihigiénicas. Incluso hubo personas que las asociaban con la prostitución. En México, algunas personas cercanas las denominaban nacas⁴⁸ o buchonas⁴⁹ y, nuevamente insalubres.

Tras retirarme las uñas acrílicas, al ver mis uñas naturales dañadas y débiles –una constante durante todo el proceso investigativo– tuve una sensación de felicidad de volverme a poder tocar las yemas de mis dedos entre sí y de poder realizar mis actividades cotidianas sin tener cuidado. Inconscientemente pensé “otra vez vuelvo a ser yo”. Y juré nunca más volver a aplicarme uñas acrílicas. Someter mi cuerpo a dichas modificaciones también me permitió experimentar el dolor y el placer en la incorporación estética de la belleza.

5. Forma de análisis del material empírico

Respecto al análisis del material empírico, concuerdo con Weiss (2014) acerca que el uso de la *grounded theory*⁵⁰ con apoyo de *Atlas. Ti* es insuficiente para sustentar cuál es el planteamiento de la metodología del análisis de la información empírica. Asimismo, el autor señala que la mayoría de veces las investigaciones no proceden de manera inductiva como postula la *grounded theory*, pues se hace de forma inductiva y deductiva a la vez. Como es mi caso.

⁴⁷ Forma despectiva que en Colombia usan para designar a las mujeres que son consideradas con gustos extravagantes, que visten de manera “exagerada, atrevida y provocativa”.

⁴⁸ Forma peyorativa usada en México para referirse a una persona maleducada o con mal gusto.

⁴⁹ En el V capítulo profundizaré sobre este tema. Por ahora, agrego que Alejandra León (2019) expone que coloquialmente dicho término se refiere a las mujeres de los narcos cuyos cuerpos son voluptuosos y despampanantes. Por ahora, creo relevante mencionar que las mujeres consideradas buchonas se caracterizan, entre muchos aspectos, portar un adorno de uñas similar al del Callejón de la Belleza. Es de ahí que precisamente surge dicha asociación que mis allegadas y allegados hacen.

⁵⁰ En el año de 1967, Glaser y Strauss publicaron “*The Discovery of Grounded Theory*” proponen un método alternativo al análisis comparativo que permitía la emergencia de categorías procedentes de los datos; oponiéndose a la forma en que procedía analíticamente disciplina sociológica, comprobación y falsificación de hipótesis. (Weiss. 2014). “*La teoría fundamentada exige identificar categorías teóricas que son derivadas de los datos mediante la utilización de un método comparativo constante (Glaser & Strauss, 1967; Hammersley, 1989), recurriendo a la sensibilidad teórica del investigador*” (Páramo. 2015: 8).

Con la intención de responder la concordancia de la teoría fundamentada con el método etnográfico, concluí que su gran aporte es la formalización de un método cualitativo general que se opuso al énfasis excesivo de la verificación de la teoría e incitó a descubrir o generar conceptos y teorías a través de la emergencia de categorías procedentes de los datos. Dicha discusión tuvo origen en la disciplina sociológica. No obstante, desde los inicios de la antropología, ya se contaba con una apuesta hacia el proceso inductivo, cuyo propósito era describir, comprender y explicar otras culturas no occidentales. Su método de análisis clásico consistió en que después del trabajo de campo se debían analizar las notas del diario para generar una teorización de lo observado en dialogo con otras teorizaciones, pero ¿Cómo se hacía esto? A mano, mediante subrayados en diferentes colores, anotaciones al margen y recortando y pegando el material a analizar con el propósito de ordenarlo.

Teniendo en cuenta los anteriores planteamientos, para realizar el análisis de mi material empírico, yo dividí mi diario de campo en tres partes de acuerdo con las dimensiones que propuse: espacial, laboral y estética. En cada una registré los datos obtenidos en campo. En mis anotaciones, las cuales hice en un primer momento de manera autógrafa y posterior de forma digital, distinguí lo observado, lo analizado y mis percepciones. Posteriormente, elaboré una red de categorización. A ello en la teoría fundamentada se denomina como codificación abierta, línea por línea. Su propósito fue realizar un ordenamiento conceptual que me permitió encontrar patrones, contrastes, diferencias, significados compartidos, propiedades y dimensiones. Luego me concentré en la categorización de cada uno en *Word* y en papel a través de subrayados de colores y asignación de categorías.

Capítulo III. El Callejón de la Belleza como productor de cuerpos

El objetivo de este capítulo es describir cómo se relacionan las prácticas corporales en la configuración espacial del Callejón de la Belleza. Éste está dividido en dos secciones: en la primera, bosquejo el contexto social de mi unidad de estudio; en la segunda, analizo las corporalidades que allí se producen, pues al situar la investigación en el Callejón de la Belleza, existen unas coordenadas de clase, racialización y género que dan forma al proceso de encarnación de la feminidad de las aplicadoras.

1. El espacio donde los cuerpos habitan

Al emplazarse en el Centro Histórico de la Ciudad de México, el Callejón de la Belleza es un espacio con un contexto social, histórico y económico que lo particulariza y lo diferencia de otros donde se proveen servicios estéticos y corporales. Aunque parezca que dicha cuestión me desvía de mi pregunta de investigación, al seleccionar a las aplicadoras como unidad de análisis, la dimensión laboral es transversal en mi trabajo. Por ello, a continuación, describo el contexto que enmarca su trabajo.

1.1.El Callejón de la Belleza

El Callejón de la Belleza se localiza en el extremo oriente del Centro Histórico. A escasas calles del Zócalo, un sitio histórico, turístico y emblemático de la Ciudad de México. En el barrio de la Merced, cerca del mercado homónimo. Específicamente, a un Costado del Ex Convento de Nuestra Señora de la Merced. Este barrio está dividido en dos zonas: Una de ellas corresponde a la colonia Merced Balbuena, perteneciente a la Alcaldía Venustiano Carranza. Allí se localizan los mercados de abasto y viviendas populares. En la otra zona se encuentra la “Antigua Merced”, la cual se emplaza en el perímetro “A” del Centro Histórico,⁵¹ perteneciente a la Alcaldía Cuauhtémoc. Allí se ubica el Callejón de la Belleza.

⁵¹ El perímetro “A” es un área aproximada de 3 kilómetros cuadrados, que concentra la parte más antigua de la ciudad y el mayor número de edificios históricos. Para el año 1987, fue inscrito en la lista del Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO.

En noticias en la web aseguran que se le conoce como el spa callejero más grande de Latinoamérica o el Callejón de los Milagros,⁵² puesto que allí se filmó una película con el mismo nombre.⁵³ Yo le pregunté a Rosa,⁵⁴ sí era cierto que allí se había grabado dicho filme. Ella me contestó de manera afirmativa y, además, me indicó los nombres de otras telenovelas a las cuales, La Alhóndiga les había servido de locación. No alcancé a memorizarlas ni registrarlas en el diario de campo. Este lugar se encuentra compuesto por Plaza de la Belleza, la Plaza Atarazanas, la Plaza de las Uñas o el Parque de la Alhóndiga y la Calle de la Alhóndiga. Las dos primeras son resultado de los procesos de formalización de los comerciantes informales y las últimas presentan la característica del ambulante.

Desde las inmediaciones del Callejón de la Belleza, se pueden observar la cantidad de sombrillas y carpas que dan sombra a los y las vendedores que allí se resguardan. También se alcanza escuchar el bullicio de vendedores que ofrecen sus productos con gritos. Al interior de éste, se distinguen con más precisión qué dicen. Esta retahíla está compuesta por frases como: “Pásele, pásele”, “Damita, adelante, pasa y pregunta ¿Qué te doy?”, “Amiga, te plancho las cejas, te rizo tus pestañas”, “Pásele, Bonita. ¿Cómo qué buscaba?”. Los fines de semana se puede escuchar la voz locutores de todas las plazas promocionando los negocios de belleza y comida. Todo ello se mezcla con las canciones emitidas desde diferentes puestos a altos decibeles y sobrepuestas entre sí. La mayoría de género de banda, salsa, reggaetón o bachata. Y los cláxones de los vehículos que están atrancados en las calles. Asimismo, es imposible pasar inadvertido el sentido del olfato. Éste es un espacio en el que el olor a químico de las prácticas de belleza y convive con el de los tacos, el aceite quemado y el humo procedente de los puestos de comida callejeros. Todo ello crea una atmósfera de caos y

⁵² Aunque reconozco las múltiples formas como las personas nombran el espacio, a lo largo de mi trabajo me referiré a éste como el Callejón de la Belleza. La decisión de nombrarle así se debe a que si bien, el Callejón de los Milagros me podría brindar información sobre los milagros que algunas mujeres afirman que suceden. Sin embargo, al buscarlo en *Google Maps* me aparecían dos lugares homónimos, ubicados en las calles de Donceles y Leandro Valle. Con el fin de evitar confusiones desistí de llamarlo de dicha forma. De igual manera, al llamarle Plaza de la Belleza, consideré que también se podrían generar desconciertos, ya que uno de los establecimientos locales se llamada de ese modo. Por lo tanto, decidí conservar el Callejón de la Belleza, nombre con el cual inicialmente conocí el lugar.

⁵³ Ésta fue dirigida por Jorge Fons en el año de 1995, protagonizada por Salma Hayek y basada en la novela homónima escrita por Naguib Mahfuz.

⁵⁴ Vendedora de rosas, cuyo puesto se encuentra ubicado a un costado de La Alhóndiga.

desorden. Estar en este espacio implica una sobre estimulación de los sentidos y ser testigo de saturación sensorial.

El Callejón de la Belleza provee servicios estéticos y corporales de lunes a domingo. A las 9 de la mañana empieza a verse como las locatarias y locatarios abren sus negocios, y las y los puesteros empiezan a poner sus puestos. Entre seis y siete de la noche, guardan sus mercancías y cierran sus negocios. En cuanto a días de la semana, hay mayor afluencia los jueves, viernes y sábados. Lupita, una aplicadora de la Plaza de las Uñas, me comentaba que esto se debe a que son días de fiesta en los que las mujeres quieren arreglarse. Aunque según ella, ahora es más común que las mujeres lo hagan en su cotidianidad. Incluso, hay quienes piden turnos en las noches, aproximadamente a las 9 de la noche. Según la época del año, el gentío de personas en el Callejón varía. En fechas como San Valentín, Día de la Madre, Graduaciones, *Halloween*, Día de Muertos y Navidad hay mayor demanda, debido a que se incrementan los compromisos sociales de la clientela. Las fechas especiales y celebraciones también cobran relevancia en el adorno de las uñas, ya que las temporadas sirven de inspiración a las aplicadoras de uñas para realizar diseños y decoraciones.

En temporada decembrina, andar por las calles del oriente del centro es casi imposible. El comercio informal crece y los consumidores también aumentan. Como esta es la época en que hay mayor número de reuniones sociales, la demanda de las mujeres que van a hacerse procedimientos incrementa. La Güera me decía entre risas que “*Las mujeres todo el año andaban chimoltrufias,⁵⁵ pero en diciembre, no*”.

Entre enero y febrero, el Callejón de la Belleza deja de serlo y se convierte en la Romería Internacional del Niño Dios. Una tradición de gran importancia para el barrio en el sentido religioso y comercial que festeja el Día de la Candelaria, llevada a cabo el 2 de febrero. Ésta lleva más de 66 años en lugar, ya que en la calle Talavera, tradicionalmente se han vendido figuras religiosas del Niño Dios. En la romería, es posible encontrar venta de figuras e indumentaria del Niño Dios. También hay talleres de restauración y venta de antojitos mexicanos.

⁵⁵ Chimoltrufia es el nombre de un personaje interpretado por Florinda Meza en *Los Caquitos*, un sketch del programa de televisión mexicana, Chespirito, de Roberto Gómez Bolaños, un comediante muy famoso en América Latina. Este apodo deriva de la combinación de las palabras: chimuela –alguien al que le falta algún diente– y atrofiada. La apariencia personal de este personaje hace referencia a una mujer “desarreglada”.

Todo esto transforma radicalmente el espacio. Una aplicadora de uñas con quien conversé me explicaba que la Alcaldía de Cuauhtémoc les da los permisos a artesanos y comerciantes provenientes de diferentes regiones del país. Razón por la que la Plaza de las Uñas no cuenta con los permisos para establecerse allí, por lo cual deben desalojar el lugar por un mes. Algunas aplicadoras aprovechan para descansar después de la temporada decembrina, otras continúan realizando su labor en otras partes de la ciudad, algunas rentan el espacio en la Plaza Atarazanas y otras deciden poner sus puestos entre las banquetas y la orilla de la avenida. Otro acontecimiento relevante para la vida de los comerciantes de La Merced, incluidas las aplicadoras de uñas, es el festejo de la Virgen de La Merced, llevado a cabo el 24 de septiembre.⁵⁶

1.1.1. Plaza de la Belleza:



Ilustración 1. Plaza de la Belleza.

Una plaza comercial de fachada color rosa mexicano ubicada en la esquina de las calles Venustiano Carranza y Jesús María. Desde fuera se alcanza a observar una lámpara grande con lágrimas de cristal que cuelga del techo. Al ingresar allí, vendedores alzan sus voces para ofrecer sus productos para cabello, uñas y piel. Estos distribuyen sus productos al mayoreo o al menudeo. En una ocasión, ingresé a la Plaza

de la Belleza, le pregunté a un vendedor si tenía información sobre el Festejo de la Virgen de la Merced. Él respondió diciendo que no tenía ni idea, que no sabía nada de eso ni le interesaba, porque si cruzaba la calle y se metía a ese lugar – señalaba con su vista a la Plaza de las Uñas– seguramente, salía sin zapatos. De esta forma, me fue posible considerar que al interior de este espacio hay percepciones distintas sobre el peligro y la relación con el ambulante, aunque transitan y comparten el mismo lugar. Los viernes y sábados, hay una locutora mujer que con micrófono en mano está constantemente promocionando cada uno de

⁵⁶ Diana Silva (2015) sostiene que los comerciantes también forman relaciones familiares o de compadrazgo en las que el barrio, la religión y las relaciones laborales son fundamentales en la construcción de dichos vínculos, los cuales ayudan a soportar las dificultades cotidianas y a la creación de colectividad.

los locales de la plaza en alternancia con la música. Allí *Beauty Nails* tiene un puesto y es donde trabaja La Gordita, una de mis interlocutoras.

1.1.2. *Calle de la Alhóndiga*.⁵⁷

En ambos costados de esta calle es posible encontrar locales comerciales en los que se pueden conseguir secadoras, planchas y rizadoras para el cabello. En algunos casos, estas herramientas están colgadas en los techos de los establecimientos. En medio de la calle, hay un pasillo de puestos ambulantes, donde se escuchan los gritos de vendedores ofreciendo sus productos e invitando a probarlos. Como cosméticos, productos para uñas, piel, vitaminas, exfoliantes de carbón, termoprotectores o queratinas para el cabello. Particularmente, hay un puestero que grita muy alto y constantemente “*Se arreglan máquinas de corte, planchas y tenazas de cabello*”.



Ilustración 2. *Calle de La Alhóndiga*

Es una calle muy estrecha, atiborrada de gente. Los puestos están cubiertos con sombrillas de color blanco. Anteriormente eran de diferentes colores. Allí también transitan varones con diablos⁵⁸ cargados de mercancía, lo cual dificulta la movilidad. Hay que caminar lento, pero prestar atención para evitar ser atropellada. Aunque ellos advierten “*Ahí va el diablo*”. A pesar que sea un espacio de consumo, allí no hay tiempo para hacer compras de manera pausada. En cualquier tramo del camino, existe la posibilidad de toparse con humo procedente de un planchado de cabello que le están haciendo a alguna clienta. Ver cómo en medio del espacio público se colocan extensiones de cabello o se realizan depilaciones. En los últimos meses, me di cuenta que todas las vendedoras, vendedores y jaladores ahora usan como uniforme una bata blanca, lo cual me hace pensar que es una acción del líder del mercado que tiene la intención de mostrar una homogenización del comercio informal. Allí, *Beauty Nails* también cuenta con un puesto

⁵⁷ Esta palabra de origen árabe designa un establecimiento que se dedica a la venta, compra y depósito de cereales y otros alimentos.

⁵⁸ Carros metálicos de carga.

en el que venden productos especializados para las uñas, éste se pone todos los días y rota a sus vendedores.

1.1.3. *Plaza de las Uñas o Parque de la Alhóndiga:*

Entre las calles Manzanares, Talavera y Jesús María y el Ex Convento de Nuestra Señora de la Merced, está la Plaza Alonso García Bravo conocida como la Plaza de las Uñas o Parque de la Alhóndiga. En la mitad del lugar se halla una estatua en evocación a dicho personaje. Su placa es un reconocimiento al “*Más notable alarife que llegó con Hernán Cortés, y quien trazó la Ciudad de México, Veracruz y Oaxaca*”. En su monumento, se le representa sentado en una barca mientras en sus manos sostiene un mapa y lo acompañan dos indígenas que van remando. Aunque no tiene ningún protagonismo en el espacio, he llegado a ver tubos de fierro y lonas arrojadas ahí.

Antes del cambio de gobierno en 2018, había una estructura de fierro en color verde. En su interior, había dos pasillos, en los que de lado a lado se distribuían los puestos, cuyo tamaño es menor de 2 por 2 metros. Éstos en mayoría se dedicaban a la aplicación de uñas o comercialización de productos relacionados con esta práctica. En otros se colocaban extensiones de cabello, se hacían trenzas o se vendían “pupilentes”. La vista quedaba alterada por la combinación de las luces neones dispuestas e instaladas en los puestos que estaban cubiertos por lonas y por la gran cantidad de maniqués de manos colgantes, de plástico y de



Ilustración 3. *Plaza de las Uñas.*

color “*piel*” que se sobreponían uno de encima de otro, con uñas postizas que son los muestrarios. En estos, las aplicadoras exhiben diferentes diseños en los que se destacan: la longitud, el multicolor y los brillos. Los anuncios en los que se publicitaban los servicios en su gran mayoría eran de color rosa, algunos eran impresos en

lonas, otros tenían luces *LED* y también había cartulinas fluorescentes.

Después del cambio de gobierno, la Plaza de la Uñas cuenta con una estructura grande de fierro blanco, un color asociado a la limpieza. Lo cual da cuenta que tal acción es un intento de mitigar la suciedad vinculada al comercio informal. Al interior de sus tuberías

contiene las conexiones eléctricas. Ya no existen las lonas de antes lo que permite una mejor circulación del aire. Aunque el olor a químico y el bochorno siguen siendo predominantes. Algunos puestos se ubicaron sobre la calle, lo cual hace que sean más visibles, pues antes pasaban desapercibidos porque se encontraban camuflados por los puestos de tacos callejeros y de toallas que lo rodeaban. En ese momento, no todos contaban con el nombre del negocio, sólo algunos, los cuales estaban impresos en lonas y ubicados al fondo, en estos destacan los colores pasteles y la mayoría están compuestos por la palabra <<Nails>>. Posteriormente, se ha ido expandiendo el espacio, los puestos abarcan más zonas de la plaza. El comercio se ha diversificado al punto que ahora hay negocios de ropa deportiva e interior, toallas y agujetas. Los puestos se ven más consolidados que antes, ahora ya todos cuentan con los letreros con sus nombres y algunos llegan a tener fondos de telas con brillos. De la misma forma, estos cambios obedecen a las mejoras de las condiciones del comercio que ha tenido que realizar el líder del lugar. Aunque el Plaza de las Uñas ya perdió el neón, los diseños de las uñas siguen siendo protagonistas del espacio.

Los puestos que conforman la Plaza de las Uñas presentan una decoración muy similar. En todos hay una mesa sobre la cual se realizan los procedimientos. En estas hay variedad de manteles, algunos sólo son de color blanco y otros son de estampados florales o de *animal print*. Sobre las mesas descansan las herramientas de aplicadoras y aplicadores, las cuales son de color rosa o con brillos. Cojines cilíndricos y de colores llamativos, algunos tienen *glitter*, lentejuelas, corazones, flores, algún estampado de *Animal Print* o de un solo tono con la marca bordada. Las certificaciones otorgadas por la SEP⁵⁹ son visibles en los puestos o en las tarjetas de las aplicadoras, ya que no puede haber en este lugar nadie que no esté certificado, bien sea en un papel dispuesto en el espacio o anunciado junto al nombre del puesto. Incluso he visto que en uno de los puestos es posible pagar con tarjeta de crédito o débito. De un lado de la mesa, están las aplicadoras sentadas en bancos de plástico. Cuando no tienen clientas están mirando sus celulares, conversando con sus compañeras,

⁵⁹ Secretaría de Educación Pública. Para poder ofrecer servicios de belleza dentro de la Plaza de las Uñas, es necesario que las aplicadoras hagan un examen que deben aprobar para que la SEP las certifique como prestadoras de servicios de salud.

adornándose sus uñas o haciendo muestrarios. Del otro, está el lugar de las clientas, quienes se sientan en los mismos taburetes y en el suelo recargan sus bolsas.

Gabriela Arango (2011) señala que en las ciudades es visible como han proliferado establecimientos que ofrecen servicios estéticos y corporales. Quiero resaltar que en ellas existen diversidad de ofertas en las estéticas que tienen correspondencia con una demanda configurada desde clase, género, edad, identidades culturales y/o profesionales. En los últimos años, el negocio de las estéticas se ha propagado y cambiado. Ya no solamente se encuentran las peluquerías *unisex* que surgieron en la década de los setentas. Ahora, las estéticas han buscado restablecer los espacios diferenciados, lo cual ha llevado al resurgimiento de las barberías, cuyo objetivo ha sido reivindicar un espacio exclusivamente masculino. Y a la aparición de negocios especializados en un público feminizado como es el caso de los *Nails Bar* o Salones de Uñas. Estos están especializados en el cuidado de manos y pies. Si bien se ofrecen otros servicios como depilaciones, peinados, extensiones de pestañas, la intención es que las mujeres vayan a estos lugares para relajarse y tomar algo en compañía de sus amigas.

En estos lugares, la disposición espacial coloca a las clientas en sillas grandes, acolchadas, confortables y en un nivel más alto que el de las manicuristas, a quienes se localiza en sillas más pequeñas, con ruedas y espaldares pequeños o, incluso sin espaldares en un nivel inferior. Ahora bien, este concepto se ha reinterpretado en varios lugares de la Ciudad, como sucede en el Callejón de la Belleza. Donde a pesar que las condiciones son iguales de cada extremo de la mesa porque usan los mismos banquitos de plástico y están a la misma altura, pero no existe ninguna intención de generar una interacción más horizontal, sino que se debe a que de esta forma puede haber mayor capacidad de clientas, lo que se traduce en ganancias económicas. Allí se encuentran dos de mis interlocutoras: La Chaparrita y La Güera.



Ilustración 4. Plaza de las Uñas

En la Plaza de las Uñas también es posible encontrar puestos en los que venden *garnachas*⁶⁰ *chilangas*,⁶¹ las cuales incrementan los fines de semana. Hay una oferta amplia de comida. Como tacos de suadero, longaniza, barbacoa, papas fritas, aguas frescas, plátanos, frutas de temporada, pizzas, *hot dogs*, entre otros. De allí proviene el olor a humo, a taco y a frituras que se mezclan con el olor a químico de las uñas.

1.1.4. Plaza Atarazanas

La Plaza Atarazanas está ubicada entre las calles Talavera, Roldán y Manzanares; a un costado del Claustro del Convento de Nuestra Señora de la Merced. Cabe resaltar que Delgadillo (2016) menciona que, junto al lago de Texcoco, cuyas cercanías se encontraban en La Merced, se construyeron las Atarazanas, lugares utilizados para guardar las embarcaciones españolas utilizadas en la conquista. Así que no es aleatorio el nombre de esta plaza que fue inaugurada en el 2013. Este espacio comercial cuenta con una estructura similar a la de cualquier otra plaza. Tiene locales a los costados con aparadores de vidrio. Dos plantas conectadas entre sí por una escalera eléctrica y un elevador. En su interior hay un altar a la Virgen de Guadalupe, de la Merced y de Juquilá.

En la planta baja, se ubican otros locales comerciales que dividen el espacio y rentan pequeños puestos para la aplicación de uñas. Posibles de determinar porque al ingresar a ellos se encuentran varios anuncios con los nombres de cada uno de los puestos de uñas y diferentes tipos de mobiliarios que los diferencian y certificaciones de la SEP. Hay otros en los que comercian diferentes productos de belleza. Algunos tienen ingreso dentro y fuera de la plaza. En una esquina, hay un local dedicado a productos para varones que se reconoce por el poste azul, blanco y rojo clásico de las barberías. El único en todo el Callejón de la Belleza que se especializa exclusivamente en un público masculino. En el medio, se sitúan unas islas destinadas a tratamientos faciales, los cuales incluyen limpieza o aplicación de colágeno a través de máquinas y camillas dispuestas en el pasillo principal de la Plaza. Éste es el procedimiento que más varones se realizan.

⁶⁰ En Ciudad de México, se le denomina *garnacha* a cualquier comida que se vende en la calle. Sin embargo, en otras regiones del país, es un platillo con diversas variantes.

⁶¹ Gentilicio coloquial usado para designar a las personas oriundas de la Ciudad de México y su área metropolitana.



Ilustración 5. Plaza Atarazanas.

También se ofrece el planchado de cejas, aplicación y rizado de pestañas y depilación con hilo. Al inicio de mis observaciones, noté que la mayoría de estos puestos usaban el color rosa en sus uniformes y mobiliarios. Uno de estos negocios utiliza en su eslogan “*Los de verde*” como estrategia comercial y de identificación. Posteriormente, me di cuenta

que esta táctica de venta cambió, pues ya no sólo están los verdes, ahora hay uniformes de color púrpura, rojo y verde menta, y queda un puesto de color rosa. En el primer piso cuentan con estéticas que brindan servicios y procedimientos más elaborados, como queratinas, alisados permanentes, tintes, *balayage*,⁶² cortes con tijeras calientes, cuyos costos son más elevados.

Los fines de semana, la administración de la plaza contrata a un locutor que interrumpe la música que transmiten para publicitar a algunas taquerías cercanas de la plaza, los servicios y productos en su interior. Cuando tomé mi curso de aplicación de uñas, la voz del locutor estaba presente todos los fines de semana hasta las cinco de la tarde. Empecé a prestarle una atención más detallada a locutor porque noté que sus anuncios eran relevadores de los ideales de belleza valorados en este espacio. Hay anuncios de productos que prometen el crecimiento de senos, glúteos, labios y pestañas. Algunos ofrecen quitar manchas y aclarar la piel. Otros que ayudan a eliminar el acné y sus manchas. También se promocionan tintes sin amoníaco para las mujeres embarazadas y que sobrellevan de algún tipo de cáncer. Hay un local en el que se hacen sanaciones y curaciones de enfermedades en general. Por último, una vez, escuché que el locutor estaba patrocinando un producto que servía para el mal olor, las infecciones vaginales y que, además, ayudaba a estrechar la zona de la vagina. Lo anterior me hizo cuestionarme qué propósito y a quién beneficiaba esta práctica.

⁶² Técnica de origen francés, cuya palabra significa barrer. Ésta consiste en teñir por medio de un barrido de raíces a puntas cuyo propósito es aclarar el cabello por medio de reflejos.

En este lugar, también se realizan diversos eventos. En diciembre vi una tarima en la que posiblemente tocó un grupo musical con motivo de la celebración de navidad. El Día de la Candelaria organizaron una misa acorde a la festividad religiosa. Otro día, presencié, una orquesta musical en una tarima ubicada en la entrada de la Plaza Atarazanas. Ésta tocaba música ranchera, banda y corridos. Había una gran aglomeración de personas viéndoles. En la pared, había un cartel que decía *Programa de Identidad Barrial y Rescate Barrial 2019 por parte de la Alcaldía Cuauhtémoc*. En ocasiones, se realizan cursos para que las clientas aprendan a colocar pestañas postizas, rizar pestañas, planchar cejas o aplicar uñas acrílicas. Éstos son iniciativas propias de cada uno de los negocios al interior de la plaza. Asimismo, dependiendo de la temporada hay diferente tipo de decoración. En el primer piso de esta plaza se encuentra la oficina de la administración, tienen un reglamento en el que prohíben tomar fotografías del lugar y se pueden encontrar a varios vigilantes de seguridad. Allí se encuentra otra sede de *Beauty Nails* y es donde trabaja La Patrona.

1.2. Presencia y apropiación por parte de sectores populares

En este apartado me interesa hacer hincapié que en el Callejón de la Belleza ha habido una presencia histórica y una apropiación por parte de los sectores populares. Este punto cobra gran relevancia en la presente investigación porque sobre éste se sustenta el argumento de la clase social, la cual obedece a procesos socio-históricos acontecidos en La Merced. El cual más adelante tendrá sentido cuando exponga a qué me estoy refiriendo por feminidad hiperbolizada. Ahora bien, éste también conlleva a hacer mención de elementos implícitos tras el proceso de colonización, los cuales tienen una incidencia fundamental en mi principal argumento. Moctezuma (2016) afirma que La Merced era un lugar conocido por los sectores populares como espacio estratégico para la supervivencia. Particularmente por el comercio callejero, que estaba ligado con la centralidad comercial y popular del espacio. Ahora bien, a partir de mi trabajo de campo, yo considero que también es uno de ocio y consumo.

Con el propósito de dar cuenta de los procesos socio-históricos acontecidos en La Merced que han dado como resultado la presencia y apropiación de los sectores populares, considero necesario trazar brevemente el contexto histórico del barrio de La Merced. Delgadillo (2016) expone que, durante la época prehispánica, La Merced se localizaba en el oriente de México Tenochtitlán, colindando con el lago de Texcoco. Posteriormente, en la

Colonia, una sección del barrio de La Merced fue parte de la traza de los españoles y la otra fue constituida por “arrabales indígenas”. Como consecuencia del proceso de expansión urbana, en el marco de las Leyes de Reforma de 1959 se expropiaron los bienes de “manos muertas” de las corporaciones civiles y religiosas. Entonces, en 1861 fue parcialmente destruido el convento de La Merced y se construyó un nuevo mercado en 1880 que sustituyó mercado El Volador. Para el año 1910, La Merced ya se había consolidado. Esta antigua zona, antes periférica, se anexa al Centro de la Ciudad de México. Por ello es relevante recapacitar que, aunque el Callejón de la belleza puede ser considerado un centro geográfico no necesariamente lo es, pues también puede ser periférico en términos sociales.

Subsiguientemente, suceden dos grandes acontecimientos. El primero ocurre en la década de los cincuenta del siglo XX, cuando se inauguró de la Avenida Circunvalación, una barrera física que dividió el sector. El segundo sucede cuando se demolió el antiguo mercado de La Merced, localizado en La Alhóndiga, calle en la que se encuentra el Callejón de la Belleza, y se trasladó a la Alcaldía Venustiano Carranza, donde se ubica actualmente. Según Soler (2016), lo anterior se debe a que, en 1982, bajo el gobierno del Regente⁶³ Carlos Hank González se creó un nuevo plan de ordenamiento urbano con el propósito de regular y centralizar el comercio de la ciudad en un solo lugar, dando paso a la Central de Abastos, ubicada en la Alcaldía Iztapalapa.

En concordancia con lo recientemente nombrado, Rosa, vendedora de rosas de un puesto en La Alhóndiga, me comentó que, en la década de los setentas, cuando ella llegó, el lugar todavía conservaba dicho uso inicial. Posteriormente, hubo venta de calzones de manta, luego baberos. Después se localizaban bodegas de papas y seguidamente fueron bodegas de chiles. Por último, en sus palabras, llegaron las perfumerías. Ella me argumentó que tal cambio se dio a causa de que las bodegas desocupadas atrajeron una nueva oferta de la creciente industria de la belleza. En el caso de *Beauty Nails*, La Patrona me contó que todo empezó hace 18 años, cuando su madre vendía sellos para uñas en la calle de República de Guatemala. Posteriormente ella quiso expandir su negocio y a unas calles, encontró el

⁶³ “La Ciudad de México, hasta antes de 1997 estaba gobernada por regentes elegidos directamente por el presidente de la república y miembros del partido único (PRI). Desde 1997 y con las reformas de la constitución mexicana el jefe de Gobierno del Distrito Federal es elegido popularmente. (Silva. 2008 :265)

Callejón de la Belleza. En ese entonces, había pocos puestos, pues hasta ahora estaba comenzando. De esta forma, La Patrona me indicó que este lugar funciona como tal hace aproximadamente 20 años atrás.

En algunas calles aún quedan rezagos de su uso inicial, pues hay pequeños molinos en la zona, en los que se venden granos, especias y chiles secos. Aunque estos pasan desapercibidos por el comercio relativo a la belleza. Soler narra cómo a partir de los años setenta y ochenta, las plazas comerciales fueron ganando terreno y cambiando las formas de ocio y consumo. Por ello, los mercados del Centro Histórico quedaron relegados a lo popular, pero todavía continúan resistiendo a las lógicas homogeneizadoras y proyectos de modernización. Cuestión que me interesa profundizar en el siguiente apartado.

1.3. Los múltiples intereses en La Merced.

Como ya describí anteriormente, el Callejón de la Belleza es un espacio saturado y con una sobre estimulación sensorial. Aunque parezca desordenado y conflictivo, como afirma Diana Silva (2015), el comercio de las calles de la Ciudad de México es una actividad altamente organizada, puesto que, para ejercerla, los y las comerciantes deben vincularse con organizaciones encabezadas por líderes y lideresas. Éstos hacen una mediación política con el fin de garantizar su permanencia en el espacio público urbano. A cambio de dicha protección, los comerciantes deben dar una contribución monetaria obligatoria y/o apoyar con su participación en manifestaciones públicas y en actos a candidatos políticos.⁶⁴

Mi interés por dichas prácticas clientelistas se debe a que, a partir de mi trabajo de campo, presencié el cambio del gobierno del PRD⁶⁵ al actual gobierno de MORENA,⁶⁶ encabezado por Claudia Sheinbaum.⁶⁷ Por lo tanto, observé modificaciones en los espacios con características de ambulante, especialmente en la Plaza de las Uñas o La Alhóndiga. Ahora bien, lo anterior evidencia los múltiples intereses en la zona del Centro Histórico de

⁶⁴ En otro trabajo Silva (2010) expone que el comercio ambulante de la Ciudad de México guarda una relación con el sistema político institucional, en el que los vendedores ambulantes han sido parte de un sistema de clientelismo que ha beneficiado al Partido Revolucionario Institucional.

⁶⁵ El Partido de la Revolución Democrática es un partido político mexicano fundado el 5 de mayo de 1989 con una ideología de izquierda.

⁶⁶ El movimiento de Renovación Nacional es un partido político mexicano de izquierda, creado el 2 de octubre de 2011 impulsado por Andrés Manuel López Obrador

⁶⁷ Jefa de gobierno de la Ciudad de México desde el 5 de diciembre de 2018 inscrita al partido de Morena.

la Ciudad de México, cuestión contextual que enmarca la labor de las aplicadoras y que por cuestiones metodológicas limitó mi acceso a la información.

Dichos cambios obedecieron a que el líder de la Plaza de las Uñas tuvo que negociar la permanencia de las aplicadoras y comerciantes en el lugar. Esto lo supe porque en febrero de 2019, fui a hacerme *gelish* con La Güera. Yo le comenté que vi el lugar muy diferente. Ella me contestó afirmativamente y agregó “*el nuevo está cambiándolo todo*”. Yo le pregunté: *¿Quién es el nuevo? ¿el líder?* Y me respondió: “*No, Andrés Manuel. Él no quiere que estemos aquí, quiere el espacio limpio*”.

Dicha información me impactó porque evidenciaba que La Güera también concibe que el comercio informal desluce en el espacio. Ella me comentó que justo en ese momento se encontraban en negociación, debido a que hay muchas familias que dependen del negocio, especialmente muchas madres solteras y señoras que todavía quieren trabajar. Yo decidí indagar si ella estaba de acuerdo con AMLO. Ella bajó el tono de su voz, se acercó y me contestó: “*Sí, porque al líder le pagan \$300 diarios por puesto. Algunas mujeres tienen hasta 3 puestos aquí. Nosotras sacamos cuentas y por mes se hace aproximadamente dos millones de pesos. En este lugar, el dinero se mueve entre el agua. Sería mejor que ese dinero se lo den a la Delegación o que se lo queden las señoras mayores o las madres solteras*”. Ella concluyó el tema diciéndome “*Finalmente hubo una negociación y nos redujeron el espacio, pero no nos quitaron porque hay muchas familias que dependen de esto*”.

Esta zona ha sido objeto de múltiples intereses y recientemente han existido programas de rescate y revitalización. El comercio ambulante, el trabajo sexual y la inseguridad han sido asociados a la pérdida de patrimonio. Aun cuando los y las comerciantes han hecho parte de la historia de La Merced. Diana Silva (2010) afirma que estos se han visto afectados por la idea de “Centro Histórico”,⁶⁸ la cual es sustentada bajo el discurso de la conservación del patrimonio histórico como un requisito para que las ciudades se inserten en la economía globalizada. Aunque como afirma Aguiar (2015), los vendedores callejeros o minoristas participan en la globalización desde su posición informal, desde abajo. Cuestión que contradice a la idea hegemónica de globalización relacionada a la inversión e infraestructura

⁶⁸ El centro de la Ciudad de México es la zona que concentra la mayor densidad de monumentos históricos en Latinoamérica.

que algunos actores consideran carente en la parte oriental del Centro Histórico y que es palpable a través de las prácticas de imitación y piratería, que más adelante describo.

Soler argumenta que, aunque los mercados del Centro Histórico de la Ciudad de México quedaron relegados a “lo tradicional”, ahora se encuentran inundados de productos de la geografía mundializada. En el caso que estudio, la oferta claramente está relacionada con la industria de la belleza cuyos productos son “*Made in China*”, aunque también hay hechos en México. Tal fenómeno ha llegado a los espacios urbanos de América latina, transformando la naturaleza legal de las mercancías que están disponibles en las calles y mercados populares.

Tales procesos de revitalización y rescate con lógicas homogeneizadoras y de modernización conllevan el retiro del comercio ambulante como condición para aumentar el turismo y la inversión privada. Dicho modelo de rescate, ha sido impulsado desde el año 2002 por parte del gobierno local e inversionistas privados. En el año 2009, el sector ha sido objeto de programas de rehabilitación y mejoramiento urbano, ya que el programa de “rescate” se ha expandido hacia el oriente, abarcando la “*Antigua Merced*”.⁶⁹ Las acciones que han hecho parte de dicho programa han sido la peatonalización de algunas calles. Según Delgadillo, posterior a estas acciones de rescate del gobierno local han aparecido negocios privados destinados a consumidores de mayores ingresos como la Plaza de la Belleza, restaurantes y peluquerías boutique. Para el autor, éstas son evidencias de formas de gentrificación comercial.

Asimismo, Delgadillo considera que esta política de recuperación efectivamente promueve el turismo, el consumo cultural y la apropiación del patrimonio urbano en las clases medias y altas. Pero estigmatiza, criminaliza y desplaza a ciertas personas y prácticas sociales consideradas no gratas por el gobierno. Como señalé, una de ellas es el comercio informal y la otra, es el trabajo sexual, el cual noté en dos áreas específicas. La primera es en el Anillo Circunvalación. Para llegar al Callejón de la Belleza por el metro La Merced, hay que tomar dicha avenida. A lo largo de la banqueta, se puede ver a mujeres en ejercicio de prostitución a la orilla de la calle. Al principio, me costaba identificarlas, porque mi imaginario sobre éste

⁶⁹ En contraste, hasta el año 2013, la zona de La Merced que se encuentra en la Alcaldía Venustiano Carranza comienza a ser objeto de “rescate integral”.

se vinculaba con una idealización hegemónica del cuerpo femenizado. Yo observaba corporalidades distintas. Había mujeres jóvenes, mayores, delgadas, voluptuosas, gordas, bajas, con cabellos largos o cortos, teñidos y no teñidos. La mayoría de tez morena. Posteriormente, empecé a identificarlas por el uso de ropa ceñida, minifaldas, tacones o pantimedias de mallas negras.

Cuando me fijaba en sus uñas y pestañas con el propósito de analizar si existía algún vínculo con el Callejón de la Belleza, veía que no tenían sus uñas pintadas ni tampoco hacen uso de pestañas postizas. Infero que el no uso de éstas se debe relacionar con los costos elevados de esta práctica. La segunda zona se localiza entre Regina y Jesús María. Al observar a las trabajadoras sexuales que allí estaban, notaba que sí tenían un adorno corporal muy similar al que he visto en el Callejón, dado que llevan pestañas postizas muy largas y voluminosas, extensiones de uñas con brillos y largas.

Ahora bien, dicha percepción de inseguridad no solamente se refleja en el ordenamiento de los mercados y del barrio que han tratado de llevar a cabo cada uno de los gobiernos de turno, sino que también es palpable a través de los relatos de las aplicadoras de las uñas con las que conversé, para quienes el peligro, la inseguridad y el miedo en La Merced son reiterativos. La primera vez que fui, le comenté a Lupita que había llegado por La Merced, ella me comentó: *“No andes sola por La Merced, no es que quiera desprestigiar a mi país, pero más vale prevenir que lamentar. Aquí [en la Plaza de las Uñas] no pasa nada, es una zona segura. Incluso, mira, yo tengo mi celular a la vista”*. De modo semejante, una administradora de un negocio de uñas la Plaza Atarazanas, me decía que no le gustaba la zona, que le parecía fea, caótica y muy sucia. Asimismo, La Güera, quien me comentaba que cuando ingresó a trabajar, se iba y se regresaba por las calles de *“las mujeres que trabajan allí”*, haciendo referencia al trabajo sexual en La Merced. Una vez le comenté a su jefa que se sentía muy insegura de regresar a altas horas de la noche, ella le preguntó por dónde lo hacía y le sugirió que se fuera por el Zócalo. La Güera me dice que, si no hubiera seguido el consejo de su jefa no estaría viva. Entonces, ella llega por Metro la Merced en la mañana y se regresa por el Zócalo, porque se siente más segura a causa de presencia de policía y la iluminación.

Sara Ahmed (2015) propone que el miedo es una experiencia corporizada que funciona para asegurar la relación entre los cuerpos, reuniéndolos o separándolos. En el último caso, este sentimiento opera restableciendo la distancia entre los cuerpos y funciona constituyendo a los otros como temibles. Teniendo en cuenta, la relación entre espacio y movilidad, la autora se cuestiona ¿Qué cuerpos temen a qué cuerpos? Y ¿por qué unos cuerpos están más asustados que otros? Con estos interrogantes en mente, considero que la presencia de diferentes actores ha causado que la zona se asocie con inseguridad, congestión y caos. Pienso que esta estigmatización del espacio a causa de la inseguridad, el trabajo sexual o la delincuencia responde a dos factores.

El primero es en relación al género y apuntala a responder la pregunta sobre qué cuerpos están más asustados que otros. El acceso al espacio público por parte de las mujeres está restringido por las narrativas tradicionales sobre vulnerabilidad femenina, en donde la construcción del afuera es peligrosa, razón por la cual, las mujeres deben estar en guardia cuando están afuera de la casa. Alguien podría debatirme que este aspecto ha cambiado con el paso del tiempo y no lo niego. A pesar de ello, en México, dicha narrativa persiste todavía a causa de la inseguridad que sigue representado el espacio público para las mujeres.⁷⁰

Esto lo puedo ejemplificar en expresiones como las una aplicadora de la Plaza de las Uñas que me mencionaba que ella sentía miedo puesto afirmaba que “*En este país se roban las mujeres*” y además me comentaba que se sentía aún más preocupada porque ella vivía en Ecatepec, dónde ocurrían dichos “robos”. Las aplicadoras que trabajan y circulan por la zona se apropian del espacio público con fines de supervivencia económica, pero como propone Ahmed, tienen cuerpos temerosos porque la feminidad normativa fue construida a partir de la restricción de lo público. En contraste, las mujeres en ejercicio de prostitución son temidas por transgresoras, precisamente porque han habitado y circulado el espacio público que les ha sido negado tradicionalmente.

Y el segundo factor está ligado a la clase y tiene como propósito responder a qué cuerpos temen a otros cuerpos. Esta zona se ha construido socialmente como insegura o peligrosa porque en ella habita lo popular, lo cual conlleva a una estigmatización que se hace

⁷⁰ Aunque también el espacio privado.

visible en la relación entre los cuerpos. Aguilar (2013) plantea: “*un elemento fundamental en la interpretación de la situación es la valoración de la presencia del otro a través de su presentación corporal*” (:96). El autor además señala que dicha valoración no se reduce sólo a lo visual, puesto que también operan otros aspectos sensoriales como los olfativos, táctiles y auditivos.

2. El Callejón de la Belleza como productor de cuerpos

En esta sección me interesa remarcar que el Callejón de la Belleza también es un contexto que moldea los cuerpos de quienes consumen en este lugar. Allí existen diferentes prácticas corporales, las cuales son observables en el espacio público y se representa el cuerpo de manera fragmentada. Pues en éste abundan segmentos de cuerpo en los que se ofertan y se demuestran los servicios. Hay extensiones y pelucas de cabello de múltiples colores y longitudes colgadas en los puestos callejeros de los espacios. Así sucede con las piernas, glúteos y caderas en los que se promocionan los *pants* deportivos que venden, que representan cuerpos voluptuosos. Las manos de muestra abundan, están son maniqués de plástico dispuestos uno tras otro en el espacio. Son de color rosa, grandes, delgadas, sin vellos.



Ilustración 6. *Maniqués*

También se pueden apreciar pies de práctica, pequeños y delgados. Sobre estos, las aplicadoras practican y ofertan los diversos adornos de uñas que pueden elaborar.

Una de mis conclusiones es que éstas tienen una oferta para mujeres, lo cual explica su mayoritaria presencia. Los datos etnográficos que obtuve sugieren que los actores que intervienen en las modificaciones corporales son plurales dado que hay una especialización del trabajo y una división del comercio en la zona, pues las prácticas corporales que allí se llevan a cabo están divididas en el espacio, como ya describí inicialmente. Considero que éste no es solamente un espacio en el que se ofrecen bienes y servicios intercambiables por dinero, porque éste, como muchos otros mercados, es un lugar en el que la cultura sucede. Lo anterior me lleva a analizar que allí existe un consumo de bienes simbólicos que reafirman

identidades que, en este caso están profundamente vinculadas con la racialización, la clase social y el género.

2.1. Racialización:

Las prácticas de modificación de la piel son reiterativas en el espacio, pues en la calle de La Alhóndiga hay una gran oferta de productos como exfoliantes, blanqueadores, mascarillas y vitaminas para la piel. En una ocasión, mientras yo deambulaba en esta calle, un chico me invitó a probar un exfoliante. Lo aplicó en mi mano derecha, y mientras hacía la muestra, me decía que éste iba a suavizar mi piel a través de la remoción de células muertas, ya que gracias a las propiedades del carbón activado blanquearía mi piel. Posteriormente, él retiró el producto y me hizo comparar con mi mano izquierda para comprobarme la efectividad de su producto.



Ilustración 7. *Faciales*

A partir de ésta práctica se puede ver la forma en que operan las lógicas del mestizaje en los discursos y prácticas de belleza. Para Mónica Moreno (2010) éstas están orientadas a mejorar la apariencia personal obteniendo un color más claro de piel. La autora argumenta que las mujeres mestizas mexicanas, sus cuerpos y su piel pueden

llegar a ser significantes de discriminación, pues es justamente en la piel donde se debaten cuestiones como la belleza, la apariencia y el color. Me gustaría aclarar que como afirma Jiménez de Val (2011), los fenotipos raciales no solamente se expresan a través del color de tez, sino que también por medio de la textura del cabello y rasgos fenotípicos faciales particulares. Ahora bien, yo propongo que estas prácticas corporales de belleza no deben pensarse como un resultado del canon eurocéntrico de belleza *per se* sino del proceso de colonización en América latina y el mestizaje que éste se produjo.

La mayoría de productos para la piel ofertados en el Callejón de la Belleza indican ser de origen asiático. Lo anterior obedece a que actualmente, en el mercado, existe un imaginario y un modelo de belleza sobre la piel de las mujeres asiáticas. Éste ideal no

solamente remite a la blancura, también a la ausencia de “imperfecciones” como acné, cicatrices, poros abiertos, manchas o arrugas.

2.2.Clase social:

La belleza es un fenómeno que también debe ser analizado en términos de clase, pues, su industria ha creado una estratificación que se mide por cómo luce el cuerpo y/o los consumos. Muestra de ello es la clasificación que algunas *youtubers* de belleza mexicana realizan en sus vídeos sobre los cosméticos de alta gama, los de farmacia y los de mercados o tianguis. Entonces, las prácticas corporales de belleza que se llevan a cabo en el Callejón de la belleza representan formas asequibles de modificar el cuerpo. Como se puede apreciar en la siguiente viñeta etnográfica:

Una vez que iba de regreso en el Metrobús, escuché la conversación entre tres mujeres. Una de ellas les comentaba a sus acompañantes que preferiría ir La Merced, porque los “bilés”⁷¹ que le constaban entre 40 y 50 pesos en el tianguis de su colonia, allí le valían sólo 20 pesos. Así que para ella sí valía la pena ir. Además, afirmaba que aprovechaba y se compraba blusas.

Ahora bien, resalto que dichas modificaciones corporales no solamente responden a una cuestión netamente monetaria, sino que son formas de acceder simbólicamente a un estatus a través de las prácticas corporales de belleza como se puede ejemplificar a través de la imitación, la piratería y el énfasis en los logos de ciertas marcas de las marcas en la ropa y accesorios de las personas son frecuentes y recurrentes en el Callejón de la Belleza. Como en el caso del logo del oso de la marca *Tous*, la cual se la he visto en repetidas ocasiones en la joyería de La Guerra, de La Mera Mera y en una de las alumnas del curso. O la vez que, en una clase, a las alumnas nos regalaron *tips* con el logo de *Louis Vuitton*.



Ilustración 8. *Louis Vuitton*

⁷¹ Palabra coloquial que usan algunas personas en México para referirse a las barras labiales.

Precisamente, Chang (2004) trabaja sobre este último caso, ya que *Louis Vuitton* es una de las marcas más falsificadas. Esto se debe a que más allá de su precio real, ésta tiene un valor simbólico que otorga un estatus para sus consumidores. Ahora bien, dicho valor simbólico atraviesa la industria de la belleza, la cual recientemente ha tenido un *boom* a causa de las redes sociales, en donde se patrocinan los productos cosméticos. Las marcas y productos que he visto en el Callejón de la Belleza son publicitadas en plataformas como *Youtube*. Sobre la calle de La Alhóndiga es posible reconocer la presencia de cosméticos de imitación de marcas como *Mac*, *Anastasia Beverly Hills*, *Morphe*, *Huda Beauty*, *Kylie Jenner*, *Too Faced*, *Benefit* o *Urban Decay*. En uno de los anuncios publicitarios de lonas se asegura que son productos 100% originales, aunque sus precios están muy por debajo de los costos en tiendas físicas y *online*.

Si bien, ya plasmé qué significados traen consigo dichas prácticas de imitación y piratería que consiste no solamente en la oferta de mercancías sino también en la venta de identidades; también me interesa esbozar que para Byung-Chul Hang (2016) la falsificación, o *Shanzhai* –como se denomina en China– más allá de ser una expresión de creatividad, tiene un efecto subversivo frente al poder económico y los monopolios. Autor con quien coincido, ya que considero que Occidente ya no es el propietario exclusivo de la industria de la belleza. Actualmente se han incorporado economías asiáticas a dicho mercado. Países como Japón y Corea del Sur se han convertido en referentes en belleza y los productos de imitación realizados en China están inundando la geografía mundial. Por lo tanto, como ya expresé anteriormente, el Callejón de la Belleza sí se inserta en la globalización.

2.3.Género:

Black y Sharma (2001) señalan que los salones de belleza o estéticas son un mundo explícitamente heterosexual, pero esto no significa que la clientela y los terapeutas de belleza lo sean. Antes de proceder con su argumento, me interesa remarcar que en el Callejón de la Belleza coexisten distintas identidades de género y orientaciones sexuales, pues trabajan y circulan mujeres trans* y llevan a cabo las mismas prácticas corporales que las cis. Respecto a los varones hay algunos abiertamente homosexuales, pero también heterosexuales, cuestión que matiza el estereotipo gay asociado a lugares donde se prestan servicios corporales y estéticos.

Ahora bien, retomando a las autoras, ellas apuntalan a que el trabajo corporal realizado allí se establece en un contexto heterosexual abierto. Coincidió con las autoras, pero en el caso que estudio, yo sostengo que más bien, allí se reiteran los binarismos de género a través del cuerpo y que, pareciera que el Callejón de la Belleza es un espacio donde la feminidad habita, ya que la presencia de mujeres es mayoritaria y son ellas quienes llevan a cabo las prácticas corporales que allí se ofrecen. Por su parte, la asistencia de clientes varones es minoritaria. El procedimiento que más se realizan son los faciales, pero generalmente, visitan este lugar como acompañantes de sus parejas o familiares. Especialmente los fines de semana. Aunque es notable en su lenguaje corporal la incomodidad y desesperación de estar en estos espacios, pues sienten que es un lugar que no coincide con su masculinidad. Cuestión que no siempre es del agrado de las clientas, como se aprecia a continuación:

Yo estaba limando las uñas de mi mano de muestra En Beauty Nails, cuando llegó una clienta de La China,⁷² quien le preguntó por qué no había venido con su esposo. Su clienta le dijo “Mejor que no venga. ¿Para qué lo necesitamos?” las dos se miraron y luego soltaron una carcajada. Después de transcurrido un tiempo, se acercó la hija de la clienta de La China. Ella le cuestionó a su madre si ya había terminado. La señora gruñó y le dijo: “Estás igual que tu papá, por eso es que no lo traje”.

Ahora bien, mi argumento principal consiste en que en el Callejón de la Belleza se refuerzan los ideales de la feminidad normativa en relación con la belleza, pero en este caso, la manera en que se llevan a la práctica dichos discursos es influenciada por la clase. Conclusión a la cual es posible llegar a través de la observación de las prácticas corporales de belleza existentes en este espacio. Respecto a las relacionadas con el cabello es relevante analizar el modo en que éste ha sido un marcador de feminidad y símbolo de erotismo. Igual que sucede con el adorno de las uñas. A través de la oferta que existe en el Callejón encontré

⁷² Aplicadoras y maestra de *Beauty Nails*. Una vez escuché a una clienta que preguntaba por ella refiriéndose a “la china” con el propósito de diferenciarla de las demás por su cabello rizado. Con la intención de recuperar este rasgo físico, a lo largo del trabajo me referiré a ella de esta forma.

una valoración del cabello largo –ya sea por eso uso de las extensiones o pelucas– con brillo,



Ilustración 9. Extensiones

sin daño y sin canas, lo cual representa un ideal de belleza específico.

Cabe resaltar que no todo el pelo que hay en el cuerpo de las mujeres es socialmente aceptado como es el caso del vello. Por ello, en el Callejón de la Belleza existe una oferta para realizarse depilaciones en el rostro o productos que

prometen disminuir todo el vello corporal con la frecuencia de las aplicaciones. Otras depilaciones que se llevan a cabo allí se realizan en el rostro por medio de hilo o cera. Específicamente en el bigote, cejas y patillas. Lo anterior revela la forma en que son construidos los discursos sobre los cuerpos de las mujeres, debido a que la presencia de vello corporal y facial ha sido asociada con los cuerpos masculinos, aun cuando es una característica de algunos cuerpos adultos. Por ende, las mujeres deben eliminar el vello de diversas maneras, a pesar de lo doloroso que puede llegar a ser. Cuestión que describo en la siguiente viñeta etnográfica:

Una vez vi a una niña de aproximadamente 13 años, a quien su mamá llevó a la Plaza Atarazanas para que le hicieran una depilación en hilo en todo su rostro. El varón que le iba a hacer el procedimiento le preguntó si era la primera vez que lo hacía. Ella hizo una señal afirmativa con su rostro. Él le advirtió que le iba a doler. Luego, él volteó a ver a la mamá y le preguntó de qué manera quería las patillas de su hija. En ese punto, yo me sentí sorprendida porque el hecho de que el varón le preguntara a la madre de la chica cómo deseaba el procedimiento daba cuenta de la poca decisión que tenía la niña sobre su propio cuerpo en comparación con la autoridad de su madre, quien parecía haber tenido control absoluto del mismo.

Asimismo, las prácticas relacionadas con las cejas y las pestañas tienen mayor oferta y demanda. Éstas se realizan en la Plaza Atarazanas, donde las clientelas se amontonan para realizarse planchados de cejas, aplicación y rizados de pestañas. Particularmente, el olor a

químico allí también es muy fuerte. Las *lashistas*⁷³ les proporcionan impresiones laminadas, similares a las cartas de algunos restaurantes de comida corrida.⁷⁴ Las opciones son ángulo marcado, ángulo suave, ceja redonda, en forma de <<S>> o plana. Las cejas pigmentadas, tupidas, con forma y alaciadas son las más valoradas. Este menú de procedimientos también incluye el tipo de pestañas postizas: una por una, por grupo o *mink*.⁷⁵



Ilustración 10. *Planchado de Cejas*

Todas las veces que transité por allí observaba la misma escena. A las clientas pacientes y sentadas en los banquitos en forma de cubos y acolchados. Algunas con papel de punta⁷⁶ en sus cejas. Otras con pequeños tubos en sus pestañas. También detecté a varias que con lágrimas en sus ojos se abanicaban sus nuevas extensiones. Mientras tanto, las *lashistas* con sus uniformes, tapabocas, bolsas o cangureras. Algunas con chongos en los que ponen sus herramientas realizando los mismos procedimientos con varias clientas a la vez. Llegué a contar hasta ocho mujeres al mismo tiempo.

Las primeras veces que yo fui al Callejón de la Belleza, me sentía muy impresionada por las extensiones de pestaña que las mujeres portaban. En una ocasión en la que experimenté con un lifting de pestañas, la lashista me midió el largo de las pestañas e inmediatamente me dijo ¿Son así tus pestañas o les pasó algo? Refiriéndose a la longitud, a lo que contesté que siempre las he tenido cortas y poco voluminosas. Luego, me aconsejó comprarme un aceite de ricino, cuyo costo era de \$10 pesos y lo podía adquirir en una de las tiendas contiguas. Me decía que tuvo una época con pestañas como las mías, pero que el uso del aceite todas las noches le ayudó a al crecimiento de sus pestañas.

⁷³ Forma en que se denominan las *Aplicadoras de pestañas postizas*.

⁷⁴ Forma en que se le denomina a una comida cuya característica es ser rápida, económica y cuenta con un menú previamente determinado.

⁷⁵ Extensiones de mayor calidad, ya que son más flexibles. Se aplican una a una sobre la pestaña natural.

⁷⁶ Es un papel utilizado para hacer procedimientos estéticos de color blanco de tipo absorbente.

Por lo tanto, la lectura que ella hizo de mis pestañas es que no correspondían con las deseadas. Y sin que yo se lo preguntara, ella me sugirió una forma económica que implicaba disciplina para poder modificarlas. Las pestañas ideales deben ser abundantes, voluminosas, rizadas, negras y largas. Lo anterior es deseado a causa que en los discursos que circulan se aprecian ojos grandes, redondos, con pliegues en los párpados y “expresivos” ¿Pero qué tipo de expresiones deben tener los ojos? No se valora que éstos reflejen fatiga, cansancio o tristeza. Emociones que socialmente no les son permitidas a las mujeres.

Asimismo, a partir del trabajo de campo, identifiqué un adorno corporal común en el Callejón de la Belleza, cuya estética se caracteriza por la exageración y la ostentación, pero vale la pena aclarar que no es la única. Por ejemplo, observé varios perfiles de clientela, así que no podría decir que existe un solo tipo. En este espacio transitan cuerpos diversos que no siempre corresponden con el canon de belleza. Hay mujeres con cuerpos más rollizos que otros. También hay delgados. En menor medida, he visto cuerpos que parecieran ser siliconados. El patrón común que identifiqué es que la forma en que visten sus cuerpos, con *pants* o pantalones de mezclilla o blusas que tienden a enfatizar las curvas de los senos, la cintura, la cadera y el trasero. Esas partes del cuerpo que socialmente se han construido como femeninas y que también han sido sexualizadas. La presencia de brillos es reiterativa, no solamente en sus uñas, también en sus accesorios para el cabello, en su joyería o en su vestuario.

Hay otras mujeres que tienen un estilo muy deportivo. El calzado bajo, y en su mayoría deportivo, es predominante en el espacio. Como ya expuse anteriormente, los logos de las marcas en su ropa suelen ser muy vistosos. Debo resaltar que el Callejón condiciona la creación de corporalidades, dadas las características espaciales que presenta el lugar, puesto que ir a esa parte del Centro Histórico de la Ciudad de México requiere vestirse de determinada manera, como plasmo con la siguiente viñeta:

Una vez en Beauty Nails, me encontraba pegando unos tips blancos en mi mano de muestra,⁷⁷ cuando escuché que La Patrona alzó su voz y preguntó “¿En el centro y con tacones? ¿quién usa tacones en el centro?” Todas las personas que estábamos presentes en

⁷⁷ Es una mano de plástico en la que se practican los diseños de las uñas acrílicas.

el lugar, volteamos a mirar. Observé a una mujer que caminaba por la calle. Ella portaba un vestido amarillo con flores rosas y tacones altos.

En la corporalidad de los varones que trabajan en *Beauty Nails* se aprecia su relación con la moda masculina promocionada por la cultura del *hip hop*, *trap* y *reggaetón*. Suelen vestir con ropa holgada, gorras de visera plana y rígida y/o tenis de basquetbolista. Llevan joyas, tanto en sus orejas o dedos. El cabello lo usan corto, incluso, lo delinear a los costados. En el caso de los infantes, su adorno corporal también es muy generizado. Los niños suelen vestir similar que los aplicadoras; en contraste, las niñas tienen cabellos largos, usan joyería y colores pastales. Incluso vi a algunas con uñas pintadas o acrílicas.

Por último, respecto a las aplicadoras, la mayoría también usa pestañas postizas largas y voluminosas. En su ropa, e incluso, en sus herramientas de trabajo, hay brillos. Me di cuenta que el uso de uniformes o tapabocas no es igual en todos los espacios. En el caso de la Plaza de las Uñas, no todas las aplicadoras los usan, aun cuando su labor implica manipulación de químicos. Por su parte, en la Plaza Atarazanas, sí usan batas y tapabocas. Su adorno corporal no solamente está vinculado con su pertenencia a la clase social, también tiene relación con su identidad profesional. Por último, me interesa puntualizar que el adorno de las uñas debe destacar por longitud, multicolor, textura y brillos. Igualmente, las aplicadoras se hacen uñas acrílicas como las que realizan a sus clientas o mucho más elaboradas, las cuales se caracterizan por la combinación de diferentes elementos.

Consideraciones finales del Capítulo

Al estar situado en el Centro Histórico de la Ciudad de México, el Callejón de la Belleza presenta un contexto que lo particulariza y lo diferencia de otros lugares donde se proveen servicios estéticos y corporales de otras partes de esta Megalópolis. Es un espacio comercial saturado que, aunque parezca desorganizado, caótico y conflictivo, el comercio que allí ocurre es una actividad altamente ordenada porque, para ejercerla, los y las comerciantes ambulantes deben vincularse con organizaciones encabezadas por líderes y lideresas. El ambulante, el trabajo sexual y la inseguridad del barrio de La Merced han sido asociados a la pérdida del patrimonio histórico. La conservación de éste ha sido vista como un requisito para que las ciudades se inserten en la economía globalizada, ya que estimula el turismo y la

inversión privada. No obstante, este tipo de comercio sí se inserta en la globalización, pero lo hace desde su posición informal, desde abajo.

Las aplicadoras también tienen las mismas percepciones de inseguridad, peligro y estigmatización de la zona. Lo anterior está mediado por: la clase social porque la interseccionalidad se hace evidente a través del cuerpo, el cual constituye a unos otros como temibles, lo cual corresponde con algunos cuerpos que circulan en La Merced. Y por el género, porque los cuerpos que tienen miedo son los de las mujeres debido a que la feminidad normativa fue construida a partir de la restricción de lo público, lo cual tiene correspondencia con la situación de miedo generalizado que sienten las mujeres de la periferia de la ciudad. Quiero resaltar que en La Merced ha existido configuración histórica y social en la que ha habido presencia y apropiación por parte de los sectores populares, no solamente como forma de supervivencia sino también de ocio y consumo. Y es desde allí donde justifico el por qué haré referencia a lo popular en los siguientes capítulos.

En segundo lugar, respecto a la sección del Callejón de la Belleza como productor de cuerpos, señalo que es un contexto donde se moldean los cuerpos de quienes consumen en este lugar. Entonces, allí sucede una producción y un consumo de prácticas corporales desde la clase, la racialización y el género. Desde la racialización porque el blanqueamiento es reiterativo en algunas prácticas corporales. Esta es una estrategia para mitigar la discriminación, producto del colonialismo. Ahora bien, desde clase porque las prácticas corporales que allí se llevan a cabo son formas asequibles de modificar el cuerpo. Allí sucede un consumo de un bien simbólico, la belleza. Visitar el Callejón es una forma simbólica de obtener distinción y dotar al cuerpo de estatus y prestigio, como se puede observar a través de las prácticas de piratería e imitación. Desde el género porque en el Callejón de la Belleza se refuerzan los ideales de la feminidad normativa en relación con la belleza.

Entonces, en respuesta a la pregunta sobre la relación de las prácticas corporales con la configuración espacial del Callejón de la belleza, sostengo que allí sucede una producción y consumo de prácticas corporales que se refuerzan los ideales de belleza de la feminidad normativa. La forma en que ésta se lleva a cabo está influenciada por la adscripción de clase, ya que, para lo popular, la belleza representa un bien simbólico que dota de distinción al cuerpo. Partiendo del argumento que las aplicadoras son productoras y consumidoras del

adorno de uñas, en el siguiente capítulo, indago sobre el rol de las aplicadoras en el proceso de encarnación de la feminidad en el Callejón de la Belleza.

Capítulo IV. La Labor de las Aplicadoras

En este capítulo, pondré el acento sobre la dimensión laboral y daré respuesta a la pregunta específica de cuál es el rol de las aplicadoras en el proceso de encarnación de la feminidad a través del adorno de las uñas. Para ello, en primer lugar, presento *Beauty Nails*, y las personas que allí laboran. Posterior a ello, menciono cuáles son los elementos que se ponen en juego para devenir aplicadora. Consecutivamente, hablo del trabajo corporal que desempeñan las aplicadoras. Y, por último, desarrollo cómo se expresa el trabajo corporal en el caso empírico que estudio.

1. *Beauty Nails*

En palabras de La Mera Mera, la patrona, en *Beauty Nails* se dedican a vender “*Puro de uñas*”. A ella me la presentó La Patrona, su hija, a quien conocí primero durante el curso. Como estaba próxima a viajar a Colombia, La Mera Mera me pidió algunas recomendaciones. Una de sus preguntas fue acerca del costo del gramo del oro. Como yo no sabía me solicitó averiguar. Y luego, añadió “*ya ves que nos gusta mucho el oro*”. A su vez, me señalaba las joyas de oro que portaba en su cuello, orejas y dedos. A mi vista saltó un collar con el logo del oso de *Tous*, marca que ya he visto a varias mujeres en el lugar, como ya expresé en el anterior capítulo. De igual forma, veía sus uñas en color *nude*, en punta cuadrada, del 5,⁷⁸ con *glitter* y cristales.

Su hija se desempeña como administradora, maestra del curso y aplicadora. Aunque sólo hace aplicaciones con citas previas. A diferencia de los demás trabajadores del lugar, ella no porta ninguna bata, lo cual da cuenta de su posición de poder. El día que la conocí usaba un vestido con un estampado floral de color azul ajustado a su cuerpo y unos tenis. Sus uñas eran en punta cuadrada, de longitud del 4⁷⁹ y *glitter* plateado. Su cabello negro y largo suelto estaba adornado por una diadema de tela que dejaban entrever algunos puntos de sus extensiones. También usaba unas arracadas en oro que tenían grabadas las letras de *Bvlgari*.

Beauty Nails tiene puestos a lo largo del Callejón de la Belleza. La mayoría de los trabajadores del lugar son jóvenes. Aunque sean aplicadoras, aplicadores, maestros o

⁷⁸ Hace referencia a la longitud de la uña. Aproximadamente centímetro y medio por encima de las puntas de los dedos.

⁷⁹ Aproximadamente un centímetro por encima de las puntas de los dedos.

maestras, todos deben barrer y limpiar el espacio y quienes están en la calle deben poner y recoger sus puestos. Hay personas cuyas funciones consisten en vender y organizar la mercancía, aunque son los varones quienes manipulan y cargan las cajas. En la Plaza de las Uñas, trabaja como aplicadora La Chaparrita, una de las chicas que entrevisté. Aunque, ella me comentaba que prefería estar en la sucursal principal porque allí vende, da clases o aplica uñas y eso genera que el día se le pase más rápido. En cambio, en la Plaza las Uñas le es más difícil, porque al ser nueva, la clientela prefiere a otras aplicadoras y no le dan la oportunidad de que conozcan su trabajo. El día que conversamos, La Chaparrita llevaba unas uñas acrílicas en punta cuadrada, color gris, aproximadamente del 5, con algunos cristales en su uña del dedo anular. Tenía una bata que sólo dejaba ver los pantalones de mezclilla y unos zapatos deportivos. Llevaba su cabello largo y suelto. Y aparte de sus uñas, lo que más me llamaba la atención era el maquillaje en sus ojos, pues usaba unas sombras en colores pasteles, con un delineado en color negro que resaltaba por el *glitter* plateado que tenía sobrepuesto.

Otra de las aplicadoras a quienes entrevisté es La Gordita. Cuando la conocí llevaba unas uñas acrílicas con una longitud del número 5, punta Coffin.⁸⁰ Eran de tonos pasteles, cada una de diferente color. Todas tenían una línea de cristales que formaban una curva. Cuando La Patrona me la presentó, me retó a adivinar cuántos años tenía. Calculé que no tenía más de 25, pero La Patrona me dijo que ella le ponía 27 años. Entonces, le pregunté su edad y me contó que tenía 23 años, pero que la gente siempre le ponía más años. Ella también llevaba una bata. El cabello lo tenía recogido en un “chongo” y su maquillaje también enfatizaba sus ojos y cejas.

Otra de mis interlocutoras es La Güera. Ella trabaja en uno de los puestos de la Plaza de las Uñas. Cuando la conocí, llevaba unas uñas acrílicas en punta cuadrada en tonos neones, cada una de diferente color. Eran de una longitud del número del número 6.⁸¹ En su cuello llevaba un collar de un lazo negro con el dije del oso de *Tous* y en sus muñecas portaba muchas pulseras que sonaban cada vez que hacía un movimiento. Desde donde estaba

⁸⁰ Se le llama coffin o bailarina a la punta que se caracteriza ser rectangular, pero con una terminación más angosta en la punta. Los nombres se deben a que los ataúdes o los zapatos de bailarina son de tal forma.

⁸¹ Aproximadamente dos centímetros encima de las puntas de los dedos.

sentada, alcanzaba a sentir el olor dulce de su perfume. Su cabello es largo y ondulado. Su tez blanca pero su rostro estaba enrojecido como consecuencia del calor que se sentía.

2. Devenir aplicadora

La belleza ha sido un objeto de reflexión constante de los feminismos, más en el campo de la crítica que investigaciones académicas y, sobre todo, empíricas. Ahora bien, algunos de esos trabajos se han concentrado dos aspectos: en las tensiones entre estructura y agencia y en el consumo. Por ello, al igual que Gabriela Arango (2011) considero que es necesario analizar a quienes forman parte de la cadena de producción puesto que es relevante comprender las condiciones laborales de las mujeres que prestan servicios estéticos y corporales. Con el propósito de superar dicotomías, en este apartado despliego los elementos estructurales, de agencia y las habilidades que se ponen en juego para devenir y ser aplicadora.

2.1. La articulación del contexto macrosocial con el Callejón de la Belleza.

A continuación, expongo la articulación de lo macrosocial con el contexto particular del Callejón de la Belleza. Por tal motivo, en primer lugar, presento los factores que incidieron en el crecimiento de los servicios de manicura; y posteriormente, doy cuenta que el oficio de aplicar uñas es un nicho de trabajo para cierto tipo de sujetos sociales. Como el caso de las mujeres a quienes entrevisté, quienes está situadas en unas coordenadas específicas del mapa social y cuentan con unas condiciones estructurales que se ponen en juego para que devengan como aplicadoras.

Arango (2013) y Kang (2010) consideran que para comprender el crecimiento de los servicios de manicura se debe tener en cuenta elementos como la intimidad comercializada, el crecimiento del empleo de las mujeres de las clases medias, especialmente en el sector de los servicios, y el auge de la industria de la belleza. En primer lugar, es necesario comprender que el capitalismo ha generado ocupaciones diseñadas para satisfacer las necesidades emocionales y sociales que antes eran compensadas por vínculos familiares y comunitarios. Justamente el crecimiento de servicios de manicura refleja dicha expansión del capitalismo hacia zonas de influencias que no habían sido tocadas por los mercados de productos básicos, así como áreas de la vida humana que en algún momento fueron privadas. Entonces, a los salones de uñas ingresa tal intimidad comercializada, ya que, por determinado precio, la

clientela puede quitarse de encima sus preocupaciones, a la vez que las manicuristas les adornan sus uñas. Las personas compran servicios que brindan atención y conexión a sus cuerpos cansados y estresados.

En ese mismo sentido, la posición de las mujeres en el mercado jugó un rol importante en el crecimiento de los servicios de manicura. A partir de 1960, hubo una incorporación mayoritaria a la fuerza laboral de manera remunerada por parte de las mujeres de las clases medias. Dicha combinación de atención emocional y física que brindó el sector de los servicios fue una oferta atractiva y permitió el crecimiento de empleo para las mujeres en tal sector. El caso de las manicuristas, como en muchos otros, Arango y Kang coinciden que son mujeres situadas en posiciones subordinadas por cuestiones de clase, género y raza. Argumento que más adelante me interesa comparar con el caso que estudio.

Por último, el tercer factor tiene que ver con el auge de la industria global de la belleza, puesto que la adquisición del valor de mercado de la apariencia personal, la intensificación de estándares sociales de belleza de las mujeres y la compra de servicios relacionados con el cuerpo –incluidos en los servicios de mimos asociados con ellos– desembocaron en la comercialización del cuerpo. Este elemento también guarda una estrecha relación con la posición laboral de las mujeres, debido a que, para algunas mujeres, el trabajo remunerado les proporcionó dinero para pagar servicios de belleza, puesto que el cuidado y adorno del cuerpo son considerados parte de su atuendo profesional. Cuestión que coincide con la postura de La Güera, quien me decía que las mujeres debían portar las uñas “bien arregladas” porque es parte de su presentación personal.

Habiendo esbozado el crecimiento de los servicios de manicura, ahora me interesa retomar las investigaciones de Kang y Arango en Brasil cuyas conclusiones coinciden en que el adorno de las uñas es realizado por mujeres. En algunas ocasiones, quienes reciben este servicio son hombres y mujeres ubicados en mejores posiciones sociales y económicas. Por lo tanto, ellas argumentan que las manicuristas se encuentran en posiciones subordinadas por cuestiones de clase, género y raza. A mí me concierne saber si en el caso que estudio las aplicadoras también están subordinadas y si se debe a tales categorías de análisis. Para ello, primero quiero exponer el perfil de cada una de ellas y dar respuesta a preguntas como:

¿Quiénes son las aplicadoras? ¿cómo encontraron su trabajo? ¿por qué deciden permanecer allí? Y ¿hace cuánto se desempeñan como aplicadoras?

La primera de las aplicadoras que entrevisté es La Güera. Su curso profesional de uñas tuvo una duración de cuatro meses. Después hizo carrera técnica como aplicadora durante dos meses y luego se certificó para poder dar cursos ante la SEP. Estos cursos los realizó un master de *Organic*⁸² en Ecatepec,⁸³ pero ella vive en Iztapalapa.⁸⁴ Decidió ser aplicadora porque durante ocho años se desempeñó como enfermera. No obstante, este trabajo le demandaba mucho tiempo y si quería ganar más dinero, tenía que doblar turno. Razón por la cual, ya no veía a sus dos hijas –la mayor de 14 y la menor de 4 años–, a quienes su mamá le ayuda a cuidar, porque es madre soltera. Para ella, ser aplicadora le permite compartir más tiempo con sus hijas, dado que descansa dos días entre semana, los cuales elige. Su horario laboral es de 11 de la mañana a 8 de la noche. Ante mi pregunta de qué es lo que más le gusta de su trabajo, me contestaba entre risas, que justo eso, su horario.

En cambio, para La Chaparrita, una aplicadora de 26 años, es totalmente lo contrario. Hace 4 meses que trabaja en *Beauty Nails*, pero desde hace 5 años se dedica a todo lo relacionado con belleza. Tan pronto terminó la escuela preparatoria, le dijo a su mamá a qué se quería dedicar. Por ello estudió corte, aplicación de maquillaje y tintes. Después hizo su curso en *Nails Factory*⁸⁵ en Nezahualcóyotl,⁸⁶ lugar en el que vive. Posteriormente trabajó en una estética allí, pero se cansó porque le pagaban poco y decidió montar una propia, también en Nezahualcóyotl. Luego, debido a problemas familiares, tuvo que cerrarla y encontró trabajo como aplicadora en *Beauty Nails*. Actualmente, tiene un horario de 10 a 7. Descansa los sábados o algún día entre semana. Para ella ha sido difícil separarse de sus hijas

⁸² Una de las marcas mexicanas más reconocidas de uñas.

⁸³ Ecatepec de Morelos es un municipio del Estado de México que se localiza en los límites de la Ciudad de México. Éste es considerado como uno de los municipios más violentos y peligrosos del país. Asimismo, concentra el mayor número de personas en situación de pobreza y pobreza extrema.

⁸⁴ Iztapalapa es una de las 16 alcaldías que conforman la Ciudad de México. En comparación, con el resto de la Ciudad de México, esta alcaldía periférica presenta indicadores socioeconómicos menos favorables.

⁸⁵ Otra marca mexicana reconocida.

⁸⁶ Nezahualcóyotl es un municipio limítrofe con la Ciudad de México, que enfrenta problemáticas de pobreza, inseguridad y carencia de servicios públicos. Se le ha considerado como una ciudad dormitorio cuya función principal es residencial, pues la población que en ella habita debe desplazarse a Ciudad de México para trabajar, ya que carece de puestos de trabajo y servicios.

e hijo –la mayor de 10, el niño de 6 y la menor de 5– porque tener su propia estética le posibilitaba cuidar de sus hijas e hijo, al tiempo que trabajaba. Ahora, aunque les deja su comida hecha y les lleva a la escuela, todo el día intenta comunicarse por vídeo-llamadas. También es madre soltera. Hay días que se lleva a su hija menor a trabajar con ella en el puesto.

En el mismo sentido, mi tercera interlocutora, La Gordita, una aplicadora de 23 años, que vive junto a su madre e hijo de 8 años en Santa Martha Acatitla,⁸⁷ lugar desde el que hace aproximadamente dos horas y media hasta el Centro Histórico. También es madre soltera. Antes de dedicarse a las uñas, trabajaba en una fábrica de juguetes haciendo aseo. Me contaba que el polvo empezó a hacerle mucho daño a sus pulmones y se empezó a enfermar. Por ello, decidió decirle a su mamá que quería cambiar de trabajo y que realmente su deseo era aprender a aplicar tintes para cabello. Ante esto, su mamá decidió apoyarla y le regaló el curso. Posteriormente trabajó en uno de los locales enfrente de *Beauty Nails*. Allí conoció a La Patrona y empezó a entablar amistad con ella. Como La Gordita deseaba aprender a aplicar uñas, La Patrona y La Mera Mera le regalaron el curso y después de terminarlo, empezó a trabajar con ellas. Además de aplicar uñas, también vende junto a La Patrona. Dice estar muy agradecida con su jefa porque siempre ha estado pendiente de ella. Para La Gordita, económicamente le parece un trabajo viable, porque gana \$2.000 pesos mexicanos a la semana.

Por su último, también entrevisté a La Patrona, quien tiene 32 años. Está casada y no tiene hijos. Ella me contó que la primera que aprendió a aplicar uñas fue su hermana mayor, quien ahora se dedica a vender productos de uñas por internet. Posteriormente, aprendieron su mamá y sus otros dos hermanos. Uno de ellos aún se dedica a las uñas. Ella afirma que su otro hermano era muy bueno como aplicador, pero ya no se desempeña en tal oficio. Ella fue la última en aprender porque ese entonces, ella estaba haciendo su licenciatura en informática. Después empezó a trabajar para una oficina de gobierno, pero decidió aprender a aplicar uñas. Oficio que desempeña hace 14 años. Me dijo que al inicio era muy mala pero como le gustaba mucho, le echó muchas ganas hasta que aprendió y decidió encargarse del

⁸⁷ Santa Martha Acatitla es un pueblo que pertenece a la alcaldía de Iztapalapa de la Ciudad de México, que limita con el municipio de La Paz del Estado de México.

negocio familiar. Posteriormente, todos los familiares empezaron a compartir sus conocimientos con a otros integrantes de la familia más extensa con el objetivo de que trabajaran con ellas. Como El Galán, al de Lentes y al de La Gorra.⁸⁸

Ahora bien, respecto al interrogante de si las aplicadoras de uñas se encuentran en una posición subordinada en términos de clase, raza y género. Yo sostengo que en del Callejón de la Belleza, la categoría raza no opera de la misma forma que en los salones de uñas neoyorquinos analizados por Kang. En el caso que estudio no hay un imaginario racial binario, como sucede en Estados Unidos. Moreno (2012) considera que, en México, la ideología racial predominante está dominada por el mestizaje, resultado del proceso de colonización en América latina. Para la autora el mestizaje es un sitio de privilegio continuamente normalizado, porque la importancia colonial de la jerarquía y de las castas ha tenido efectos duraderos a través de la instauración de la superioridad de la blancura. Pero el mestizaje también es ambiguo porque se caracteriza por ser limitado, contradictorio y condicional, ya que en México se ha producido un contexto social donde las personas no son reconocidas como sujetos racializados, a pesar que viven las consecuencias del racismo en prácticas cotidianas.

A pesar que en el interior del Callejón de la Belleza, existan discursos y prácticas con lógicas de mestizaje, aplicadoras y clientas no se reconocen como sujetos raciales. Lo anterior como consecuencia de que el sistema de castas fue remplazado por uno que se basó en la clase, ya que a partir del siglo XIX se promulgó que la identidad nacional estaba definida por el sujeto mestizo (Jiménez de Val 2011). No obstante, allí, la cuestión racial se expresa en los cuerpos a través de privilegios y/o exclusiones coloristas. Las personas que representan blancura son consideradas como bellas y aquellas cuyo tono de tez o rasgos fenotípicos son asociados con ser prietas o morenas deben realizarse modificaciones corporales para “alcanzar” la belleza. Esto da cuenta que el poder disciplinario del colonialismo aún perdura y tiene efectos sobre nuestros cuerpos, ya que –lastimosamente– el valor social de un individuo está definido por la apariencia.

⁸⁸ Ellos también se desempeñan como maestros. Durante el curso, algunas de mis compañeras se referían a ellos como El de Lentes o El de La Gorra. A diferencia de las aplicadoras, a ellos los caracterizaban por sus accesorios, no por su cuerpo, lo cual llamó mi atención. Ahora bien, la decisión de denominar a uno de ellos como El Galán surgió por una experiencia en campo, que más adelante expongo como una viñeta etnográfica.

En relación a la categoría género, quiero precisar un hallazgo obtenido a partir del trabajo de campo. Para ello, traigo a colación el trabajo de Arango y Pineda (2012), quienes señalan que en los salones de belleza de Bogotá existe una división sexual del trabajo y una jerarquización de los oficios, en la que el corte del cabello es una expresión del talento y profesionalismo masculino; mientras que todo lo referente al cuidado de las uñas, es una “*actividad ciento por ciento femenina y poco valorada*” (:26). Para mi sorpresa en el Callejón de la Belleza hay varones que realizan las aplicaciones de uñas. La razón de que ellos se desempeñen dicho oficio responde a dos factores. El primero tiene que ver con la expansión y el desarrollo de la industria global de belleza ha permitido la inserción, la formalización y especialización de varones. Y



Ilustración 11. *Aplicador Varón*

el segundo se fundamenta en que los hombres que trabajan en el Callejón de la Belleza son familiares de las propietarias de los negocios que decidieron aprender a aplicar uñas porque económicamente les parece lucrativo. Con la siguiente viñeta etnográfica pretendo mostrar la posición que ocupan los aplicadores:

En una de las clases, una alumna nos mostró unas uñas que había hecho sobre una mano de práctica. Eran de color amarillo, en gota de arte,⁸⁹ muy largas, como del 7,⁹⁰ punta stiletto,⁹¹ con girasoles en 3D. Otra estudiante que estaba a mi lado le preguntó en cuánto valdrían unas uñas así, ella dijo que no sabía. El Galán pasó por nuestro lado. Ellas aprovecharon y le preguntaron cuánto se podría cobrar por éstas. Él las contempló y respondió que aproximadamente \$1200 pesos. Ellas lo miraban con asombro. Una de ellas carcajeó y le replicó que eso le pagaban a él porque tenía cara de galán, pero a ellas las iban a ver como si estuviesen locas.

Esta afirmación de mi compañera desvela las desigualdades de género al interior de la práctica del adorno de las uñas, ya que los aplicadores perciben mayores ingresos y obtienen más reconocimiento. Cuando le pregunté a La Gordita cuáles eran las uñas más caras que había hecho, ella me señaló que 400 pesos. Esa misma pregunta se la hice a El Galán, él me

⁸⁹ Técnica que genera un efecto de vitral sobre la uña.

⁹⁰ Aproximadamente dos centímetros por encima de las puntas de los dedos.

⁹¹ Es decir, en puntiagudas, se les llama así por los zapatos de tacón que llevan el mismo nombre.

respondió que habían sido unas de 3000 pesos. Asimismo, El de Lentes me contaba que en un día bueno llegaba a realizar 10 aplicaciones, aunque con 3 muy elaboradas le bastaba. Por su parte, La Chaparrita me señalaba que un día bueno podía hacer 4. Entonces, aunque los aplicadores se ubiquen en las mismas coordenadas de clase social que las aplicadoras, el ser familiares de las propietarias sí les otorga beneficios, ya que el aprendizaje de la práctica no les exigió costos, laboran dentro de un espacio formal que tiene mayor demanda de clientela, cuenta con más experiencia en el oficio y el hecho de trabajar en un espacio feminizado conlleva a que las alumnas y clientas aprecien su trabajo y les otorguen mayor reputación y reconocimiento.

Tradicionalmente, ha habido ocupaciones que han sido desempeñadas por mujeres, pero cuando son realizadas por varones éstas suelen tener mayor prestigio social y remuneración económica. Como es el caso de la cocina que adquiere prestigio cuando es una labor desempeñada por hombres, a pesar que ha sido una actividad tradicionalmente femenina sin remuneración. Ahora bien, quiero enfatizar que las aplicadoras no carecen de reconocimiento, pero para llegar a éste, han creado estrategias que revalorizan sus servicios. Lo hacen demostrando su talento, creando un vínculo emocional con sus clientas o evidenciando su experiencia en la práctica. Por lo anterior es claro que coincido con Arango y Pineda, ya que en el Callejón de la Belleza también existen desigualdades de género, pues independientemente de los oficios, cuando son hombres quienes los realizan cuentan con mayores privilegios y sus actividades son más valorizadas. No obstante, mi hallazgo indica que allí el adorno de las uñas no es práctica que exclusivamente realicen mujeres.

Respecto a la cuestión de clase social, reflexiono sobre la forma en que las marcas de productos para uñas han leído la posición social de quienes tienen interés en formarse como manicuristas o aplicadoras, debido a que ofrecen cursos en zonas como Ecatepec o Nezahualcóyotl. También quiero señalar como a través de los recorridos diarios de las aplicadoras se puede ver la relación entre centro-periferia, pues tres de ellas también coincidieron en que viven en zonas periféricas de la Ciudad de México y su área metropolitana. La Chaparrita me comentaba que sabía de la existencia del Callejón de la Belleza porque era allí donde compraba los materiales para su estética y posterior a cerrarla, encontró una vacante de trabajo allí. La Güera encontró su trabajo a través de un grupo de

Facebook donde su jefa publicó la vacante. Por su parte, cuando La Gordita terminó su curso sobre aplicación de tintes, recorrió algunas calles del centro en búsqueda de la oportunidad laboral que le brindó uno de los negocios de la Plaza Atarazanas.

Para ellas, el Callejón de la Belleza representa una oportunidad de trabajo y da cuenta de la manera que participan en la construcción del espacio urbano, puesto que se apropian de éste con fines económicos. No obstante, a diario gastan aproximadamente cuatro horas, o más, en sus desplazamientos. La Güera me comentó que, un día, a las nueve de la noche, habían llegado tres clientas. Una madre con sus dos hijas. Ninguna había separado turno con anticipación. La Güera sólo les hizo la aplicación a las hijas y decidió no continuar con la madre, dado que si seguía no iba a poder llegar a su casa en Iztapalapa, puesto que después del trayecto en metro, debe tomar un bus pesero que sólo circula hasta las once de la noche.

No obstante, estos recorridos para ella significan una inversión en tiempo que se traduce en ganancias económicas, pues La Merced es una zona de afluencia constante porque convergen personas desde diferentes puntos de la Ciudad, lo cual garantiza más aplicaciones. A pesar de separarse de sus hijas e hijo, La Chaparrita afirma que en el Centro hay más clientela, pues en promedio aplica 4 uñas. En cambio, en Nezahualcóyotl aplicaba sólo unas al día. Además, se gana el 50% de las aplicaciones que hace y no tiene que poner su propio material. Aunque todavía tiene clientela cerca de su casa y trabaja cuando sus clientas se lo solicitan.

Por último, me interesa precisar que, con la presente investigación, nunca he tenido pretensiones de representatividad ni tampoco seleccioné a mis interlocutoras con alguna intención. No obstante, tres de las cuatro aplicadoras que entrevisté tienen un perfil en común, lo cual se relaciona, por un lado, con la intersección de las categorías de género, clase y edad; y por el otro, con las vulnerabilidades y exclusiones. Tres son madres solteras, jóvenes y viven en zonas periféricas de la Ciudad de México y su área metropolitana. El perfil de La Patrona sí difiere al de las otras aplicadoras debido a la posición de poder que ocupa y a que es segunda generación de su familia que se dedica a ser aplicadora por decisión propia, pues ella realizó estudios universitarios y prefirió colaborar en el negocio de su mamá.

La Güera me comentó que, en la Plaza de las Uñas, hay muchas familias que dependen de ese negocio, especialmente muchas madres solteras y en sus palabras, señoras que todavía quieren trabajar. Ser aplicadoras les permite compaginar el trabajo remunerado con el de cuidados. Aunque no por ello su doble jornada es apacible. Lo anterior tiene una relación



Ilustración 12. *Aplicadoras y trabajo de cuidado*

estrecha con el comercio informal, pues se refleja en que La Chaparrita pueda llevar su hija al trabajo o que todas puedan negociar sus días de descanso. Esta labor requiere una inversión de recursos monetarios y de tiempo, pero les permite adquirir conocimientos y habilidades de manera pronta y eficaz que posteriormente les

sirven como una fuente de empleo que representa un ingreso relevante para su familia, ya que son las únicas proveedoras. En el mismo sentido, las redes de mujeres también cobran relevancia para desempeñarse como aplicadoras. Lo anterior se expresa a través del apoyo que reciben de sus madres con el cuidado de sus hijos cuando trabajan, el pago de los cursos y materiales; o por medio de la transmisión de conocimientos sobre la práctica a cambio de trabajo, como en el caso de La Gordita o de sus otros familiares.

2.2. La belleza como goce y deseo

Para mí es primordial vislumbrar que, a pesar de dichas condiciones estructurales de gran escala que mencioné en el anterior apartado, son las mujeres quienes eligen el trabajo que realizan. Por consiguiente, me interesa precisar que las aplicadoras a quienes entrevisté manifestaron sentirse a gusto con la labor que desempeñan. Así pues, para ellas, tanto la belleza, como desempeñarse como aplicadoras, representan un deseo y goce en sus vidas. En particular, La Gordita afirma que siempre le gustaron las uñas. Antes veía vídeos en *youtube* y deseaba aprender. Agrega que lo que más le gusta es hacer u oficina era muy aburrido; en cambio, en su trabajo actual se divierte con sus compañeros y clientas. Al respecto, La Güera me comenta que desde pequeña le llamó la atención lo de las uñas. Ella enfatiza que siempre le ha gustado aplicar uñas, porque siente satisfacción en arreglar las manos y remarcaba que hasta los pies.

Por su parte, La Chaparrita asegura que le gusta mucho su trabajo. Todos los días ella se levanta con ganas de ir a trabajar. Dice que lo disfruta mucho porque siempre le ha gustado todo lo relacionado con la belleza. Pues desde niña sentía atracción por esto. Incluso le gustaba peinar a sus primas. Aunque reconoce que en su trabajo actual le toca “*perrear*” mucho, porque es difícil. En temporada, hay muchas clientas y no se dan abasto. En cambio, en temporada baja, cada quien debe conseguir y batallar para obtener su propia clientela. La Güera también manifiesta que lo que menos le gusta de su trabajo es cuando no tiene clientas. En el mismo sentido, La Patrona expresa que disfruta mucho su trabajo, pues ese mismo gusto la llevó a querer desempeñarse como tal, aunque tuviera la opción de ejercer su licenciatura. Pero, ella manifiesta que hay días que no quisiera levantarse, porque trabaja mucho.⁹² Adicionalmente, me comenta que tiene mucha responsabilidad, dado que debe conseguir el salario de sus empleadas, pagar la renta y productos, pero ella se siente muy agradecida porque el trabajo nunca le falta.

2.3.Habilidades y gusto

Para devenir aplicadora no solamente se ponen en juego elementos estructurales o de agencia, también es necesario contar una serie de destrezas. Para mí, éstas se dividen en tres subgrupos: las artísticas, las técnicas y el gusto por la práctica. Primero quiero dar cuenta del porqué prefieren llamarse aplicadoras en vez manicuristas, lo cual no solamente obedece a que el trabajo se aplique sobre una uña de acrílico, sino porque además realizan innumerables diseños que combinan efectos, técnicas, puntas, texturas y colores. Por ello la práctica requiere un carácter artístico que incluye talento, habilidades de motricidad fina y actualización constante.

Al respecto, La Patrona me dice que una de sus obligaciones es estar capacitándose todo el tiempo. A veces lo hace por medio de videos en *youtube*, pero cada seis meses asiste a las *masters classes* que las marcas ofrecen. Éstas tienen un costo aproximado de \$16.000 pesos mexicanos y duran, más a o menos, cuatro días. Las realizan en diferentes hoteles de la Ciudad de México. Ella es la única que asiste a tales capacitaciones. Me indicaba que esto obedece a los costos. Pero posteriormente, ella debe compartir sus nuevos conocimientos con los demás técnicos del equipo de *Beauty Nails*. La Patrona enfatiza en que esto es necesario,

⁹² Ella explica que la causa de ello es porque México es el país que más horas trabaja en el mundo.

ya que las tendencias cambian y si una clienta solicita algún efecto nuevo, ella tiene que saberlo. Asimismo, La Chaparrita me indica que aplicar uñas es un ejercicio constante, pues ella no deja de aprender porque tiene que estar asistiendo a capacitaciones de las marcas. Y además aprende de sus compañeras y compañeros. Para ella, éste es un ejercicio obligatorio, puesto que en la Plaza de las Uñas hay bastante competencia. La Gordita también me comenta que su patrona, compañeras o compañeros son quienes le enseñan y, complementa con videos de *Youtube*, los cuales disfruta de ver.

Ahora bien, las innovaciones tecnológicas como las limas eléctricas, los productos acrílicos para las uñas han aumentado de forma sustancial el volumen y los servicios que se ofrecen. Por lo tanto, a las aplicadoras les es necesario adquirir conocimientos técnicos sobre cómo adornar uñas, los cuales están relacionados con el aprendizaje de los usos, funciones y aplicación de cada uno de los materiales. En este punto, quiero aclarar que, si bien en el capítulo anterior me enfoqué en describir el tipo de corporalidad que se produce en el Callejón de la Belleza; en éste quiero enfatizar que allí no solamente suceden prácticas corporales de belleza. Pues en *Beauty Nails*, se aplican uñas, se venden materiales y herramientas y se realizan capacitaciones que posteriormente sirven como una fuente de empleo. Éstas últimas son patrocinadas por las marcas más reconocidas de productos para uñas.

Mientras tomaba el curso, reflexionaba la inversión de recursos en términos de tiempo y dinero que implica aprender a aplicar uñas, pues es una práctica con bastante exigencia dentro del adorno de las uñas. Anudado a ello, pensaba en los tiempos de desplazamiento hasta este particular lugar de la ciudad. A pesar de ello, el curso de *Beauty Nails* es flexible en dos aspectos: por un lado, con los costos, puesto que para iniciar se debe dar el 50% del costo total y el excedente se puede ir pagando por medio de abonos. La única condición es que la estudiante no puede retirar el material hasta que pague la totalidad. Por el otro, con los horarios, ya que no existe ninguna regla más que respetar la hora de llegada y salida. Cada quien puede asistir a la hora y día que más le convenga. Yo me percaté que la mayoría de estudiantes prefieren pagar el curso con el precio más elevado, ya que ofrece mayor cantidad de materiales en términos de volumen. Las alumnas invierten en varias gamas de acrílicos y decoraciones porque esto les permite aprender diferentes efectos. Adquieren el maletín y lo

organizan de manera muy prolija. Durante las clases, llevan los diseños que quieren realizar previamente en su celular y ponen todo su esfuerzo para que salgan cómo ellas desean.

En contraste, hay alumnas que tardan sólo una clase porque toman el curso de esmaltado semipermanente. Como una chica que compró el *kit* de *Gelish* y decidió tomar la clase inmediatamente. El de Lentes le preguntó si era para ella o para negocio. Al principio respondió que sí era para ella, pero después le confesó que le interesaba para negocio, puesto que estaban otorgando unos locales en la colonia Guerrero⁹³ y le gustaría hacer uñas. Su clase no tardó más de cuarenta minutos. Lo cual coincide con lo que me relató Yoli, una aplicadora de un puesto de la Plaza Atarazanas. Ella acababa de salir de la preparatoria. Me comentaba que no le gustaba estudiar y por esa razón prefería trabajar aplicando *gelish*. Ante mi pregunta sobre su curso de uñas. Yoli me respondió que nunca había tomado ninguno, pues aprendió viendo. Lo cual le representa una oportunidad de empleo con una inversión de tiempo mínima.

Sin lugar a dudas hasta que no supe en carne propia las habilidades que se requieren para aplicar uñas no valoré de la misma forma tal práctica. Cuando La Patrona me aplicó uñas, empezó a darme sus consejos para facilitar el proceso. Me enseñó un producto que sirve para darle más consistencia a las perlas de acrílico. Me asombró su habilidad para aplicar uñas. Lo hacía muy rápido y con mucha precisión. Ella me comentó que al principio era mala, pero como le gustaba mucho, con la práctica, después de muchos intentos, aprendió hacerlo. Me animó a seguir intentando y finalmente, aseveró que para hacer uñas es fundamental que a una le guste. Para ella, el secreto para saber aplicar uñas era el gusto. Posteriormente, me citó el ejemplo de una alumna que era mala, pero ella a lo atribuía a que ésta no quería. Me explicó que su estudiante estaba haciendo el curso porque su mamá se lo había regalado, pero la chica se cansó y le manifestó que no quería seguir más. La Patrona decía que sentía mucha tristeza por la mamá de su alumna, ya que a la señora le hacía mucha ilusión.

El de Gorra, otro de los aplicadores, también me dijo: “*Si te gusta, te sale bien*”. Sumado a ello, La Patrona me decía que para hacer uñas se necesita “*echarle ganas*” y afirmaba que a pesar de que una persona tenga todo el talento del mundo, si no le echaba

⁹³ Es una de las primeras colonias de la Ciudad de México. Se caracteriza por ser una zona popular de apartamentos y vecindades.

ganas, no servía de nada. Me ilustraba que su familiar, El Galán, era muy talentoso, pero que lo estaba desperdiciando porque ya no le estaba echando las mismas ganas que antes a su trabajo. Curiosamente, desde mi experiencia como aprendiz me daba cuenta que cuando yo iba a clases con la disposición, la paciencia y el gusto, las uñas me salían bien. Además de la relación positiva y las consideraciones pragmáticas, las aplicadoras sienten un orgullo y un placer por un trabajo bien hecho o una clienta feliz, lo cual evidencia que su labor presenta características de un oficio artesanal que de proletariado, ya que éste requiere un ejercicio constante de creatividad.

3. Trabajo Corporal

Cuando inicié el trabajo de campo en mi rol de clienta me asombraba la capacidad y la facilidad de las aplicadoras para entablar conversaciones. Sus rostros eran sonrientes y su forma de ser, muy amable. Mi propósito era dejar que ellas dirigieran la conversación. Me inquietaba que las charlas con las aplicadoras giraban en torno a los mismos temas: la seguridad en el área aledaña al Callejón de la Belleza y cuestiones relacionadas con temas amorosos.

A pesar de ello, percibía una dificultad que me impedía construir *rapport* con ellas. La cual se debe a que el intercambio que se genera a partir del adorno de las uñas puede llegar a ser problemático. Kang afirma que las desigualdades sociales que benefician a la clientela pueden ser un obstáculo en las relaciones entre mujeres. Confrontar el privilegio y las desigualdades son procesos fundamentales para cuestionarse las condiciones de trabajo vinculadas con los servicios. Por ello, es necesario comprender las dinámicas al interior de los salones de uñas, pues hacerlo contribuye a generar más equidad en las relaciones sociales que dan forma estos espacios. Ahora bien, la estrategia de tomar el curso no sólo obedeció a una forma de negociar mi entrada al campo, también permitió que construyera relaciones un poco más horizontales y empáticas. Asimismo, haberme aproximado de forma corporal a su experiencia laboral, me hizo comprender elementos que no había tenido en cuenta durante la investigación.

Reitero que una de las proezas de la propuesta teórica de Kang es tener en cuenta la forma corporeizada del trabajo, pues su justificación se basa en que el cuerpo es sitio sobre el cual se realizan los servicios. Por lo tanto, la autora conjuga lo emocional y lo corporal

dentro de su estudio. No obstante, considero que el trabajo corporal⁹⁴ requiere readaptaciones para el contexto mexicano. Debido a que, además de observar dichas dimensiones, a través de los datos obtenidos en campo, hallé que, para las aplicadoras, la superficie de sus cuerpos tiene significados trascendentales para su labor. Razón por la cual planteo que dicho concepto no solamente debe ser analizado a la luz de las emociones y la carnalidad, pues se debe sumar la relevancia de la superficie de los cuerpos de quienes desempeñan el trabajo corporal. Ahora bien, aclaro que tal propuesta analítica no debe ser exclusiva de dicho concepto, pues opino esta categoría puede ayudar a profundizar sobre distintas dimensiones que integran el cuerpo. A continuación, expongo la forma en que las aplicadoras del Callejón de la Belleza desempeñan el trabajo corporal.

3.1.Emociones

En una de las clases vi a una chica que no rebasaba los 20 años. Ella estaba en compañía de su abuela, una señora que tenía unas pestañas postizas con gran longitud, tatuajes y un vestido ceñido al cuerpo. Lucía muy joven para ser abuela. Observé que compraron un kit para uñas acrílicas; por lo tanto, éste les incluía el curso. La abuela le sugirió a su nieta que tomará las clases inmediatamente. La señora realizó el pago del curso, se sentó al lado de su nieta y minutos después salió del lugar. El de Lentes le explicó paso por paso a la chica el uso de cada uno de los materiales que había adquirido. Sin embargo, después él se ocupó con una cliente de menos de 15 años que llegó a hacerse gelish color blanco en pies y manos. De este modo, la chica se quedó sin tutor. Tuvo que esperar mucho tiempo a que alguien le indicará cuáles eran los pasos que debía seguir. Ella se quedó callada y siguió esperando.

En ese momento, su abuela entró, la vio, alzó su voz y se quejó de la falta de atención que le estaban brindando a su nieta, aun cuando ella acababa de pagar. Les hizo saber que se arrepentía de haber creído en ellos y haber pagado el material. Ante tales acciones, La Patrona también alzó la voz y le dijo a la señora que las clases no eran personalizadas, que había 4 maestros y que todos podían brindarle la explicación. Llamó a La China y le indicó que se quedará allí. Ella se quedó bastante tiempo dándole las explicaciones con mucha claridad. Después que la chica finalizó su clase, La Patrona le dijo a la abuela de la chica: “Si ve, señora. ¡Qué bonitas le quedaron las uñas! Dígame si no valió la pena la espera”. Ante esto, la señora le respondió que sí. Le pidió disculpas y afirmó que ella no siempre actuaba así, pero que le había dado coraje. La Patrona le dijo: “Yo

⁹⁴ En el primer capítulo, en el apartado que título Coordinadas Teóricas, despliego cómo conceptualiza Kang dicho termino. (Ver páginas 20-22)

tampoco soy así. Pero en compensación, le vamos a regalar el día de mañana una clase de uñas esculturales a su nieta”.

La anterior viñeta facilita comprender la forma en que las aplicadoras deben controlar emociones de enojo o tristeza frente a su clientela. Independientemente de su posición de poder dentro del negocio, porque ésta se disuelve en presencia de alguna clienta. Asimismo, permite entender que algunas clientas no se dirigen a ellas de forma respetuosa, ya que consideran que por pagar pueden exigirles. Incluso si lo hacen de manera altanera y descortés. Ahora bien, en caso de que no puedan controlar sus emociones, las aplicadoras se excusan y retribuyen de alguna forma a sus clientas. La Chaparrita me expresa que hay clientas que “*la tratan de la patada*” y eso le impacta mucho. Me cuenta que la aflige cuando la gritan, más sí lo hacen delante de otras personas; o cuando le expresan de mala manera que no les gustó las uñas que les hizo. Ella afirma que le dan ganas de llorar, pero debe controlarse e intenta mediar la situación corrigiendo su error.

Asimismo, en una clase escuché a La Negra⁹⁵ afirmar que no tenía ganas de dictar el curso. En ningún momento, se acercó a dar ninguna instrucción a las alumnas que estábamos presentes. Se le notaba cabizbaja. A pesar de ello, la veía hablando constantemente con sus clientas y frente a ellas, su rostro no reflejaba su estado de ánimo. Al contrario, seguía manteniendo la expresión de amabilidad. La Chaparrita me comentó que como manicurista es muy importante el trato y el servicio hacia sus clientas, puesto que eso hace parte de su labor. Ella afirma que hay clientas que les gusta que les haga reír; entonces debe hacerlo, ya que de eso depende que tenga el trabajo. La Chaparrita me decía que siempre trataba bien a sus clientas, lo cual asociaba a llamarlas “*hermosas*” o “*mi amor*”. Y añadía que a ellas les gusta sentirse así. Esta forma de dirigirse a la clientela es reiterativa en el Callejón de la Belleza. Aplicadores y aplicadoras de *Beauty Nails* se refieren a su clientela o alumnas como “*hermosas*”, “*amiga*”, “*bella*”, “*guapa*”. Aunque al interior del equipo se denominan entre sí como “*perras*” o “*pendejas*”.

Por consiguiente, la modificación de sus emociones tiene el propósito de brindar un buen servicio y generar fidelización de su clientela para que ésta acuda de forma periódica y

⁹⁵ Otra aplicadora de *Beauty Nails* a quien llaman de tal forma.

constante a aplicarse uñas con ellas. Dicho servicio pretende crear un vínculo emocional con un fin lucrativo. Ahora bien, las emociones no solamente deben ser manejadas de las aplicadoras hacia sus clientas, sino que también hacia aspectos técnicos de su trabajo. La Güera me comentaba que para inspirarse en algún diseño primero necesitaba relajarse y tener ánimo de hacerlo porque o sino no le salía.

A esta cuestión no le di relevancia hasta que intenté realizar un muestrario de uñas acrílicas. Debo confesar que para mí era sumamente frustrante no poder obtener los resultados deseados. El acrílico siempre sobresalía los bordes de mis manos de práctica. Las uñas quedaban con muchas protuberancias, lo cual me obligaba a quedarme más tiempo puliendo con la lima. Por ejemplo, una vez, uno de los maestros se sentó a explicarme con detenimiento cómo conseguir el encapsulado⁹⁶ perfecto –a mí siempre me salía disparejo–. Me animó a trabajar, me consoló. Entonces, también lidian con las emociones de sus alumnas en el proceso de aprendizaje.

Kang, afirma que estudiar los salones de uñas permite analizar sitios de trabajo feminizados, no solamente porque lo realizan mujeres a otras mujeres o porque se le otorgue al cuerpo de significados de género desde la cotidianidad como lo es la construcción de la belleza femenina. Sino porque también involucra prácticas como el trabajo emocional o corporal. Ahora bien, ¿Qué ocurre con el trabajo corporal cuando es desempeñado por varones y mujeres? Ante tal pregunta, yo sostengo que aplicadores y aplicadoras lo realizan de forma diferenciada. Para llegar a esta conclusión, las interacciones entre aplicadores y clientas fueron claves para el análisis del concepto de trabajo corporal, ya que las formas particulares del servicio y los temas de conversación revelan que los varones no entablan conversaciones en torno a temas de la familia y el amor; en cambio las aplicadoras sí ahondan en ellos.

La ocasión que El de Lentes me aplicó las uñas, poco hablaba conmigo. Aunque sí bromeaba. Empezó a decirme que existían más tipos de puntas de las que yo conocía y se reía indicándome que no era cierto. Hacer reír a su clientela también podría considerarse otra forma de trabajo corporal, puesto que busca generar un impacto positivo en las emociones de

⁹⁶ Técnica que consiste en poner perlas de acrílico en las uñas con el objetivo de encapsular las decoraciones que se colocaron.

las clientas. Otro día, El de Gorra me aplicó *gelish*. Él sí hablaba más. Todo el tiempo me hacía preguntas en relación a mi percepción de México. Pero no me preguntaba cuestiones relacionadas con mi vida sentimental o familiar. En cambio, cuando La Patrona me aplicó uñas conversamos todo el tiempo. Era ella quien dirigía las preguntas sobre aspectos de mi vida personal. En ese momento me manifestó que, aunque ya no aplica uñas como antes, disfruta mucho de sentarse a hablar con sus clientas porque aprendía sobre varias cuestiones de su vida. Asunto similar a las anteriores conversaciones que había entablado con otras aplicadoras del Callejón de la Belleza. Por ello, decidí indagar sobre las charlas que entablaban mis interlocutorias con sus clientas.

La Patrona me contaba que evidentemente sus clientas le hablan de su vida personal, especialmente de temas relacionados con amor. Le cuentan de infidelidades o de sus hijos. Ella me dice que con algunas clientas sí cuenta su vida personal pero sólo cuando ellas la interrogan. También se ha hecho amiga de algunas clientas, pero no necesariamente de todas. Por su parte, La Gordita me dijo que evidentemente habla con ellas, aunque no con todas. La mayoría le platican acerca sobre sus relaciones amorosas. Le cuentan que ya dejaron a sus parejas y ella expresa sentir alegría por ellas. En el mismo sentido, a La Chaparrita, algunas le cuentan situaciones sobre su vida, su estudio, o simplemente llegan cansadas de su hogar a que les haga las uñas. Ella me comenta que ella les da consejos o que incluso, que se abre. Hace énfasis a que eso se debe a que también es persona y les cuenta sobre situación personal. Aunque, ella señala que dependiendo de si su clienta es “*liberal*”⁹⁷ o no, ella decide iniciar la conversación. O dice que tienen que pasar tres aplicaciones de uñas para que ellas realmente se abran.

Algunas ocasiones tuve la oportunidad de tomar mi clase cerca de donde les aplican uñas a las clientas. Para mí era un lugar privilegiado porque me permitía observar sus interacciones. Una vez, me fijé en las conversaciones que La China tenía con una de sus clientas mientras le hacía unas uñas en punta blanca. La China le contaba sobre su familia. Su clienta también hablaba sobre los gastos del ingreso escolar de su hijo. En contraste, me fijé cuando El Galán le estaba aplicando uñas a una señora. Mientras tanto, ella se puso a

⁹⁷ El significado que La Chaparrita le otorga a la categoría “*liberal*” tiene que ver con la apertura de las personas a hablar sobre su vida personal.

hablar por su celular, se estaba comunicándose con sus empleadas para gestionar unos pedidos, porque era dueña de una papelería del sector de La Merced. El de Lentes también estaba haciendo unas uñas y hablando con su clienta, pero se notaba que era ella quien lo interrogaba y él respondía puntualmente.

3.2.Carnalidad

Como ya mencioné en el primer capítulo, el concepto de trabajo corporal no solamente se refiere a la dimensión emocional, sino que incluye la dimensión física. Por ello, a continuación, narro cómo se hace presente en sus cuerpos tal concepto en las aplicadoras. Lo anterior, en relación con una de las conclusiones de Gabriela Arango:

Los cuerpos de las trabajadoras están sometidos a múltiples tensiones para soportar posiciones incómodas, realizar esfuerzos de concentración visual y motricidad fina, al tiempo que controlan la amabilidad de su expresión, ocultan la fatiga, el disgusto, la preocupación; adecuándose a las demandas particulares de cada clienta. (2013:125)

Me gustaría enfatizar que aplicar uñas también demanda varias exigencias en términos corporales. Por ejemplo, La Patrona me manifestaba que a pesar que le gustara aplicar uñas, ese día específico, había hecho cuatro aplicaciones y ya se sentía cansada. Al tiempo que me expresaba eso, erguía su espalda, estiraba su cuello de lado a lado y movía de forma circular sus hombros hacia atrás. Al ser un trabajo sedentario, las aplicadoras requieren puestos de trabajo cómodos, adecuados y ergonómicos y con una buena iluminación. No obstante, como mencioné en el anterior capítulo, en el Callejón de la Belleza, la mesa de trabajo y sillas de las aplicadoras son pequeñas porque esto permite mayor capacidad y, por consiguiente, más ganancias económicas. Entonces, allí y en muchos otros lugares existen riesgos de salud ocupacional porque se priorizan las ganancias sobre los cuerpos de quienes allí laboran.

Ser aprendiz de aplicadora me permitió comprender algunas interacciones, prácticas, dinámicas relacionadas con el trabajo corporal. Después de mi primera clase, en la que duré aproximadamente cuatro horas limando las uñas porque había hecho mal el encapsulado, las articulaciones de mis manos me dolían. No obstante, al mismo tiempo, mi cuerpo también me limita para comprender otras situaciones, puesto que también me desempeño en una labor que implica dolores de espalda continuos y un esfuerzo visual constante. Una de las razones por las cuales a La Patrona ya no le gusta aplicar uñas es porque en sus palabras la “agota” mucho, específicamente su vista. Al igual que sucede con su mamá. Ante mi pregunta de si

ser aplicadora les generaba un desgaste en términos corporales, La Gordita y La Chaparrita me contestaron que para nada. Entonces, les preguntaba si no les molestaba la vista como a La Patrona, ellas declaraban que no lo sentían. Lo cual, entonces, puede ser explicado en términos de duración del oficio, pues La Patrona se ha desempeñado más tiempo; mientras que, La Chaparrita, cinco; y La Gordita, año y medio.

Sumado a lo anterior, el olor a químico, específicamente a monómero y acetona, es fuerte la mayor parte del tiempo. Específicamente en la Plaza de las Uñas, a pesar de las modificaciones, el aire no circula a causa de los toldos que hacen parte de la estructura. En la sede principal de *Beauty Nails* no sucede esto porque cuenta un espacio con grandes ventanales que permite la circulación de corrientes de aire. La Güera me comentaba con temor que había chicas que generaban alergia al olor de los químicos y por ello debían dejar de trabajar. Por eso, rogaba que no le sucediera eso. Ante mi pregunta sobre el olor a químico, La Patrona me manifestaba que, personalmente, después de un día de exposición continua, sentía dolor en la cabeza, en el área de la nariz y los ojos. De igual modo, declaraba que ella ya no percibe el olor a químico, que todas las personas que llegan al lugar y le expresan que huele muchísimo, pero para ella ya es indiferente.

En las épocas más calientes del año, el calor dificulta el trabajo. Por lo tanto, si las condiciones laborales de quienes se desempeñan como manicuristas o aplicadoras son difíciles, éstas se ven deterioradas cuando se realiza de manera informal. Junto a esto, en la zona, existe una demanda constante de clientela, razón que dificulta que las aplicadoras y aplicadores puedan tener horarios fijos. Por ejemplo, un día, llegó una pareja. Él señor parecía tener un vínculo con La Patrona. Éste le preguntó a La China hasta qué se hora iban, ella dijo que hasta las siete y treinta. (Su horario es hasta las seis de la tarde). A la chica le ofrecieron sentarse a esperar, mientras llegaba un aplicador de nacionalidad venezolana. Él llegó con mucha prisa y empezó a sacar materiales de su caja. Mientras tanto, el señor le dijo que a quien no trabajara, en México le chingaban la madre y después se reía. Él no se expresó ante tal afirmación, seguía preparando sus herramientas y materiales para continuar con el trabajo. Lo anterior da cuenta de las desigualdades de las relaciones, y en este caso específico, en relación a aspectos migratorios, tema que analiza Kang.

De igual modo sucede lo mismo con las horas de comida. Todos los días, pasa una señora con un mandil de uno de los negocios aledaños a *Beauty Nails*. Junto al comercio de belleza también hay quienes se dedican a vender desayunos, comidas y meriendas a quienes trabajan en el Callejón. Cada quien escoge lo que desea y luego ella trae el pedido hasta sus puestos. En una ocasión, El de Gorra me estaba haciendo uñas. Él le pidió dos tortas con huevo y una café con leche a la señora. Él expresó que no quería aguantar hambre como el día de anterior que pudo comer hasta las cinco de la tarde porque era el único aplicador disponible. Después, la señora le trajo su pedido. Y en los intervalos en que mis manos estaban en la lámpara *led*, él mordisqueaba su torta y bebía pequeños sorbos de café. Esta escena se repetía en varias ocasiones. De igual forma, La Güera me comentaba que ella no tenía como tal una hora de comida, pero cuando lo hacía comía en su mismo puesto. Lo anterior es interesante, porque Arango afirma que, en los salones de belleza de lujo, los cuerpos de las trabajadoras sólo deben ser visibles en función de la atención que estas prestan. En cambio, en *Beauty Nails*, sus cuerpos no sólo son visibles cuando aplican las uñas, también en el poco tiempo libre que pueden alimentarse.

A pesar del estrés, cansancio, calor excesivo, hambre, sed, olor a químico, condiciones



Ilustración 13. Trabajo Corporal

apretujadas, sedentarismo, y exigencias del trabajo, quienes aplican uñas deben mantener una expresión amable y servicial hacia sus clientas. Debo resaltar otro argumento de Kang que observo que sucede con las aplicadoras en el Callejón de la Belleza: los servicios en los cuerpos de las clientas implican la disciplina de los cuerpos de las aplicadoras, de lo cual da

cuenta lo anteriormente descrito. Kang manifiesta que efectivamente existen riesgos de salud ocupacional involucrados en el trabajo de la manicura, los cuales incluyen la exposición a químicos tóxicos, alergias, erupciones en la piel, síndrome del túnel carpiano y lesiones por esfuerzo.

3.3. Superficie

Durante el trabajo de campo me percaté que los diseños que más elaboración tienen los llevan las aplicadoras, puesto que sus uñas también hacen parte de su identidad profesional. Sostengo que son elaborados porque combinan efectos, texturas, colores y tipos de puntas. Esto obedece a que, de acuerdo con Urrutia (2018), las personas que laboran en la industria de la belleza y en el sector de los servicios corporales y estético se apropian de un ejercicio productivo y discursivo de la belleza, pues usan su presentación corporal como una estrategia para atraer clientela. Por lo tanto, además de ser productoras también son consumidoras. Si bien, su adorno se concentra en sus uñas, este también se manifiesta en su cuerpo, con énfasis en zonas específicas como rostro o cabello o a través del uso de accesorios.

Según Arango, un rasgo distintivo de los salones de lujo es la atención cuidadosa a la imagen de la empresa, a través del uso de uniformes. Esta práctica varía en el Callejón de la Belleza, pues en la calle de La Alhóndiga, las batas blancas que portan vendedoras y vendedores se ha interpretado como una forma de regularización del comercio. En los puestos donde se proveen servicios relacionados con las pestañas, las cejas o el vello facial sí se diferencian a partir de los colores. En la Plaza de las Uñas, hay negocios que no prestan atención a este tipo de detalles, ya que las aplicadoras se presentan con su ropa, algún delantal o bata. En *Beauty Nails*, encima de su ropa, todas las trabajadoras y trabajadores portan unas batas blancas.

La Chaparrita expresaba que La Patrona no les exige nada respecto a la presentación, solamente el uso de la bata y traer sus uñas largas, porque así llaman más la atención. La Patrona o El Galán son quienes les aplican las uñas. Ella manifiesta que personalmente sí le motiva arreglarse y, además, agrega que eso fue lo que estudió. Sus clientas todo el tiempo le hacen cumplidos por su maquillaje, especialmente porque se pinta muy lindo los ojos. La Chaparrita piensa que todas las mujeres deben arreglarse, pero fundamentalmente las que trabajan con belleza porque a eso se dedican, si no lo hacen darían muy mala impresión y una clienta pensaría dos veces si hacerse las uñas con ella. En ese momento, yo aproveché y le dije que efectivamente se maquillaba muy lindo los ojos. Y me contestó, sí mira, ya eso llama a otro tema de conversación y eso me ayuda con las clientas.

Mientras ella me recalca la importancia del adorno corporal, en mi cabeza pensaba qué impresión le estaba dando a mis interlocutoras por no arreglarme como ellas lo consideran. No sé si mi rostro reflejó lo que estaba pensando y ella me dijo: “*pero tú no, tú tienes la cara finita, lo que pasa es que a mí me gusta*”. Lo cual da cuenta del trabajo corporal constante que La Chaparrita realiza en sus interacciones. Ella también me comentaba que en ocasiones sus clientas llegan a solicitarles que le hagan las uñas como las que tiene; por ello, le conviene tener diseños más elaborados porque eso le representaba mayor ganancia económica. Por su parte, La Gordita opina que la presentación personal en su trabajo era sumamente importante, porque si no lo hace, probablemente sus clientas se cuestionen “*¿si así se arregla ella cómo será a mí?*”. En el mismo sentido, La Güera me decía que sus uñas eran su carta de presentación. Su clienta me corroboraba tal declaración, pues afirmaba que ella se fijaba mucho en las uñas de las aplicadoras, ya que estas son indicadoras de qué tan bien o mal trabajan.

Por consiguiente, a partir de la información recabada en campo, considero necesario tener en cuenta la función que el adorno cumple en la superficie del cuerpo en relación con la prestación de servicios corporales y estéticos. Lo anterior en razón a que a los cuerpos se les ha asignado un valor de mercado que ha generado nuevas formas de trabajo corporal. En el caso que estudio, las aplicadoras además de manejar sus emociones y concentrarse en los intercambios encarnados, también deben profesionalizar su cuerpo, pues el manejo de su adorno corporal, especialmente el de sus uñas, es una estrategia para atraer clientela y a su vez, un indicador del servicio que ofrecen. Ahora bien, también es necesario tener en cuenta que habrá lugares en los que existan reglamentaciones estrictas sobre la imagen corporal. En *Beauty Nails* son el uso de la bata y las uñas y cada una de las aplicadoras decide cómo adornar su cuerpo. Esto no representa ninguna imposición, sino que justamente es un deseo que además lo consideran parte de su labor como aplicadoras.

4. El trabajo corporal expresivo

En la introducción expliqué que mi curiosidad por el tema surgió porque la manicura me resultaba una práctica placentera que aminoraba mi desgaste emocional. Durante la investigación, el adorno de las uñas ya no tenía el mismo efecto, no sólo por el estrés que genera hacer una tesis; sino porque ese sentir me situaba en una posición de clase específica.

Asunto que hasta entonces no comprendía. En su libro, Kang examina tres formas diferentes de trabajo corporal en los salones de manicura de propiedad asiática en Nueva York. El “trabajo corporal de mimos”⁹⁸ en *spas* de uñas que atienden principalmente a mujeres blancas de clase alta y media; el “trabajo corporal expresivo”⁹⁹ en salones de manicura que atiende principalmente a mujeres negras de trabajo y mujeres de clase media baja; y el “trabajo corporal rutinario”¹⁰⁰ en salones de uñas con descuento que atienden a clientes con diversidad racial y socioeconómica.

Arango afirma que el oficio de la manicura se encuentra entre las dimensiones higiénicas, estéticas y placenteras. Cuestión que ha generado una menor valorización de esta práctica en comparación con otras que se ofrecen en las estéticas. Por lo tanto, las dinámicas del mercado de belleza han generado nuevos servicios de distinción y sofisticación que resaltan las dimensiones estéticas (esmalados, diseños y extensiones); y placenteras (hidratación, masajes y exfoliación) con el propósito de elevar dicha labor. En mi experiencia previa al Callejón de la Belleza, a los lugares que asistía me ofrecían servicios como exfoliación, masaje, hidratación o aromaterapia, aceites y esmaltes libres de tóxicos. Del mismo modo, algunas herramientas eran sanitizadas y las limas de uso exclusivo para mí.

En contraste, en el Callejón de la Belleza, no me brindaban ninguno de estos servicios. Lo cual se debía primero a la dificultad de acceso al agua en los negocios, puesto que independientemente de si son formales o informales, no cuentan con la infraestructura.¹⁰¹ Y segundo, a que el trabajo corporal de mimos no se ejerce allí. Kang argumenta que la satisfacción de las clientas en los *spas* de uñas de lujo depende no sólo de la apariencia

⁹⁸Originalmente en inglés, la autora lo denomina como “*Pampering body labor*”. Decidí traducirlo de esta manera, pero debo enfatizar que éste hace alusión a un contacto íntimo, emocional y corpóreo.

⁹⁹*Expressive body labor*.

¹⁰⁰*Routinized body labor*, la cual implica suavizar las tensiones tanto por la provisión de una manicura presupuestaria de los diversos cuerpos –en términos de clase y raza– encontrados en este entorno. Estos factores se suman a la creciente preocupación de los clientes con las condiciones sanitarias de los salones (como el peligro amarillo) y los intentos de los dueños y manicuristas para apaciguarlos. La mentalidad de las clientas es que las manicuras deben ser rápidas y económicas, lo cual reduce precios y servicios, creando condiciones indeseables que luego se asocian con las mujeres asiáticas que dirigen los salones. Esta forma de trabajo corporal no sucede en mi investigación debido a las características del Callejón de la Belleza.

¹⁰¹Aunque algunos puestos cuentan con servicio de manicura y pedicura *spa*, el cual no se reduce al pintado y limado de las uñas, sino que incluye masaje y servicio de exfoliación, aunque no es una práctica común en la zona.

atractiva de sus uñas, sino también del placer de ser mimadas. Y en su estudio, las clientas consideran que las mujeres coreanas son particularmente hábiles en esta empresa.

El trabajo corporal de mimos implica un cuidado físico extenso, junto con la atención a las necesidades emocionales de los clientes, incluidas las conversaciones comprometidas. En línea con las expectativas de los clientes, los *spas* de uñas exclusivos otorgan gran importancia a la atención física y emocional como componentes cruciales de la interacción del servicio. Las dimensiones físicas del trabajo corporal de mimos abarcan una gama de prácticas de servicio. Incluido el uso de productos y equipos de alta gama, masajes y la creación de una atmósfera relajante y placentera. Así como la gestión de los cuerpos de los trabajadores mientras realizan estos servicios. Para Kang, la aparición de relaciones íntimas cordiales desmiente las tensiones subyacentes, ya que las prácticas generadas en el trabajo corporal de mimos defienden la raza y el privilegio de clase de las clientas y refuerzan la sumisión del manicurista. Para ella, no es suficiente que se mimen sus cuerpos; a menudo quieren que sus sentimientos sean masajeados también.

Entonces, ¿De qué forma se expresa el trabajo corporal en el caso empírico que estudio? En el Callejón de la Belleza ocurre un trabajo corporal expresivo. En el caso de Kang, este se identifica con un estilo de prestación de servicios que surge los salones de decoración de uñas ubicados en vecindarios de clase trabajadora –predominantemente afro, pero no exclusivamente– de Nueva York. Fenómeno que en la Ciudad de México se traslada de igual forma en sus clases populares. Esta forma de trabajo corporal expresivo se caracteriza por priorizar las uñas como forma de autoexpresión de su clientela. El trabajo corporal expresivo se enfoca menos en mimos y más en crear diseños estéticos de uñas. Ahora bien, en el análisis de Kang, esta forma de labor se enfoca en las relaciones entre la clientela afroamericana y las manicuristas coreanas. Kang señala que en estos salones de uñas se enfocan en realizar extensiones de uñas, rellenos y diseños pintados con aerógrafos. Entonces, la relevancia se centra en el adorno de las uñas, más que en los mimos, aunque evidentemente, como ya mencioné, las exigencias emocionales de la clientela se basan en la conversación, trato y calidad del servicio por parte de las aplicadoras. Al igual que en el caso de Nueva York, los requerimientos físicos del trabajo corporal son distintos, pues además del trabajo emocional, la práctica también requiere habilidades artísticas, cuestión que trabajé

anteriormente. En el siguiente capítulo, me enfoco en desarrollar qué se expresa a través de las uñas.

Consideraciones finales del Capítulo

Para llegar a la pregunta que motiva este capítulo, hay que tener en cuenta que los factores que inciden en el crecimiento de los servicios de manicura son la expansión del capitalismo hacia el área de los servicios, que se refleja en cómo la intimidad comercializada ingresa a los salones de uñas. Anudado a ello, el auge de la industria de la belleza y, por último, el crecimiento del empleo de las mujeres situadas en posiciones subordinadas por cuestiones de clase, género y raza. Aunque la belleza ha sido un objeto de reflexión de los estudios feministas, algunos análisis han caído en miradas binarias y se han centrado en el consumo.

No obstante, analizar a quienes forman parte de la cadena de producción permite ver las condiciones laborales de las mujeres que prestan servicios estéticos y corporales. Por ello, en mi investigación se aprecia como el oficio de aplicar uñas es un nicho de trabajo para sujetos con unas características claras dentro del mapa social. Dicha subordinación no se intensifica por cuestiones de raza, ya que, al existir una relación estrecha de esta categoría con la clase en México, aplicadoras y clientas se encuentran posicionadas en las mismas coordenadas sociales. Pero respecto a la categoría género, sí. Uno de los hallazgos es que la práctica del adorno de uñas también la desempeñan varones, que, aunque pertenezcan a la misma clase social, ocupan posiciones más privilegiadas que las aplicadoras por las desigualdades de género.

Ahora bien, la categoría de género también se relaciona con cuestiones de edad y clase, pues mis interlocutoras presentan características comunes: son mujeres habitantes de la periferia, jóvenes, madres solteras y cuenta con recursos familiares. Por consiguiente, oficio de aplicar uñas les permite conciliar su trabajo de cuidados y el remunerado, aunque no por ello facilita su doble jornada. A pesar de dichas condiciones estructurales de gran escala son ellas quienes eligen el trabajo que realizan. Las aplicadoras a quienes entrevisté manifestaron sentirse a gusto con la labor que desempeñan. Así pues, para ellas, tanto la belleza, como su trabajo representan un deseo y goce en sus vidas. Para devenir aplicadora, no solamente se ponen en juego elementos estructurales o de agencia, también es necesario contar una serie

de habilidades técnicas, artísticas y el gusto por la práctica, las cuales son indispensables para ser aplicadora.

Yo sostengo que ellas desempeñan un rol de trabajo corporal expresivo. Es corporal porque contiene una dimensión emocional, ya que las aplicadoras deben controlar o modificar sus propias emociones hacia sus clientas, alumnas y por cuestiones técnicas que demanda el oficio. Asimismo, deben desplegar un sentido de cuidado en términos físicos hacia sus clientas y dar forma una corporalidad para desempeñarlo. Entonces, efectivamente, el concepto teórico de trabajo corporal propuesto por Kang permite hacer un análisis del género de las dimensiones emocionales y de encarnación vinculadas a los servicios corporales y estéticos. Sin embargo, es escaso para el caso del Callejón de la Belleza de Ciudad de México, porque allí es necesario tener en cuenta la función que lo ornamental cumple en la superficie del cuerpo en relación con la prestación de servicios, ya que las aplicadoras también deben profesionalizar su cuerpo, pues el manejo de su adorno corporal, especialmente el de sus uñas, es una estrategia para atraer clientela y a su vez, un indicador del servicio que ofrecen. Y, por último, es expresivo porque se caracteriza por priorizar las uñas como una forma de autoexpresión de sus consumidoras. Ésta se enfoca menos en los mimos y más en crear diseños estéticos de uñas. Ahora bien, este fenómeno que ocurre en la clase trabajadora afroestadunidense en Nueva York; en Ciudad de México, se traslada a las culturas populares. Qué expresan es una cuestión que desarrollo en el siguiente capítulo.

Capítulo V. La Femenidad Hiperbolizada: clase, género, performatividad y poder

En el presente capítulo profundizo en la dimensión estética, dando respuesta a la pregunta ¿Cómo opera el adorno de las uñas en el proceso de encarnación de la feminidad de las aplicadoras del Callejón de la Belleza? Para ello, divido el capítulo en dos secciones: en la primera, reflexiono en torno a cuestiones relevantes para hacer un análisis del cuerpo a través de las uñas. En la segunda sección, identifico los elementos que integran del proceso de encarnación de la feminidad.

1. Algunas reflexiones en torno al adorno de uñas

En esta parte del capítulo, verteré algunas reflexiones sobre cómo el adorno de las uñas puede dar cuenta de la encarnación de feminidades de las aplicadoras. Inicialmente, justificaré porque el análisis de tal práctica corporal no debe ser pensado como una reducción de la corporalidad; ya que hay que tener en cuenta que a las manos se les ha concedido significados raciales, de género y clase. Y subsecuentemente, expondré la relación entre “lo natural” y lo “postizo” aterrizada en el cuerpo de las aplicadoras.

3.6. Las manos como carta de presentación

En primer lugar, quiero partir desde el argumento de Butler (2002) sobre la importancia de los cuerpos, ya que a través de ellos se performa el género. Focalizar mi interés en las uñas no debe pensarse como una reducción de la corporalidad, pues para mí, es una forma de hacer zoom en una zona específica del cuerpo en la que es posible analizar la encarnación de la feminidad. En el mismo sentido, pienso que hay partes del cuerpo que han sido dotadas de significados raciales, etarios, de clase y de género. Para Kang, el cabello emerge como un significante primario de identidad racial, tanto en apariencia y cuidado. Los peinados, las texturas y los tratamientos son marcadores de identidad racial y étnica. La experiencia y las habilidades para atender tipos particulares de cabello emergen como una forma de diferenciación racial. Así, el cabello se destaca tanto en términos prácticos y simbólicos.

Estoy de acuerdo con la autora respecto a los significados raciales que le han sido conferidos al cabello. Bajo la misma lógica, considero que las manos también tienen

significados raciales, de clase y de género. Hecho que se refleja en la siguiente viñeta etnográfica:

La primera vez que me realicé gelish en el Callejón de la Belleza, Lupita, una de las aplicadoras de la Plaza de las Uñas, me expresaba que el color rojo que había escogido me quedaba bien, porque mis manos eran “blancas”. En contraste, me decía que, a ella, por ser “morenita”, le quedaban bien los colores amarillos. Se levantó de su silla, bajó un muestrario, con unas uñas en ese color. Me dijo que una clienta de tez morena se las había pedido. Ella se las aplicó y se dio cuenta que el amarillo le quedaba bien a las mujeres morenas, decidió aplicárselo a sí misma y le gustó el resultado.

Lo anterior denota una aceptación y gusto hacia su color de piel por parte de Lupita, pues su elección no se basó en criterios de selección para parecer más blanca, sino que, al contrario, a qué color resalta su tono de piel. Sin embargo, dicha reivindicación no es constante en el Callejón de la Belleza, ya que los cumplidos que las aplicadoras giraban en torno al tema de la blancura. Por ejemplo, cuando La Patrona me aplicó uñas, me dijo que el color rosa me quedaba bonito porque tenías las manos blancas. Incluso, me expresó que mis manos eran buenas para trabajar porque eran finitas. Los adjetivos que le asignan a las manos también son materia de análisis, pues cuando dicen finitas se refieren a delgadas, pero a su vez, esta es una palabra que representa algo costoso. Entiendo que la raza es una construcción social en la que la piel cobra gran relevancia, porque a partir de ésta, los colores han sido dotados con significados de belleza o fealdad, superioridad e inferioridad. Por consiguiente, a través del adorno de las uñas también operan lógicas de mestizaje, término acuñado por Moreno (2010) que hace referencia a las prácticas orientadas a mejorar la apariencia personal obteniendo un color más claro de piel. Lo anterior demuestra que el racismo se expresa en la vida cotidiana de las personas, en este caso, a partir de discursos y prácticas corporales de belleza.

Ahora bien, yo considero que el propósito no necesariamente consiste en el blanqueamiento de la piel o el parecer más blanca, pues la forma en que opera dicha lógica de mestizaje es a través del uso de distintas técnicas que adelgazan y alargan las manos. Lo anterior lo comprendí a través de mis clases, específicamente en una que realicé un alargamiento de la almendra de la uña. Por medio del uso de un acrílico llamado *make up* en

tonos *nude* se genera un efecto visual que alarga la almendra de la uña. Las aplicadoras y clientas interpretan dicha técnica como una forma de estilizar las manos. Ahora bien, otra forma lograr dicho cometido también se hace a través del uso de colores *nude* en toda la uña. Justo con ese fin, La Chaparrita me contó que uno de los diseños que más realiza es éste. La respuesta de La Güera también coincidía con lo anterior.

Asimismo, en una de mis primeras clases de uñas acrílicas, debía hacer unas uñas en punta cuadrada. A mí parecer las uñas me habían quedado feas, además de mi poca habilidad como aplicadora, sentía que se veían más anchas en la punta que en la cutícula. Esto me parecía poco “*natural*” y por ello, pensé que estaba realizando mal el limado. Entonces, inconscientemente, decidí limar las uñas con la punta más delgada y con los bordes redondeados. Cuando le mostré el resultado a La China, ella se sentó en mi puesto, limó una de las uñas y me dijo que debían quedar con ángulos muy marcados. El objetivo era dejarlas puntiagudas. En ese momento yo no entendía el por qué hacerlas de ese modo, pero después comprendí que las extensiones de uñas con ángulos marcados también “*estilizan*” las manos, es decir que generan el efecto de tener unas manos alargadas y delgadas.

Estas lógicas de mestizaje a través del adorno de uñas demuestran que los ideales de belleza también se expanden y se sitúan sobre las manos. Además, develan la persistencia de las ideas de superioridad blanca en los discursos y prácticas de belleza. Sin embargo, la modificación corporal no solamente se realiza en función de obtener un tono más claro de piel, sino que también enfatiza en la delgadez y la longitud. En oposición, las manos morenas, gruesas y cortas son consideradas como carentes de belleza. Por lo tanto, requieren ser estilizadas. Ahora bien, aunque los modelos de belleza están cimentados sobre lógicas racistas, estos son asumidos y puestos en práctica por las mujeres que se realizan este tipo de adorno de forma inconsciente.



Ilustración 14. *Uñas nude*

Por otro lado, Kang afirma que ninguna mujer se despierta con la idea de que las uñas cuidadas o adornadas son fundamentales para su identidad. Lo anterior es consecuencia de

los procesos de socialización en los que circula un mensaje que determina que las uñas dicen algo importante de las personas. En concordancia con ello, La Güera y La Chaparrita me indicaban que las manos son una carta de presentación. En ese mismo sentido, La Gordita me recalca que las manos hacen parte de la presentación de todas las personas, no solamente de las mujeres. Yo argumento que tal concepción se debe a que a través de ellas desempeñamos labores cotidianas asociadas con el trabajo remunerado o con las labores domésticas y de cuidado. Por ello, además de los significados raciales que ya expuse, a éstas se les ha dotado de cargas simbólicas de clase y género.

Una vez presencié que una chica le estaba regalando a su madre una aplicación de uñas. Después de mucha insistencia por parte de su hija, la señora aceptó y le pidió a la aplicadora un diseño, pero desistió de los cristales. Mencionó que como ella lavaba trastes posiblemente se le caerían. Entonces, la aplicadora la animó a que se los aplicara y le aseguró que no esto no pasaría porque le pondría unos de buena calidad.

La anterior viñeta refleja un significado respecto al género en intersección con la clase, ya que existe una asociación con las labores de cuidado y domésticas, social y tradicionalmente asignadas a las mujeres de una clase específica. Algunas de esas actividades pueden deteriorar las manos. Las prácticas de adorno de las uñas cobran relevancia, ya que posibilitan contrarrestar los efectos de dichas labores otorgándoles una mejor apariencia. La Chaparrita me señaló que los quehaceres diarios no son impedimentos para verse bien. Entonces, ella considera que una mujer con las manos arregladas demuestra que dispone tiempo para consentirse y verse bien. Por su parte, La Güera les atribuía importancia a las uñas porque hacen parte del cuidado personal y ella lo relacionaba con la vanidad de la mujer. Enfatizaba que la mujer siempre es vanidosa y le encanta traer las manos arregladas. Por lo tanto, las uñas postizas o en gel representan mayor durabilidad, pues a diferencia de los barnices tradicionales, estas técnicas pueden llegar a durar hasta tres semanas. Y posteriormente sólo requieren un retoque. Además, a diferencia de las uñas naturales, éstas pueden alcanzar una gran longitud sin el riesgo de un rompimiento, ya que son más gruesas y resistentes.

Yo le pregunté a mis interlocutoras si usar uñas postizas no les obstaculizaba para hacer alguna actividad. Todas me respondieron negativamente. La Patrona fue la única que me

señaló dificultades. Me comentó que le costaba mucho trabajo ponerse fajas o agarrar alguna moneda que estuviese en una superficie plana. A través de dicha afirmación entreveo que cuando hago zoom en las uñas, percibo que la feminidad se encarna a través de otros elementos, como las fajas, lo cual remite a una modificación de los volúmenes. Desde mi experiencia corpórea, me di cuenta que este tipo de adorno de uñas genera un reentrenamiento corporal para realizar dichas actividades. Éste consiste en reemplazar el uso de las uñas por los dedos. Es inconsciente y a los pocos días se logran mecanizar los movimientos.

Asimismo, las uñas tienen connotaciones de clase, porque las manos sucias, ásperas, gruesas y con mugre son asociadas a personas que desempeñan trabajos arduos. Entonces, unas manos suaves, limpias y prolijas son vinculadas con trabajos de mayor estatus, los cuales están asociados a no ensuciarse. Para La Gordita, las uñas son un factor esencial. Ella dice que una mujer con las uñas arregladas es limpia y femenina. A propósito de su declaración, me interesa añadir que sobre las manos también existen discursos higienistas pues, son consideradas portadoras de gérmenes, virus y bacterias. Ahora bien, dentro de estos discursos, las uñas largas se conciben como lugares que resguardan suciedad y, aún más, cuando son postizas. La Güera, quien antes de ser aplicadora se desempeñaba como enfermera, me aseguró que en ese trabajo nunca trajo sus uñas feas, pues se hacía manicure y las llevaba con “brillito transparente”.

En la dimensión estética, la limpieza adquiere un significado relevante, ya que para Carolina Peláez (2016), en las sociedades con ideologías judeo-cristinas, la imagen de la mujer pura y limpia se contrapone a la de la sucia e impura. Por lo cual, hay una emoción de asco asociada a este tipo de adorno de uñas que las ubica en una posición de inferioridad y automáticamente las vincula al mal gusto, lo cual nuevamente remite a cuestiones de clase social. Bajo esta lógica, Peláez señala que las emociones desempeñan, reproducen y mantienen las desigualdades sociales en el ámbito del género y la clase. Para la autora, el asco contribuye a mantener el control y el orden social. En el cuerpo de las mujeres, esta emoción adquiere un significado ligado a lo moral y al incumplimiento de normas del deber ser de la feminidad. Por lo tanto, su argumento me hace reflexionar que quienes interpretan este adorno de uñas como asqueroso evidencian la norma de cómo debe lucir una mujer.

1.2. La belleza como logro de la feminidad

En este apartado mi interesa justificar porque a lo largo de la investigación me estoy refiriendo al cuerpo cuando hablo de uñas postizas. Por consiguiente, aquí me interesa esbozar la relación entre “lo natural” y lo “postizo” aterrizada en el cuerpo de las aplicadoras. En su *Manifiesto Cyborg*, Haraway (2018) expone que no existe nada natural en el hecho de ser mujer, pues esta es una categoría construida dentro de discursos científico-sexuales. León y Valencia (2019) señalan que el cuerpo contemporáneo es plástico, modificado y autoconstruido. Tras el análisis de figuras como Kim Kardashian, las buchonas mexicanas, Pixee Fox,¹⁰² Valeria Kuckyanova¹⁰³ y las muñecas sexuales de nueva generación de la empresa *RealDolls*, las autoras concluyen que estas mujeres hipersexualizadas, hiperfeminizadas e hipermediadas desencianizan la feminidad porque desnaturalizan los atributos corporales femeninos que son propagados como naturales. A través de las intervenciones en su cuerpo, estas mujeres fragmentan de forma radical la inteligibilidad del cuerpo como humano y se les asocia con seres artificiales, pero vivos.

Efectivamente concuerdo con las autoras en que a través de dichas modificaciones la feminidad ha sido desencianizada, pero considero que dichas prácticas no han contribuido a la ruptura de los binarismos de género porque la dicotomía hombre y mujer aún permanece y es reforzada a través del uso de ciertas tecnologías. Esto se refleja en los casos que ellas analizan, pues dichas figuras son hipersexualizadas y ultrafeminizadas. León y Valencia mencionan que las cirugías estéticas no solamente dan cuenta de las modificaciones corporales caprichosas, sino que además ilustran la persecución de encarnar ideales biopolíticos y de género.

En el caso de la feminidad buchona estudiada por Alejandra León (2019), ella señala que son cuerpos que se enfocan en la modificación como símbolo de poder, ya que es una posibilidad de ostentar y adquirir estatus a través de las cirugías estéticas. Entonces, para la autora, estos cuerpos son ejemplo del hiperconsumo, puesto que son sometidos a lógicas capitalistas. Tales cuerpos también transitan el Callejón de la Belleza, pues en varias ocasiones observé curvas exuberantes. Con traseros y bustos grandes y cinturas pequeñas. Aunque como ya mencioné en el tercer capítulo, aquí también circulan corporalidades

¹⁰² Modelo Sueca que se ha operado con el objetivo de convertirse en Jessica Rabbit.

¹⁰³ Modelo rusa, considerada la Barbie humana.

diversas, cuyos volúmenes y formas varían. Ahora bien, este tema también fue motivo de conversación durante campo:

La Patrona me comentaba que le han recomendado ir a operarse en Colombia. Ella me expresó que quería realizarse una liposucción, pero por cuestiones de tiempo, ya que trabaja mucho, no ha podido hacerlo. Ella me preguntó si yo tenía alguna cirugía, yo le dije que no y ella me cuestionó el por qué si se supone que allí los precios son bajos. Nunca antes en mi vida me habían cuestionado eso, ni siquiera yo misma. Me quedé fría por unos instantes y decidí decirle que me daba miedo someterme a un procedimiento quirúrgico, por temor a responder algo erróneo. Ella me dijo que antes habían tenido otra alumna colombiana en el curso y que ella sí tenía cirugías en boobies, lipo y trasero.

León (2019) argumenta que las cirugías estéticas no son la única forma de modificación. Para ella también es relevante analizar el uso de dispositivos y tecnologías que modifican el cuerpo de manera temporal, como el uso de fajas, ropa *bondage* o lencería con rellenos. Dicha propuesta analítica es clave en mi investigación porque el Callejón de la Belleza se practican modificaciones corporales temporales, asequibles, transitorias y cotidianas. Aunque La Gordita me resaltaba que no es necesario hacer uso de algo postizo para ser bella, porque para ella, lo realmente importante es sentirse hermosa sin la necesidad de cambiar radicalmente el físico. Tal aclaración es confusa en un contexto como el del Callejón de la Belleza, en el que se ofertan cabello, pestañas y uñas postizas. Y más cuando proviene de una manicurista que aplica y se aplica uñas acrílicas. Ahora bien, yo atribuyo tal tensión a que investigar temas sobre el género implica identificar el discurso políticamente correcto y el que da cuenta de las estructuras de género más arraigadas. A ello, debo sumarle que tales declaraciones se complejizan cuando se vincula con la belleza, pues existe todo un discurso que la tacha y la banaliza. Esto ha generalizado una idea y un debate dicotómico acerca de la belleza natural o postiza de las mujeres. Quienes optan por una apariencia postiza son tachadas de frívolas. No es casual que lo plástico sea una denominación para referirse a actitudes superficiales.

Black y Sharma (2001) afirman que si bien, los varones también necesitan modificar sus cuerpos para adecuarlos a la masculinidad hegemónica, estos no requieren pintarlo, hidratarlo, desodorizarlo o depilarlo, porque dichas actividades hacen parte de la rutina de las mujeres. Por lo tanto, para las autoras, la feminidad es un estado que constantemente se

busca y es la industria global de la belleza la que permite la adquisición de algunas características consideradas socialmente femeninas. Consecuentemente, pienso que lo anterior promulga una creencia de que existen atributos femeninos que son naturales, pero efectivamente dicha concepción de lo natural es resultado de una construcción social. Entonces, yo señalo que en Occidente y las sociedades occidentalizadas, la belleza es un logro de la feminidad, como ilustro a continuación:

Un día, camino a clase, escuché que la locutora de la Plaza de la Belleza invitaba a los compradores a ingresar al lugar. Ella decía: “¿Quiéren estar guapísimos? Pues, pasen a la Plaza de la Belleza. Aquí encontrarán todo para estarlo” Posteriormente, añadió: ¿Ven mi pelatzo? ¿Les gusta? ¿Quiéren que les cuente mi secreto? Son extensiones de cabello y aquí pueden encontrarlas.

Tal y como indicaba la locutora, a través del consumo era posible obtener una cabellera larga. La feminidad ideal es muy reducida y para conseguirla se requieren modificaciones corporales. Black y Sharma expresan que el ideal de la feminidad y la industria global de la belleza son sistemas que regulan y comercializan los cuerpos de las mujeres. Por tal razón, surge una disputa porque, por un lado, hay una valorización de lo “natural”, pero por otro, lo postizo es la forma en que se obtiene. Ante tal panorama, algo que es reiterativo en el Callejón de la Belleza, es decantarse una apariencia natural o postiza. Ahora bien, las concepciones sobre lo natural no son las mismas para todos los individuos. De esto me daba cuenta, cuando

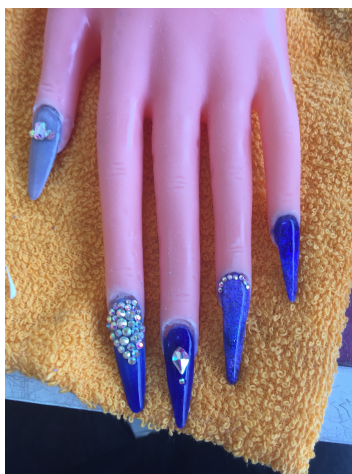


Ilustración 15. Cristales

a mí me ofrecían un procedimiento “100% natural” yo no lo consideraba así, para mí se notaba “falso”. Entonces, reflexioné que la notoriedad de dichas intervenciones tiene una estrecha relación con la categoría de clase social. Independientemente de su pertenencia de clase, algunas mujeres se realizan modificaciones corporales. Pero en algunos contextos, el hecho de que se noten es lo que difiere. En el caso de la Ciudad de México, lo elegante, discreto, sofisticado y recatado en las uñas se asocia con el minimalismo. Incluso cuando se usan uñas acrílicas o diseños de *Nail Art*. En cambio, la combinación de varios elementos puede llegar a considerarse exagerada y/o excesiva. Preferencia que se aleja de lo que sucede en el norte del

país, donde no existe una diferenciación de clases sociales de ese tipo, ya que es común el uso de los cristales. A continuación, explico por qué en el Callejón de la Belleza se pone en práctica un adorno de uñas ostentoso, exagerado y cargado.

2. El adorno de uñas dentro del proceso de encarnación de feminidades en cuerpo de las aplicadoras

A pesar de los numerosos intentos de complejizar la encarnación, ésta aún sigue inmersa en un caos teórico. Dicho concepto puede sonar rígido porque pareciera indicar que lo abstracto tiene una existencia anterior e independiente de lo material. Partiendo de la relevancia que Villa (2011) sobre la relevancia de hacer uso de un marco conceptual en el que la praxis y el discurso sean concebidos como dimensiones entremezcladas y de mi análisis de la encarnación de la feminidad a través del adorno de las uñas en el Callejón de la Belleza, concluyo que si bien el discurso y la práctica se pueden distinguir como categorías analíticas; en lo empírico estas dimensiones no existen de manera aislada, ya que las prácticas conllevan significados y los discursos son acompañados de acciones. Entonces, cuando se tiene como referencia el concepto teórico de encarnación no se deben considerar ni las prácticas ni los discursos *per se* sino los significados que se quieren comunicar. En vista de lo anteriormente expuesto, me interesa recalcar que para mí la encarnación es un proceso en el que circulan distintos elementos como los modelos de belleza, la clase social en vínculo con el gusto y el género como un deseo. A continuación, expongo que el adorno de uñas es una práctica corporal que en sí misma es un *performance* de poder (Alexander. 2017), y una mimesis performativa (Villa. 2011).

2.1.Circulación de modelos de belleza femenina

En primer lugar, reconozco que, aunque los modelos de belleza femenina juegan un papel relevante en la construcción del cuerpo de las mujeres, no tienen un rol central ni único. Pero sí son un elemento que hace parte del proceso de encarnación de la feminidad de las aplicadoras y que yo subdivido como de acuerdo al canal de circulación: medios masivos de comunicación y Callejón de la Belleza.

2.1.1. En los medios masivos de comunicación:

En una de mis clases, me encontraba sentada en un puesto que tiene vista a la calle. Desde ese lugar, empecé a oír una letra de una canción, que claramente decía “Méteme al certamen de reina de belleza. No pueden pedir tanto con tan poco en la cabeza”. Yo levanté mi cabeza en búsqueda del

origen de dicha melodía. Me di cuenta que venía de un puesto callejero de extensiones. La vendedora estaba concentrada viendo su celular, al mismo tiempo que peinaba unas extensiones de cabello. Yo sabía que esa canción pertenece a una narconovela colombiana llamada “Las Muñecas de la Mafia”. En otro contexto, seguramente hubiera ignorado el hecho, pero en éste, tanto la letra como el tema eran pistas claves en mi investigación.

La anterior viñeta etnográfica cobró sentido con las conversaciones que días atrás tuve con las propietarias de *Beauty Nails*. Cuando conocí a La Patrona, ella me preguntó si yo era de Colombia. Me señaló que se había dado cuenta por mi acento y mis facciones. Para ella, yo me parecía mucho a una amiga suya, quien es su masajista. Después me expresó que a ella le encantaría ir allá. Ahora se sentía más antojada, ya que estaba viendo la telenovela *Sin Senos no hay Paraíso*. Asimismo, cuando La Patrona me aplicó uñas, me preguntó si era muy fuerte el rollo del narco en Colombia. Yo le respondí afirmativamente. Ella replicó: “¡Qué chido!” y al mismo tiempo se reía.

Por medio de su trabajo, Lila Abu-lughod (2006) rescata la importancia de la televisión como una presencia universal en las vidas e imaginarios del mundo contemporáneo. A su vez, la autora considera que la antropología requiere una reducción creativa para adecuarse a las vidas afectadas por los medios masivos, pues hoy, las personas habitan mundos más interconectados. Situación que no es ajena al Callejón de las Belleza, pues en éste, hay flujos de discursos procedentes de los medios masivos de comunicación, como en el caso de las narcoseries. Este vínculo entre adorno de uñas y la narcoestética no solamente cobra sentido *in situ*. En otros espacios, cuando conversaba acerca de mi tesis con personas allegadas de nacionalidad mexicana, éstas las caracterizaban como “uñas buchonas”. Al principio no sabía a qué se referían porque desconocía quiénes eran las buchonas, pero posteriormente entendí el porqué de tal asociación. No necesariamente los cuerpos que transitan el lugar son un calco de las buchonas mexicanas. No obstante, tienen en común el gusto por lo exagerado y ostentoso y el énfasis en lo considerado socialmente como femenino en el cuerpo. Características que se cristalizan en el adorno de las uñas.

No me detendré a analizar el motivo de dicha ostentación y exageración, ya que es el tópico central que desarrollo en los siguientes apartados. Por ahora, me interesa comprender la circulación de discursos en el Callejón de la Belleza, pues éstos son resultado del consumo

de productos culturales asociados a lo narco, como las series televisivas, que transmiten un gusto particular y desembocan en una construcción hipersexualizada del cuerpo de las mujeres. Ospina (2009) manifiesta que uno de los elementos fundamentales de la popularidad de dichas telenovelas es el tema de la superación, del revanchismo social y el elemento aspiracional. Elementos que dan cuenta de su acogida en las clases medias y populares.

Continuando con la relación entre productos culturales y modelos de belleza, en su investigación sobre *Magia Amorosa en el Mercado de Sonora*,¹⁰⁴ Soler (2016) señalaba que, durante una entrevista, el bullicio de las canciones de cumbia provenientes de los puestos aledaños no le permitía escuchar a su interlocutora. No obstante, rápidamente se percató que la música le proporcionaba una gran metáfora para comprender su interés investigativo, el cual estaba mediado por interferencias. Esto representaba una oportunidad para conseguir descripciones densas en las que la cumbia formaba un papel crucial, al igual que las palabras de su entrevistada. Para la autora, las canciones movilizan, expresan y hacen circular afectos y emociones.

En el mismo sentido, me sucedió a mí. Un día mientras esperaba para ingresar a mi clase, le presté atención a la música que sonaba en el lugar. Una de esas canciones era interpretada por Rosalía, cantante española, que además de otras características, se distingue por su adorno de uñas. Dichas canciones también me servían de metáforas porque a través de ellas se podía rastrear los modelos de belleza divulgados por sus intérpretes cuyas corporalidades tienen correspondencia con las consumidas en el Callejón de la Belleza, pues son evidentes a través del adorno corporal y también en mis entrevistas. Cuando le pregunté a La Gordita cómo qué mujer le gustaría ser físicamente, ella respondió, Natti Natasha. Una cantante de reggaetón de origen dominicano. Entonces, al igual que sucede con la narcoestética, en el género urbano los modelos de belleza femeninos también se caracterizan por la ostentación y la exageración a través del cuerpo.

Como señala Kang, este adorno de uñas surgió los salones de decoración de uñas ubicados en vecindarios de clase trabajadora, predominantemente afroestadunidense. Por lo tanto, en este caso también es perceptible el vínculo entre clase popular y uñas postizas. Reid

¹⁰⁴ Muy cerca del Callejón de la Belleza.

(2020) señala que, a inicios de los noventa del siglo pasado, raperas como Lil 'Kim y Missi Elliott mostraron sus uñas coloridas y algunas fanáticas empezaron a imitarlas. Éstas iban en contravía de las manicuras *nudes* y francesas apreciadas en la época. Aunque, así como tuvieron acogida, tal adorno también recibió críticas. Por ello, pienso que no es casual que las cantantes de reggaetón, un género musical que hace uso de elementos del *Hip Hop*, divulguen dicha estética. Reid manifiesta que actualmente, las uñas ocupan un centro de atención relevante gracias a plataformas como *Instagram* o *Pinterest*, en las que ya no se consideran exclusivas de grupo marginalizados, ya que hay figuras mediáticas que las han popularizado.

Por lo anterior, no hay que perder de vista la postura de Craig (2006) acerca de que los estándares de belleza son configuraciones cambiantes de discursos y prácticas. Si bien, actualmente, en la Ciudad de México, tal fenómeno sí es consumido y practicado por algunas mujeres de clases populares, tal adorno cada vez más se propaga a otras esferas sociales. Además, también existe la posibilidad que, al visitar el Callejón de la Belleza en algunos años, haya otras prácticas relacionadas con las que difieran de las que actualmente se llevan a cabo.



Ilustración 16. Cuerpos Fragmentados

Ante este panorama, también se hace necesario hablar del cambio de los medios masivos de comunicación, pues como señalan León y Valencia (2019), de la celebridad propagada en la televisión se ha pasado a las microcelebridades producidas por los dispositivos móviles y las redes sociales virtuales. Cuestión que ha cambiado las lógicas de las estéticas y salones de uñas, pues las revistas en las salas de espera, los catálogos o las pantallas en la televisión han sido remplazadas por las representaciones de los dispositivos móviles. Aunque en el Callejón de la Belleza, los maniqués –esos cuerpos fragmentados– y las series televisivas aún siguen desempeñando un rol importante en la vida de las personas y sus modelos de belleza. No obstante, las redes sociales también han cobrado gran relevancia en la labor de las

aplicadoras, porque son plataformas que brindan oportunidades de aprendizaje, actualización constante e inspiración para realizar sus diseños. Todas me comentaron que, para inspirarse hacen búsquedas en *Pinterest* y *Youtube*. Usan palabras como uñas acrílicas, en determinado color, punta o efecto. Aunque señalan que las clientas también llevan sus diseños en sus celulares.

Según León y Valencia, tal cambio conlleva a la instauración de una combinación de cuerpos e ideales que riñen por la representación, en términos de inclusión y políticos. De esta forma, para las autoras, en redes sociales se han producido discursos de cuerpos no estandarizados que han redefinido las relaciones de los cuerpos feminizados. Conuerdo con ellas, puesto que estas representaciones no necesariamente están mediadas por una corporalidad hegemónica. Lo anterior se debe a que mujeres con apariencias físicas diversas tienen acceso a redes sociales y comparten consejos sobre temas relacionados con belleza. Aunque evidentemente existen discursos que sí refuerzan los vínculos entre feminidad y belleza a través del consumo. Ahora bien, los modelos de belleza propagados en redes sociales no necesariamente se siguen al pie de la letra, ya que pueden ser reinterpretados según la disponibilidad de materiales, gustos, deseos y necesidades de las clientas. Por lo tanto, las redes sociales proporcionan ideas de inspiración para el adorno de las uñas y sirven de catálogos en los que se confecciona cómo se ornamenta el cuerpo. Como se puede apreciar en la siguiente viñeta:

Mientras yo me encontraba en clase, ingresó una clienta de La China. Ella llevaba unas uñas con un crecimiento de aproximadamente tres semanas. Le declaró a La China que hacía tiempo no se las hacía. Que se había desesperado y había estado a punto de quitárselas, pero como esa semana regresó a trabajar, prefirió no. Ella mencionó que llevaba diseño en su celular, lo había mirado por Pinterest. Afirmaba que tenía Animal Print. No obstante, el diseño que había escogido no cargó. La China le prestó su celular, le sugirió que las buscará allí y le preguntó con qué palabra las había buscado. Su clienta le respondió que solamente había puesto uñas. Finalmente, no las encontró y le dio las instrucciones de cómo las quería. Su clienta expresó que daba igual, porque siempre las modificaban y las hacían de manera distinta.

2.1.2. En el Callejón de la Belleza

Es crucial entender que las representaciones que circulan por medio de las redes sociales al Callejón de la Belleza no son unidireccionales, también existen vídeos hechos por *youtubers*

sobre el Callejón de la Belleza en los que se difunde cómo llegar, qué hacer y qué consumir allí. Algunos con fines informativos, otros con tintes clasistas o exotizantes o unos que comparten los productos y prácticas que allí se ofrecen para crear el adorno de sus cuerpos. Como es el caso de una *beautyvlogger drag queen*¹⁰⁵ que hace vídeos para *Youtube*. Red social en la que tiene aproximadamente 45 mil suscriptores y quien se realiza aplicaciones de uñas en *Beauty Nails*. Ella no se presenta como tal en *Beauty Nails*, incluso no se personifica de forma femenina.

A través de su presencia en *Beauty Nails* pude distinguir que hay multidireccionalidad de modelos que circulan en el Callejón de la Belleza. Entiendo que hay enfoques que trabajan las representaciones desde la unidireccionalidad, pues los conciben exclusivamente provenientes de lo hegemónico, pero éste es uno de los tantos referentes. Considero necesario entrever que los modelos mencionados en el apartado anterior no son los únicos modelos de belleza que circulan en el Callejón, pues en varias ocasiones vi que tanto las aplicadoras como las mujeres que transitan por allí son referentes para las demás. Entonces, el Callejón de la Belleza también sirve como una vitrina de representaciones femeninas que se reinterpretan según gustos y deseos. Aunque debo aclarar que éstas también suceden fuera del lugar. Ante mi pregunta de por qué ese tipo de uñas, Susana, una clienta de La Güera, procedente de Texcoco, además de decir que es la única forma en la que lucen, me señalaba que también se debía a que ella veía que así también las usaban las mujeres en el metro.

Un día, El Galán le estaba haciendo uñas a una señora. En el trascurso de la aplicación, llegó una chica, quien su pareja. Tan pronto la clienta la vio, les interrumpió, y le cuestionó si ella era “la chica de las pestañas”, haciendo referencia a su trabajo de aplicadora de pestañas postizas. Ella le contestó afirmativamente. Entonces, la clienta le confesó que le había gustado mucho el color rubio de su tinte y le preguntó quién se lo había aplicado.

En síntesis, en el Callejón de la Belleza no necesariamente existe un único discurso dominante causado por ideales socio-culturales Occidentales. Como insta Tate (2003), hay

¹⁰⁵ Yo supe de ella porque en mi Instagram apareció una publicación de *Beauty Nails* sobre una aplicación realizada por El Galán, cuyas uñas eran con una longitud muy larga, punta *stiletto*,¹⁰⁵ color azul, con cristales en la zona de cutícula y puntas metálicas. En los comentarios, un usuario les agradecía. Por curiosidad, decidí ingresar a su perfil y me di cuenta de su canal. Ella constantemente está realizando publicaciones en *Instagram* en las que presume sus uñas. Incluso, a veces le agradece a Ana, El Galán o a La Patrona.

que dejar de centrarse en un ideal blanco y entender la belleza como una discursiva dividida por la multiplicidad y producida performativamente. Aunque cuando le pregunté a La Güera cómo a qué persona le gustaría ser físicamente, ella me respondió que a Paris Hilton o a Gloria Trevi. Y justificaba que esto se debía a que ellas siempre andaban con glamur. Por ello, aclaro que allí sí existen ideales blancos de belleza, pero no necesariamente el canon occidental es el único referente.

En ese sentido, en el caso que estudio, coexisten y circulan múltiples modelos de belleza. Estos conllevan construcciones discursivas que se centran en la ostentación y exageración procedentes de productos culturales como las narcoseries y el género musical urbano, los cuales tienen en común varios elementos. Uno de ellos es que las representaciones de belleza aceptadas y consumidas provienen de figuras que han ascendido socialmente. Asimismo, coinciden en que conllevan mensajes en los que los varones acceden al prestigio y el poder a través del dinero, mientras que las mujeres lo hacen por medio de su capital erótico. Y, por último, hay una reiteración de la ostentación, la exageración y en el énfasis en los atributos considerados femeninos. A su vez, a través del trabajo de campo pude rastrear la influencia que tienen las redes sociales en la confección de las corporalidades de acuerdo al gusto y el deseo en relación con la clase que refuerzan la feminidad y su relación con la belleza por medio del consumo.

Yo sustento que más allá de preguntarse por la negociación, el rechazo, la tensión o la aceptación de estos, es más relevante rastrear los significados sociales implícitos los discursos que por medio de los modelos de belleza se hacen cuerpo, son visibles y palpables en el adorno de las uñas. Antes de dar cierre a este aparatado, exalto que es ningún momento afirmo que las mujeres que transitan este espacio sean reproductoras o hayan sido influenciadas a consumir dichos modelos de belleza y los incorporen de manera exacta, como lo han señalado algunos enfoques que trabajan el concepto de violencia simbólica de Pierre Bourdieu. Mi argumento apunta a que estos están disponibles y conllevan discursos que, en conjunto con otros elementos, que mencionaré a continuación, hacen parte del proceso de encarnación de la feminidad de las aplicadoras.

2.2. Pagar por lo bello

Como ya señalé en la introducción, yo supe de la existencia del Callejón de la Belleza porque en mi arribo a México, los costos de la manicura me parecieron elevados y, por ello, alguien me recomendó dicho lugar. Al llegar allí, me distraje con el brillo, los colores y las longitudes y la yuxtaposición sensorial, pero no me detuve a reflexionar sobre los costos. Lupita, una aplicadora de la Plaza de las Uñas, me dio una pista al respecto, pero ésta solo la comprendí tiempo después. Ella me dijo que tenía clientas de muchos lugares. Incluso algunas procedían de las afueras de la ciudad. Para Lupita, todas iban porque los diseños que allí hacían no los encontraban en ningún lado.

Tiempo después, La Güera me comentó que los precios cambiaban de acuerdo al diseño. Para ella, unas uñas básicas como las de punta blanca, cuestan \$150, pero hay clientas que quieren diseños más elaborados. Éstas incluyen un “*dibujito, un dije o cristales de Swarovski*” y pueden llegar a costar en los 600 pesos. Yo me puse a la tarea de indagar precios en otras estéticas de la ciudad y encontré promociones de esmaltado en gel desde \$100 pesos u otras que lo ofrecen en 600 pesos. Aunque también hay ofertas mucho más elevadas. Así que los precios eran similares, no obstante, los servicios y diseños diferirían. Asimismo, me di cuenta que a la salida de algunas estaciones del metro, hay puestos que ofrecen servicios de adorno de uñas a bajos costos. Por ello, me surgió la inquietud de por qué había personas que preferían ir Callejón de la Belleza y no a otro lugar. El capítulo anterior, señalé que allí ocurre un trabajo corporal expresivo que se caracteriza por priorizar las uñas como forma de autoexpresión de su clientela. Pero a continuación doy respuesta qué se expresa a través del adorno de las uñas.

En una clase, desde mi puesto alcanzaba a observar a un chico que se estaba haciendo unas uñas de gran longitud. Aunque no lograba ver con precisión, desde lejos, le calculaba que eran por ahí del 8,¹⁰⁶ punta stiletto.¹⁰⁷ Cada una de sus uñas estaba siendo revestida con cristales. Era la primera vez que yo veía a un chico haciéndose ese tipo de uñas. Aunque La Chaparrita me contaba que también tiene muchos clientes varones. La gente que pasaba por su lado lo miraba. Incluso, una señora se acercó. Su rostro tenía una expresión de asombro. Ella le indicó que le gustaban mucho

¹⁰⁶ Aproximadamente dos centímetros y medio por encima de las puntas de los dedos.

¹⁰⁷ Es decir, puntiagudas, se les llama así por los zapatos de tacón que llevan el mismo nombre.

sus uñas y le preguntó el costo. Él le respondió que aún no sabía. Después que terminó la aplicación, se levantó y se dirigió a la caja. Pagó y se marchó luciendo sus uñas. Desafortunadamente yo no alcancé a escuchar el precio. Pero notaba que al igual que yo, todas las personas presentes en el lugar estaban al pendiente del valor.

Teniendo en cuenta la anterior viñeta, justificaré porque considero que tal adorno de uñas es un *performance* de poder. Éste es un concepto teórico propuesto por Alexander (2017). Para él, las acciones son performativas, en tanto tienen un significado comprensible para la audiencia. Independientemente de éste, lo realmente relevante es la interpretación de lo que el actor quiere decir. Ahora bien, él propone que el *performance* está compuesto por: actores, representaciones colectivas, medios de producción simbólica, puesta en escena, poder social y audiencia. Por consiguiente, la práctica corporal del adorno de las uñas puede ser caracterizada como una puesta en escena. La anterior viñeta etnográfica me permite ilustrar que el aplicador y el cliente son los actores. Las representaciones colectivas son los actos de habla que ocurrieron durante la interacción, los cuales desafortunadamente no alcancé a escuchar. Los medios de producción simbólica hacen referencia a los elementos materiales para proyectar el mensaje: por un lado, el escenario, *Beauty Nails*; y por el otro, los atrezos, la mesa de trabajo, los materiales y las herramientas.

La puesta en escena consiste en el ordenamiento de los movimientos que hacen los actores. Por lo tanto, ésta se efectuó a través de lo corpóreo. El gesto central lo realizó el cliente cuando El Galán terminó de aplicarle las uñas. Él pavoneaba y admiraba sus manos. Todas las personas que estábamos presentes en *Beauty Nails* éramos la audiencia. No obstante, a pesar de toda esta puesta en escena, el mensaje no era del todo comprensible para mí. Lo anterior no tiene que ver con la incapacidad de los actores para comunicar el significado de sus acciones, porque realmente lo consiguieron. Entonces, ¿Qué obstaculizó el poder social, al que Alexander define como la proyección eficaz de la hermenéutica? El autor señala que no siempre las audiencias son homogéneas y al interior de ellas, puede haber contrapúblicos. Mis coordenadas sociales eran las que dificultaban la proyección eficaz del mensaje, el cual fui capaz de comprender por medio de la reacción de las demás personas que conformaban el público. Por un lado, porque existe una brecha cultural, pues de donde provengo, también existe un adorno de uñas diferenciado por clases sociales, pero éste no es

tan marcado como sucede en la Ciudad de México. Y, por otro lado, por mi pertenencia de clase, ya que se valora un adorno más simple.

Ahora bien, no soy la única persona para quien tal mensaje no es comprensible porque justamente el contrapúblico del tal performance se puede ubicar en otras clases sociales. En algunas ocasiones tuve la oportunidad de escuchar que además de uñas buchonas, éstas también son caracterizadas como nacas. Palabra que se usa en México para referirse a algo vulgar o de mal gusto y que, a su vez, hace referencia a personas con bajos recursos. Para probar dicha asociación, basta con hacer una búsqueda en *google* con las palabras <<uñas nacas>> y las imágenes que dicho buscador arroja coinciden con el adorno de uñas que se practica en el Callejón de la Belleza. Así que es relevante retomar la propuesta teórica de Bourdieu (1991) sobre *La Distinción*. En tal obra, el autor señala que las posiciones de clase no son ajenas a los tipos de gusto que los individuos tienen. Por lo tanto, la distinción opera a través del gusto.

Sin embargo, Saidel (2009) enfatiza que a pesar de que la teoría propuesta por Bourdieu en *La Distinción* continúa siendo vigente para pensar el funcionamiento de la sociedad y puede ser replicable en otros contextos. La obra puede llegar a ser “dominocentrista”, porque pareciera que los sujetos no pueden escapar. En ese mismo sentido, esta teoría pareciera indicar que quienes quieren distinguirse son sólo las clases medias, pero por medio de lo que he expuesto sobre el Callejón de la Belleza, doy cuenta que las clases populares también quieren hacerlo, pues a través de su cuerpo pretenden aumentar su valor social. Muestra de ello es cómo la aplicación de las uñas es una forma simbólica de obtener distinción y dotar al cuerpo de estatus y prestigio.

Sin embargo, esta forma de distinción no es producto de una invención, sino una reinterpretación de lo valorado como lujoso y bello. Esto se debe a que, como argumenta Burke (1991), la línea que diferencia lo popular de lo hegemónico es difusa. No obstante, para el autor, todo consumo es una forma de producción o creación; por lo tanto, grupos específicos atribuyen diferentes significados a los objetos como una forma de bricolaje o acto de creatividad. En el mismo sentido, Soler (2016) concluye que “*lo popular se expresaría en ciertas formas de vivirse o relacionarse con algunos artefactos culturales, la producción, la circulación y consumo de elementos simbólicos*” (:43-44) Entonces, en el caso que estudio,

el adorno de las uñas jerarquiza a los individuos, porque estas prácticas dan cuenta de los significados que los consumos tienen según las pertenencias de clase, ya que quienes practican este adorno de uñas lo hacen con la intención de demostrar su poder adquisitivo.

Lo anterior permite comprender que el cuerpo es un dispositivo de distinción, pues independientemente de la clase social, es concebido como un símbolo de estatus, lo cual es consecuencia de los procesos de mercantilización de los cuerpos. Lo anterior corresponde a lo que León y Valencia (2019) denominan como la Industrialización del Género y la Sexualidad, momento ubicado temporalmente en la década de los sesentas y setentas del siglo veinte, en el que el cuerpo se convierte en un negocio, un dispositivo vivo e interconectado a los flujos del capital, el deseo y el consumo.

Retornando nuevamente a la viñeta etnográfica, me di cuenta que la audiencia más allá de estimar el diseño de las uñas, las apreciaba por el precio. Por consiguiente, tal adorno de uñas es un *performance* de poder. Es performativo porque tiene un significado comprensible para la audiencia: la ostentación. Cuando yo le preguntaba a las



Ilustración 17. Uñas con foil de dólares

aplicadoras por qué creían que sus clientas pagaban uñas de 500 a 600 pesos, ellas me respondían que era de esta forma cómo podían lucir los diseños. Todas usaron la misma palabra. Ésta también es una gran pista, ya que devela que el objetivo de aplicárselas es exhibirlas. Más allá de las longitudes, colores, formas, brillos, texturas y diseños, lo que se presume es el poder pagar lo bello. No es fortuito que en ellas también se plasmen billetes de dólares o logos de marcas o casas de moda, como *Gucci*, *Loius Vuitton* o de *Chanel*, como las que le vi a La Patrona una vez. Es de poder, en tanto que tal adorno de uñas tiene un valor simbólico. Alexander hace una crítica a las teorías institucionales y estructurales del poder que se han centrado en los medios materiales o en las capacidades, pero han olvidado tener en cuenta la capacidad transformadora de los símbolos; y, que han pasado por alto el poder performativo, pues para que el poder pueda ser eficaz también tiene que serlo el *performance* asociado a él.

2.3.El deseo de mostrarse femenina

La construcción de la feminidad en Occidente y en las sociedades occidentalizadas no puede separarse del cuerpo, debido a que el género está compuesto por un conjunto de prácticas y discursos que involucran directamente al cuerpo. Por ahora, esbozo que la feminidad normativa tiene una existencia material en el cuerpo de las aplicadoras; no obstante, más adelante explicaré la forma cómo se pone en práctica. Como ya expuse en el primer capítulo, en tal proceso de configuración de la feminidad, la belleza ha sido uno de los aspectos que la componen. Con el propósito de mostrar de qué forma las aplicadoras conciben tal mancuerna de feminidad y belleza, a continuación, presento algunos extractos de las entrevistas que realicé, cuya pregunta era en qué consistía ser femenina para ellas:

La Güera me contestó que, para ella, una mujer bien arreglada era femenina. Destacaba que ésta debía serlo de pies a cabeza: con los labios maquillados, las uñas arregladas y buena ropa. Ella consideraba que las mujeres que no se arreglaban eran “chimoltrufias”. Reconocía que éste es un estereotipo creado por el personaje de Chespirito. Para ella, las mujeres chimoltrufias son aquellas que no hacen nada para verse mejor. La Güera pensaba que eso sucedía porque les faltaba alguna motivación. No lo relacionaba la posición económica y expresaba que, por más humilde que sea una mujer, se puede arreglar a través del peinado; o incluso, haciéndose unas “chapitas” con betabel. Por su parte, para La Chaparrita ser femenina consistía en preocuparse por el físico y cuidado personal. Posteriormente, añadía que para ser femenina no solamente cuentan los cuidados físicos, sino también el comportamiento, la madurez y los valores como persona. En contraste, para La Patrona, consistía en ser delicada y tener una buena presentación. Tal idea la asociaba con el maquillaje, la vestimenta o el arreglo de las manos. Finalizaba exponiéndome que ser femenina era aquello que formaba parte de la seguridad de una mujer. Por último, La Gordita me respondió que ser femenina era ser coqueta consigo misma. Resaltaba que para ello no importaban los gustos, los colores. Y concluía “*Solamente el hecho de arreglarse un poco hace que una mujer sea femenina*”.

A través de sus narrativas se puede percibir un discurso políticamente correcto, ya que La Chaparrita me insistía en los valores, el comportamiento y la madurez. Reconozco que la feminidad no se reduce a la belleza y está atravesada por otros elementos que la configuran

y por ello, ella enfatizaba en la bondad que ha sido asociada al hecho de “ser mujer”. Junto a esto, a través de los relatos de las aplicadoras, se puede palpar el vínculo entre feminidad y belleza. Ahora bien, ellas no utilizan tal palabra, pues se refieren a lo que yo estoy entendiendo por prácticas corporales de belleza como “arreglo”. Término que hace referencia al acto de embellecerse; sin embargo, éste trae implícito una concepción de que hay algo estropeado en los cuerpos que debe ser corregido. Por esta razón, a lo largo de la investigación prefiero usar la expresión de adorno, pero entiendo que “arreglarse” es una forma como sociablemente se nombra tal acción, porque lo que arregla es precisamente todo aquello que no entra en el canon de belleza occidental.

En este sentido, también quiero presentar las respuestas de las aplicadoras al interrogarles por qué consideraban que la belleza era primordial. La Gordita me comentaba que la belleza era esencial porque formaba parte de la seguridad de las mujeres. Para La Chaparrita era importante porque: *“El hecho de hacer un cambio, como: depilarse, aplicarse una crema o un tinte, ponerse uñas, tiene un efecto consolador e incrementa la autoestima”*. Ella lo concebía como un regalo de amor. Además, señalaba que muchas personas dicen que hay que amarse a sí misma, pero no dicen cómo, para ella es una manera clara de hacerlo. Por su parte, La Patrona respondió que la belleza era importante porque mejoraba el ego y la autoestima, pues el hecho de maquillarse o ponerse uñas la hacía sentir más segura. Por último, La Güera reportó que la presentación es importante porque: *“Cómo te ven te tratan”*.

De este modo, se puede vislumbrar como nuevamente el tema de la belleza se liga a lo emocional, pero esta vez no se relaciona con su labor como aplicadoras sino con lo que representa para ellas en su rol de consumidoras. Lo cual se debe a la estrategia publicitaria de asociar el cuidado con las prácticas de belleza. Evidentemente, la belleza es producto del sistema capitalista, colonial y patriarcal, pero como propone Craig (2006), los cuerpos son sitios de encarnación de los controles sociales y a su vez, el lugar de los placeres. Por ello, la dominación, opresión, producción de placer y resistencia no son excluyentes. Por consiguiente, la belleza tiene efectos ambiguos, pues a la vez que constriñe, representa un objeto de deseo para algunas mujeres, como las aplicadoras del Callejón de la Belleza a quienes entrevisté.

Si bien, una de las intenciones de mi trabajo es no perder de vista que, para las aplicadoras, la belleza representa un gusto, deseo, placer y goce en sus vidas; también debo precisar el argumento de Mahmood (2008) acerca de que el deseo es construido de forma histórica y cultural. Por consiguiente, surge una ambigüedad en la que la dominación ejerce un dominio sobre el sujeto, pero también otorga condiciones para su existencia. De forma semejante, Sayak Valencia (2012) arguye que, el capitalismo gore¹⁰⁸ somete a través de los deseos de consumo, los cuales han sido implantados por el neoliberalismo exacerbado, los remanentes coloniales y la construcción binaria del género. Valencia enfatiza que las actitudes consumistas no se detienen en las fronteras de la pobreza, sino que se extienden por todas las capas sociales, incluso en las que hay procesos de precarización. Entonces, el sistema capitalista funciona a través de la producción de deseos y la feminidad también se encarna a través del consumo.

Precisamente, es este vínculo entre feminidad y capitalismo el que ha dado origen a las críticas sobre el carácter opresivo de la belleza. No obstante, los trabajos empíricos realizados en sociedades poscoloniales, como la mexicana, han apuntalado a otras conclusiones, como la de Valencia y León (2019):

La transformación del cuerpo de las mujeres no se reduce a una mera aceptación sumisa de los modelos heteropatriarcales de belleza y feminidad, sino que en el caso de ciertas figuras mediáticas globales como las mujeres de la familia Kardashian o figuras locales en México como las Buchonas de Sinaloa, que comparten rasgos y atributos –y quizá hasta cirujanos–, la incorporación protésica de elementos corporales que las hiperfeminiza tiene que ver con la acumulación de activos dentro de la economía sexual de la heterosexualidad. (:34)

Del mismo modo, Moreno (2012) argumenta que más allá de entender la belleza como una forma de sumisión, cosificación de las mujeres o producto de una mirada masculina, hay que comprenderla en relación con la experiencia de las mujeres en sociedades postcoloniales. Justo sobre dicho argumento reposa el refrán de “*Cómo te ven te tratan*” que La Güera usó. A través de éste, ella da luces de que lamentablemente, aún existen mecanismos discriminatorios que limitan las posibilidades de quienes no tienen una apariencia que corresponde con la producida por el proceso de colonización. A continuación, me interesa

¹⁰⁸ Para Valencia, el capitalismo gore es: “*Una herramienta de análisis del paisaje económico, sociopolítico, simbólico y cultural mexicano afectado y re-escrito por el narcotráfico y la necropolítica*” (:83)

ahondar sobre la hiperfeminización, la cual será mi marco de referencia y posteriormente, procedo a justificar por qué yo hablo de una feminidad hiperbolizada.

Por medio de la observación participante, me percaté que, a través de algunas prácticas de adorno corporal, las aplicadoras y clientas enfatizan en lo considerado sociablemente como femenino. Lo anterior se refleja a través del cabello, las pestañas y las uñas de gran longitud; el uso de ropa que acentúa partes sexualizadas, como busto, cintura, cadera, glúteos y piernas; y el uso de maquillaje o joyas. Todo este adorno corporal es una forma de reiterar, mostrar y hacer visible la feminidad. Para Butler (2002), las mujeres adoptan discursos y prácticas determinadas socialmente y posteriormente las materializan a través de repeticiones ritualizadas de acciones que acaban naturalizándose, es decir, por medio de actos performativos. En este sentido, la belleza es performativa no solamente en términos de poder como desarrollé en el apartado anterior, sino que también en función del género.

Las aplicadoras reiteran el orden binario de género en el que habitan a través de elementos de adorno corporal que las identifica como mujeres y les diferencia de los varones. Por lo tanto, es posible entender que algunas aplicadoras del Callejón de la Belleza asumen el sexo desde la identificación y a través de medios discursivos y prácticos que hacen imperativa la heteronormatividad. Como Butler resalta, la niña se feminiza mediante la dominación y las diversas autoridades reiteran esa interpelación fundacional a lo largo de varios intervalos en el tiempo para fortalecer ese efecto naturalizado, como es el caso específico de la belleza. Lo anterior responde a que la formación de un sujeto exige la identificación con la normatividad del sexo, la cual, al materializarse, es esencial para la regulación de prácticas identitarias. Para Butler la materialidad del cuerpo está regulada por las prescripciones sociales y normativas que producen diferencias naturalizadas de manera binaria y heteronormativa, cuyas opciones son ser varón o ser mujer. Razón por la cual, ser y parecer hombre o mujer aún continúa siendo una realidad incuestionable en alguna parte de la sociedad mexicana y el adorno corporal lo refuerza. Entonces, en la cotidianidad del Callejón de la Belleza, esas diferencias entre mujeres y varones se acentúan y se cristalizan a través de las prácticas corporales de belleza, el comportamiento y las actividades.

Es así que en el Callejón de la Belleza se reitera la norma respecto a la feminidad, ya que al exagerar esos rasgos que son considerados femeninos, performan género. De cierta

manera, en este contexto, ser bella no implica que las mujeres tengan que tener determinado fenotipo, sino al contrario, implica que se debe demostrar que sé es bella por medio de las prácticas corporales de belleza. Por ello, yo propongo que la belleza puede ser entendida como un logro de la feminidad. Entonces, en este espacio se refuerzan y se llevan a la práctica los ideales de la feminidad en relación con la belleza. Sí bien, allí se reitera la norma de lo femenino a través del cuerpo, en este contexto específico la feminidad es encarnada de una forma hiperbolizada, y su objetivo es destacarla y lucirla. La forma en que se experimentan dichos discursos es afectada por la estética popular. La clase social atraviesa el cuerpo de las aplicadoras mujeres e influye en su configuración femenina. La racialización también es transversal pero nuevamente resalto que, como afirma Jiménez de Val (2011), México es una sociedad jerárquica ordenada en la que cada grupo ocupó un nicho socioeconómico específico definido en gran medida por la “raza”.

En algunos países surgen invenciones terminológicas para referirse a las feminidades que tienen en común la exageración. En México se usa la palabra buchona o naca. En Colombia se le denomina loba o guisa. En España, choni. O en Inglaterra, *chav*. Claro está cada una con sus variaciones culturales. Precisamente, León y Villaplana (2019) estudian la construcción de las feminidades buchonas y chonis, y consideran que sus cuerpos marginalizados y estigmatizados porque se consideran fuera de la normas sociales y transgresores de los cánones de belleza. Carla Barrio (n.d.) argumenta que, aunque las mujeres leídas como chonis se construyen como mujeres divas y glamurosas, sobre sus cuerpos, recae un estigma de clase. Esto se debe a que hay una desviación de la feminidad hegemónica, ya que, de acuerdo a León y Villaplana, irrumpen con las formas dominantes de género, raza e identidad.

Ahora bien, en estas feminidades no rechaza la norma, sino que se reinterpretan los modelos normativos desde los capitales disponibles. Barrio precisa que la interpretación subalterna de la norma hegemónica conlleva a la hiper-feminización, la cual consiste en una reproducción extrema de los rasgos estereotípicos de la feminidad normativa. Hecho que describe con exactitud las corporalidades de las clientas y aplicadoras del Callejón de la Belleza, en donde la feminidad es encarnada de una forma hiperbolizada. La exageración de la feminidad teóricamente ha sido denominada como hiperfeminización, no obstante, yo

quiero distinguir este concepto de la feminidad hiperbolizada, porque me interesa recalcar que ésta es resultado de la intersección entre género y las clases sociales populares. El adorno de uñas –como otras prácticas corporales– da cuenta de dicha una subalternidad, la cual podría considerarse como una transgresión y una disrupción corporal que marca unas lógicas de clase y consumo particulares.

En relación a lo anterior, Villa (2011) se cuestiona cómo lidiar con experiencias que difieren sistemáticamente de la norma hegemónica, como sucede con la feminidad hiperbolizada en el Callejón de la Belleza. Villa sostiene que las referencias corporales a mundos anteriores son necesariamente miméticas. No obstante, tales movimientos nunca son copias exactas, son réplicas corpóreas que varían, cambian, recrean y reproducen significados. Para esto, propone el concepto de mimesis performativa, definido como acciones prácticas, que, en cierta medida, imitan o copian un acto anterior. Entonces, la feminidad hiperbolizada es una mimesis performativa de la norma de la feminidad. La autora menciona que existe un fracaso constante de las personas cuando pretenden ser un sujeto, debido a que las normas son dinámicas, controvertidas y opacas; y desde su posición, los sujetos necesariamente fallan, porque la realización es frágil y transitoria.

Nuevamente, insisto en tener en cuenta el carácter relacional en la intersección de género y clase social, puesto que la distinción existe y opera de manera relacional, pues para que la feminidad sea hiperbolizada es necesario que haya como referente una feminidad “sobria”. Esto puede ilustrarse a través del binarismo de clase de lo fresa y lo naco que en México se usa coloquialmente. No por ello, insinúo que en las clases altas o medias sí se encarna la feminidad normativa como un calco porque también existen fugas. Butler propone que la materialización nunca es completa y que los cuerpos no acatan enteramente las normas que imponen su materialización. Por último, considero que si bien las aplicadoras reiteran la norma de la feminidad a través de la exageración de los rasgos estereotipos que ésta conlleva, existe una disputa en mi campo de estudio porque como propone Butler, el cuerpo es el lugar en el que se materializan otros discursos normativos que no son exclusivos del género, sino también de la clase, la raza, la edad y la ocupación. Entonces, el cuerpo de las aplicadoras es el sitio donde la feminidad normativa tiene existencia material, pero ésta se encarna de forma

hiperbolizada, ya que, al no cumplir con la norma en términos de clase social, es reinterpretada y transformada.

Consideraciones finales del Capítulo

En primer lugar, quiero señalar que, para mí, la encarnación es un proceso en el que no se deben tener en cuenta las prácticas o los discursos como dimensiones aisladas sino los significados implícitos que éstas comunican, ya que las prácticas conllevan significados y los discursos son acompañados de acciones. Ahora bien, cuando hablo de feminidad, me estoy refiriendo a la normativa, cuya configuración no puede desligarse del cuerpo, debido a que el género directamente lo involucra. Por consiguiente, existe una mancuerna entre feminidad y belleza, ya que dentro en dicho proceso la belleza ha sido uno de los aspectos que la conforman. Ahora bien, concuerdo con Tate (2003) en que la belleza es performativa, pero agregó que ésta es un logro de la feminidad porque para alcanzarla son necesarias las modificaciones corporales. Asimismo, yo sostengo que la belleza tiene un efecto ambiguo, ya que, por un lado, es producto del sistema capitalista, colonial y patriarcal; por el otro, representa un objeto de deseo para algunas mujeres. Ahora bien, hay que tener en cuenta que, en las sociedades poscoloniales, existen mecanismos discriminatorios que limitan las posibilidades de quienes no tienen una apariencia que corresponde con los cánones occidentales de belleza porque desafortunadamente, aun predomina una idea de superioridad blanca. En este sentido, hay que entender que en dichas sociedades son estratificadas racialmente; por consiguiente, la belleza también lo es.

En ese orden de ideas, yo sostengo que en el cuerpo de las aplicadoras es donde la feminidad normativa tiene una existencia material, pero ésta se encarna de manera hiperbolizada, pues en el Callejón de la Belleza se refuerzan y se llevan a la práctica los ideales de la feminidad normativa en relación con la belleza porque se reitera lo femenino a través del cuerpo. Las diferencias entre varones y mujeres se cristalizan por medio de las prácticas corporales de belleza. Las aplicadoras reiteran el orden binario de género a través del adorno corporal que las identifica como mujeres. Ahora bien, dicho proceso de hacerse sujeto a través del cuerpo tiene intersecciones de clase, género y raza. A continuación, procedo a detallarlas:

En primer lugar, la notoriedad de dichas intervenciones corporales tiene una estrecha relación con la clase social, porque independientemente de esta categoría, el cuerpo opera como un dispositivo de distinción. Lo anterior como consecuencia del proceso de mercantilización de éste. Por lo tanto, el adorno de uñas jerarquiza a los individuos porque es una práctica que diferencia la adscripción de clase. Existe un estigma de clase que recae sobre las uñas y las vincula con el mal gusto, lo cual da cuenta que la feminidad hiperbolizada habita los márgenes sociales. A pesar de ello, la aplicación de uñas es una forma simbólica de obtener distinción y dotar al cuerpo de estatus y prestigio. Esto es resultado de la reinterpretación que las culturas populares sobre lo bello y lo lujoso. Entonces, el adorno de las uñas es un *performance* de poder porque ostentarlas simboliza la capacidad adquisitiva.

En segundo lugar, porque el racismo aún se expresa en la vida cotidiana de las aplicadoras a partir de discursos y prácticas corporales de belleza. El adorno de uñas devela que los ideales de belleza también se expanden y se sitúa sobre las manos. Cabe resaltar, que para las aplicadoras éstas cobran relevancia porque las consideran como una carta de presentación, ya que han sido dotadas de significados de clase, género y raza. Como resultado, a través de esta práctica operan lógicas de mestizaje que no necesariamente consisten en el blanqueamiento o en el parecer más blancas, pero sí en el alargamiento y adelgazamiento de las manos a partir de efectos visuales. Por último, de género porque, aunque las aplicadoras adapten los modelos normativos de la feminidad, reinterpretan la norma y reproducen de forma exagerada los rasgos estereotípicos de ésta. Por lo tanto, el proceso de encarnación da como resultado una mimesis performativa y el adorno de las uñas en el Callejón de la Belleza puede ser considerado como una transgresión corporal inconsciente. Para sintetizar y dar respuesta a la pregunta que motiva este capítulo, sostengo que dentro del adorno de las uñas operan lógicas de mestizajes y su vez, esta práctica es un *performance* de poder y mimesis performativa que da cuenta de la hiperbolización de la feminidad.

Reflexiones Finales

La belleza ha sido un objeto de reflexión constante de los feminismos, más en el campo de la crítica que de investigaciones empíricas. Antes de proceder con mis conclusiones, quiero expresar que considero que la belleza puede ser politizada, ya que, al estar intrínsecamente relacionada con configuraciones corporales, el cuerpo puede ser político en tanto resiste, contesta y modifica la realidad. Tal y como propone Estaban (2013). Dicha acción ya ha sido emprendida por algunos movimientos sociales. Reconozco su relevancia y no desacredito sus críticas. No obstante, pienso que algunos análisis caen en una mirada binaria, causando que se empantanen en la dicotomía de estructura y agencia. Por ello, es relevante abordar la belleza desde el enfoque propuesto por Craig (2006), en el que incluye la dominación y el placer, ya que no son contradictorios.

De forma semejante, yo agrego que las investigaciones, más allá de preguntarse por la negociación, rechazo, reinterpretación, tensión, aceptación o rechazo de los modelos de belleza, deben rastrear los significados sociales implícitos en los discursos que se encarnan a través de las prácticas corporales de belleza. Al ser un tema que incluye el cuerpo, es relevante no solamente tener en cuenta las diversas categorías que lo intersectan, también es primordial tomar en consideración la categoría social de poder, pero en términos del *performance*, de acuerdo a su capacidad transformadora de lo simbólico, como plantea Alexander (2017). Y más en este momento, en el que el capitalismo ha creado un proceso de mercantilización de los cuerpos, puesto que estos operan como dispositivos de distinción.

A partir de mi investigación, concluyo que la belleza tiene un efecto ambiguo porque al ser producto del sistema capitalista, colonial y patriarcal, constriñe; y a su vez, para las aplicadoras ésta representa un deseo. Mahmood (2008) argumenta que éste es construido de forma histórica y cultural. Por lo tanto, reitero que el sistema capitalista funciona a través de la producción de deseos de hiperconsumo, los cuales juegan un rol relevante en la belleza como un logro de la feminidad, ya que el género está integrado por un conjunto de prácticas y discursos que directamente involucran al cuerpo, causando un modelo de belleza específico, que también está atravesado por lógicas de clase y racialización.

A pesar que Tate (2003) exhorta a los estudios sobre belleza a dejar de centrarse en el ideal blanco, en el contexto mexicano –como en otros países poscoloniales latinoamericanos– las sociedades están racialmente estratificadas. Por consiguiente, la apariencia determina el acceso a derechos y la consecución de oportunidades de los individuos. Aún existen mecanismos de discriminación que limitan las posibilidades de quienes no tienen un aspecto que corresponde al canon de belleza occidental. Ahora bien, yo pienso que éste es consecuencia del proceso de colonización. Por ello, las prácticas corporales de belleza operan como lógicas de mestizaje (2012). No es fortuito que narrar la historia del barrio de La Merced implique retornar a la colonia, de la cual aún quedan rastros como el monumento de la Plaza de las Uñas en reconocimiento a Alonso García Bravo, el soldado español que realizó la traza de la Ciudad de México. Ése es representado en una barca que impulsan sus subalternos indígenas. O la Plaza Atarazanas cuyo nombre deriva del lugar en el que se guardaban las embarcaciones españolas utilizadas durante la conquista.

Las críticas en torno a la belleza se han concentrado en los elementos que anteriormente expuse y se han dirigido específicamente al ámbito del consumo, no obstante, no siempre se tienen en cuenta a los sujetos que forman parte de la cadena de producción, sus habilidades, deseos, condiciones laborales y coordinadas sociales. En el caso que estudié, las aplicadoras de uñas declararon sentirse a gusto con la labor que desempeñan. Así pues, para ellas, tanto la belleza, como su trabajo, representan un gusto, deseo, placer, orgullo y goce en sus vidas, porque son ellas quienes eligen el trabajo que realizan a pesar de las condiciones estructurales vinculadas a su labor. Las aplicadoras están insertas en una trama social, cuyo contexto envuelve el crecimiento de los servicios de manicura a causa de la expansión del capitalismo en que la intimidad se comercializó e ingresó a los salones de uñas, el auge de la industria de la belleza y el crecimiento de los empleos en áreas de servicio para mujeres de clases medias.

En contraste, algunas aplicadoras del Callejón de la Belleza son mujeres, habitantes de la periferia, jóvenes y madres solteras. Su oficio les permite compaginar el trabajo de cuidados con el remunerado. Aunque no por ello su doble jornada es apacible. Muestra de ello, son sus trayectos diarios de aproximadamente cuatro horas. Dichas características dan cuenta de su posición de subordinación en la sociedad por cuestiones de género y clase social. Con vulnerabilidades y exclusiones. En el caso de mi investigación, dicha subordinación no

se intensifica por cuestiones de raza, ya que a pesar que viven las consecuencias del racismo en prácticas cotidianas, algunas personas no se reconocen como sujetos racializados; de igual modo, al existir una relación estrecha de esta categoría con la clase en México, aplicadoras y clientas se encuentran posicionadas en las mismas coordenadas sociales.

Uno de los hallazgos de la presente investigación es que la práctica del adorno de uñas también la desempeñan varones, que, aunque pertenezcan a la misma clase social, ocupan posiciones más privilegiadas que las aplicadoras a causa de las desigualdades de género. Al ser familiares de las propietarias, ellos cuentan con beneficios, pues el aprendizaje de la práctica no les exigió costos, ya que son ellas quienes les enseñaron. Laboran dentro de un espacio formal, el cual tiene mayor demanda de clientela. Cuentan con más experiencia en el oficio. Por último, el hecho de trabajar en un espacio feminizado conlleva a que estudiantes y clientela aprecien más su trabajo, lo cual les otorguen mayor reputación y reconocimiento, cuestión que traduce en mayor remuneración económica.

Al estar situado en el Centro Histórico de la Ciudad de México, el Callejón de la Belleza tiene particularidades que lo diferencian de otros lugares donde se proveen servicios estéticos y corporales en otras partes de la urbe. Esto debido a que se emplaza en el Barrio de La Merced, cuya configuración histórica y social ha tenido presencia y apropiación por parte de los sectores populares, no solamente como forma de supervivencia sino también de consumo. El Callejón de la Belleza es productor de cuerpos, pues moldea la corporalidad de sus comerciantes, clientela y transeúntes. Allí se representa el cuerpo de manera fragmentada, abundan segmentos corporales en los que se ofertan y se demuestran los servicios. Los maniqués de manos de plástico son dispuestos uno tras otro en el espacio junto a las extensiones y pelucas de cabello de múltiples colores y longitudes colgadas en los puestos callejeros. Lo anterior comprueba el planteamiento de León y Valencia (2019) sobre la plasticidad, modificación y autoconstrucción del cuerpo contemporáneo.

El espacio, que se caracteriza por la yuxtaposición sensorial, los brillos, el multicolor, el caos y el desorden son características esenciales del lugar, es protagonista de mi investigación, ya que enmarca la labor de las aplicadoras, quienes desempeñan un rol de trabajo corporal expresivo. Para llevarlo a cabo, despliegan un sentido de cuidado en términos físicos hacia sus clientas, tales servicios implican la disciplina de sus cuerpos, pues su trabajo

conlleva riesgos de salud ocupacional. Del mismo modo, las aplicadoras deben controlar y modificar sus emociones hacia su clientela y por cuestiones técnicas que les demanda el oficio. Aplicadores y aplicadoras realizan el trabajo corporal de formas diferenciadas, pues ellos lo desempeñan haciendo reír a su clientela; mientras que ellas ahondan en conversaciones en torno a temas familiares y de relaciones de parejas. Esta creación de vínculos emocionales con sus clientas junto con la demostración de su talento y la exhibición de su experiencia en la práctica hacen parte de la estrategia que las aplicadoras han elaborado, cuyo propósito consiste en revalorizar sus servicios y fidelizar a su clientela.

El trabajo corporal expresivo se caracteriza por priorizar las uñas como una forma de autoexpresión de sus consumidoras. Éste se enfoca menos en los mimos y más en crear diseños estéticos de uñas. El adorno del cuerpo en el Callejón de la Belleza se caracteriza por: la ostentación y la exageración, el énfasis en las partes del cuerpo que han sido sexualizadas y construidas socialmente como femeninas, y la visibilidad de los logos de marcas y los brillos en accesorios, joyería y vestimenta. Por consiguiente, concluyo que allí sucede una producción y consumo de prácticas corporales que refuerzan los ideales de belleza de la feminidad normativa. La forma en que ésta se lleva a cabo está influenciada por la clase social, pues visitar este espacio es una forma simbólica de obtener distinción y dotar al cuerpo de estatus y prestigio.

De este modo, el cuerpo de las aplicadoras es donde la feminidad normativa tiene una existencia material, pero ésta es encarnada en éste de forma hiperbolizada. Aunque ellas adaptan los modelos normativos de la feminidad, reinterpretan la norma y reproducen de forma exagerada los rasgos estereotípicos de ésta. Por lo tanto, dicho proceso de encarnación es una mimesis performativa de la feminidad normativa. (Villa, 2011). Existe un estigma de clase que recae sobre este tipo de adorno de uñas que las vincula con el mal gusto, lo cual evidencia la forma en que la feminidad hiperbolizada habita los márgenes sociales. Cabe resaltar, que, para las aplicadoras, las manos cobran relevancia porque las consideran como una carta de presentación, pues éstas han sido dotadas de significados de clase, género y racialización.

Por lo tanto, el adorno de uñas es una forma simbólica de obtener distinción y dotar al cuerpo de estatus y prestigio. Esto es resultado de la reinterpretación que las culturas

populares sobre lo bello y lo lujoso. Entonces, el adorno de las uñas es un *performance* de poder porque ostentarlas simboliza su capacidad adquisitiva. Ahora bien, éste también devela que los ideales de belleza también se expanden y se sitúa sobre las manos, debido a que a través de esta práctica operan lógicas de mestizaje. Éstas no necesariamente consisten en el blanqueamiento o en el parecer más blancas, pero sí en el alargamiento y adelgazamiento de las manos a partir de efectos visuales que generan la aplicación de uñas acrílicas.

En general, el andamiaje teórico que construí para llevar a cabo la presente investigación fue útil, a excepción de dos conceptos que requirieron modificaciones. El primero es el de encarnación, cuya teorización aún permanece en un terreno pantanoso. Bajo esta lógica, lo abordé como un proceso en el que se amalgaman la praxis y el discurso, porque estas dimensiones no existen de manera aislada, ya que las prácticas conllevan significados y los discursos son acompañados de acciones. Ahora bien, identifiqué que en dicho proceso circulan elementos diferentes como: los modelos de belleza, la clase en relación con el gusto y género como deseo.

El segundo es el concepto teórico de trabajo corporal propuesto por Kang (2010). Si bien, éste permite hacer un análisis del género a través de las emociones y la corporalidad en vínculo con los servicios estéticos, para el caso del Callejón de la Belleza de Ciudad de México, a través de los datos obtenidos en campo, hallé que dicho concepto no solamente debe ser analizado de esta forma, pues se debe añadir la relevancia de la superficie de los cuerpos de quienes desempeñan el trabajo corporal. Por lo tanto, yo incorporo una dimensión que tiene en cuenta la función que lo ornamental cumple en la superficie del cuerpo en relación con la prestación de servicios, ya que las aplicadoras también deben profesionalizar su cuerpo, pues el manejo de su adorno corporal, especialmente el de sus uñas, es una estrategia para atraer clientela y a su vez, un indicador del servicio que ofrecen. Ahora bien, aclaro que tal propuesta analítica no debe ser exclusiva de dicho concepto, debido a que esta categoría puede ayudar a profundizar sobre distintas dimensiones que integran el cuerpo.

Respecto a la estrategia metodológica, considero que la etnografía es un método adecuado, ya que posibilita el estudio desde la cotidianidad de las prácticas corporales de belleza. De igual forma, la observación participante me permitió desentrañar lo no textualizable, cuestión fundamental para ahondar en la belleza que ha sido tildada de

superficial. Por su parte, las entrevistas facilitan contrastar la anterior técnica y poner en el centro la vida de las aplicadoras desde sus propias palabras. Reconozco que la presente investigación tuvo limitaciones por cuestiones de tiempo que no me permitieron indagar sobre la clientela y las otras prácticas corporales ofertadas en el Callejón de la Belleza. Incluso a más aplicadoras de uñas. Todo ello me hubiese permitido tener una visión más amplia sobre el universo de estudio. Ahora bien, cuando yo planteé realizar este trabajo etnográfico en el Centro Histórico de la Ciudad de México, nunca imaginé las dificultades que se me presentarían a causa de las dinámicas particulares del comercio informal, las cuales pude sortear gracias al curso de uñas acrílicas que tomé. Esta estrategia me ayudó a construir relaciones más horizontales con las aplicadoras. Del mismo modo, el uso de mi cuerpo como instrumento de investigación fue fundamental para el análisis de los datos, ya que el contrapunteo de mi experiencia corporal me permitió realizar un intento de antropología encarnada, según la propuesta de Esteban (2013).

Para cerrar, quisiera manifestar que, a pesar de estar sumergida durante dos años en esta investigación, aun me quedan muchos cabos sueltos. En primer lugar, porque el Callejón de la Belleza en sí mismo despliega otra serie de posibilidades a estudiar desde diferentes ángulos. Cada una de las dimensiones que componen esta tesis podría ser una investigación en sí misma. En segundo lugar, porque la belleza es un hilo que cuando se jala trae consigo varias posibles líneas de investigación. Una de ellas, puede abordar la relación entre belleza y emociones, la cual no pude ahondar como hubiese querido. Otra podría preguntarse por la forma que toma la feminidad normativa en el cuerpo de las mujeres con otras posiciones de clase social, o en otros espacios cotidianos donde se presten servicios corporales y estéticos. Finalmente, se me ocurre que el auge de la industria de la belleza a través redes sociales y las nuevas feminidades que allí se están produciendo también merece ser investigado.

Referencias de Ilustraciones

- Ilustración 1.** Nota. Adaptado de En la agitada Ciudad de México, un mercado callejero para embellecerse por poco dinero. [Fotografía], Por Meghan Dhalawai, 2018, Los Angeles Times <https://www.latimes.com/espanol/mexico/la-es-en-la-agitada-ciudad-de-mexico-un-mercado-callejero-para-embellecerse-por-poco-dinero-20180807-story.html>
- Ilustración 2.** Nota. Adaptado de Callejón de Alhóndiga en el CH; la piratería de la belleza. [Fotografía], Por Brenda Torres Conde, 2018, Crónica. <http://www.cronica.com.mx/notas/2018/1063576.html>
- Ilustración 3.** Nota. Adaptado de [Fotografía], Por Mariángel Calderón, 2018, Leviatán. <https://leviatan.mx/2018/03/24/el-callejon-de-los-milagros-donde-los-capitalinos-se-transforman/>
- Ilustración 4.** Nota. Adaptado de En la agitada Ciudad de México, un mercado callejero para embellecerse por poco dinero. [Fotografía], Por Meghan Dhalawai, 2018, Los Angeles Times. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/la-es-en-la-agitada-ciudad-de-mexico-un-mercado-callejero-para-embellecerse-por-poco-dinero-20180807-story.html>
- Ilustración 5.** Nota. Adaptado de Callejón de Alhóndiga en el CH; la piratería de la belleza. [Fotografía], Por Brenda Torres Conde, 2018, Crónica. <http://www.cronica.com.mx/notas/2018/1063576.html>
- Ilustración 6.** Nota. Adaptado de Ponte guap@ en la calle de la belleza. [Fotografía], Por Archivo/ El Universal, 2014, El Universal. <https://archivo.eluniversal.com.mx/destinos-viajes/2014/calle-de-la-belleza-ciudad-de-mexico-recorrido-alhondiga-destinos-91644.html>
- Ilustración 7.** Nota. Adaptado de La calle del Centro donde te ponen chula de bonita. [Fotografía], Por Dulce Ahumada, 2017, Más por Más. <https://www.maspormas.com/ciudad/calle-centro-chula-bonita-esteticas/>
- Ilustración 8.** Elaboración Propia.
- Ilustración 9.** Nota. Adaptado de La calle del Centro donde te ponen chula de bonita. [Fotografía], Por Dulce Ahumada, 2017, Más por Más. <https://www.maspormas.com/ciudad/calle-centro-chula-bonita-esteticas/>
- Ilustración 10.** Nota. Adaptado de Andador Alhóndiga: el salón de belleza más grande del país. [Fotografía], Por Leslie Valle, 2015, Serendipia. <https://serendipiarevista.wordpress.com/2015/07/24/andador-alhondiga-el-salon-de-belleza-mas-grande-del-pais/>
- Ilustración 11.** Nota. Adaptado de En la agitada Ciudad de México, un mercado callejero para embellecerse por poco dinero. [Fotografía], Por Meghan Dhalawai, 2018, Los Angeles Times. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/la-es-en-la-agitada-ciudad-de-mexico-un-mercado-callejero-para-embellecerse-por-poco-dinero-20180807-story.html>

[de-mexico-un-mercado-callejero-para-embellecerse-por-poco-dinero-20180807-story.html](https://heraldodemexico.com.mx/trip/callejon-belleza-centro-historico-cdmx-lugares-ocultos-2020/)

Ilustración 12. Nota. Adaptado de ¿Cómo llegar al Callejón de la Belleza en el Centro Histórico de la CDMX? [Fotografía], Por Cuartoscuro, 2020, El Herald de México. <https://heraldodemexico.com.mx/trip/callejon-belleza-centro-historico-cdmx-lugares-ocultos-2020/>

Ilustración 13. Nota. Adaptado de En la agitada Ciudad de México, un mercado callejero para embellecerse por poco dinero. [Fotografía], Por Meghan Dhalawai, 2018, Los Angeles Times. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/la-es-en-la-agitada-ciudad-de-mexico-un-mercado-callejero-para-embellecerse-por-poco-dinero-20180807-story.html>

Ilustración 14. Nota. Adaptado de [Fotografía], Por Mariana Filomena, 2020, Pinterest. <https://co.pinterest.com/pin/372672937918651798/>

Ilustración 15. Elaboración Propia.

Ilustración 16. Nota. Adaptado de En la agitada Ciudad de México, un mercado callejero para embellecerse por poco dinero. [Fotografía], Por Meghan Dhalawai, 2018, Los Angeles Times. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/la-es-en-la-agitada-ciudad-de-mexico-un-mercado-callejero-para-embellecerse-por-poco-dinero-20180807-story.html>

Ilustración 17. Nota. Adaptado de Uñas decoradas con billetes. [Fotografía], Por Autor Desconocido, Sin Fecha, Uñas Decoradas Club. <https://unasdecoradas.club/billetes/>

Referencias Bibliográficas

- Abu-Lughod, Lila (2006), *Interpretando la(s) cultura(s) después de la televisión: sobre el método*, en *Íconos*, núm. 24, enero, pp. 119-141, URL: <http://200.41.82.22/handle/10469/714>, última consulta febrero 18 de 2020.
- Aguiar, José. (2015). *Vienen de China. Los cd piratas en México desde una perspectiva transnacional*, en Vega, A. Ribiero, G. y Gordon M (coords.). *La globalización desde abajo. La otra economía mundial*, México, Fondo de Cultura Económica, pp. 81-109.
- Aguilar, Miguel y Soto, Paula (2013), *Presentación*, en Aguilar, Miguel y Soto, Paula (Coords), *Cuerpos, espacios y emociones. Aproximaciones desde las ciencias sociales*, Ciudad de México, Miguel Ángel Porrúa, pp. 5-17.
- Aguilar, Miguel (2013), *Ciudad de interacciones: el cuerpo y sus narrativas en el Metro de la Ciudad de México*, en Aguilar, Miguel y Soto, Paula (coords), *Cuerpos, espacios y emociones. Aproximaciones desde las ciencias sociales*, Ciudad de México, Miguel Ángel Porrúa, pp. 85-108.
- Ahmed, Sara (2015), *La política cultural de las emociones*, México, CIEG-UNAM, pp. 105-132.
- Alexander, Jeffrey (2017), *Poder y performance*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Arango, Gabriela (2011), *Género, trabajo emocional y corporal en peluquerías y salones de belleza*, *La Manzana de la Discordia*, vol. 6, enero-junio, pp. 9-24, URL: <http://bdigital.unal.edu.co/48410/1/génerotrabajoemocional.pdf>, última consulta septiembre 12 de 2018.
- _____ (2013), *Emociones, saberes y condiciones de trabajo en los servicios: manicuristas en Colombia y Brasil*, *RELET-Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, vol. 18, núm. 30, pp. 103-132.
- Arango, Gabriela, Bello Jeisson, y Ramírez Sylvia (2013), *Género, Belleza y Apariencia: la Clientela de Peluquerías En Bogotá*. *Revista Nomadas*, núm 38, pp. 184–200. URL: <http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n38/n38a12.pdf>, última consulta septiembre 12 de 2018.
- Arango, Gabriela y Pineda Javier (2012), *Género, trabajo y desigualdades sociales en peluquerías y salones de belleza de Bogotá*, *CS*, núm. 10, pp. 93–130, URL: https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/revista_cs/article/view/1356/1760, última consulta marzo 03 de 2020.
- Aréchaga, Ana (2013), “*Yo soy muy barrial*”; *Usos y concepciones del cuerpo, en relación a la belleza, de mujeres de sectores populares*, X Jornadas de Sociología, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, URL: <http://www.aacademica.org/000-038/712>, última consulta septiembre 27 de 2018.

- _____ (2015), *Cuerpos, sentidos y prácticas: Un análisis sobre la construcción del cuerpo de mujeres de sectores populares, en un barrio de La Plata*, Universidad Nacional de La Plata, tesis de doctorado, URL: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1249/te.1249.pdf>, última consulta septiembre 13 de 2018.
- Arrieta, Diana (n.d.), *Prácticas corpóreas de las adolescentes de secundaria: un análisis sobre la construcción del cuerpo ante los estereotipos de belleza*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (mimeo).
- Barrio, Carla (n.d.), *Cuerpo y Feminidad: los posicionamientos de las mujeres jóvenes de las clases populares urbanas*, XII Congreso de Sociología de la FES, Madrid, URL: https://www.researchgate.net/publication/333486177_Cuerpo_y_feminidad_los_posicionamientos_de_las_mujeres_jovenes_de_las_clases_populares, última consulta 31 de marzo de 2020.
- Black, Paula (2004), *The Beauty Industry: Gender, Culture, Pleasure*, London, Routledge.
- Black, Paula y Sharma, Ursula (2001), *Men are real, women are 'made up': Beauty therapy and the construction of femininity*, *The Sociological Review*, vol. 49, núm. 1, pp. 100-116.
- Blazquez, Norma (2010), “*Epistemología feminista. Temas centrales*”, en Blanquez Norma, Flores Fátima y Ríos Maribel (coords.), *Investigación feminista. Epistemología, metodología y representaciones sociales*, Ciudad de México, UNAM, pp. 21-38.
- Bourdieu, Pierre (1991), *La Distinción. Criterio y Bases sociales del Gusto*, Madrid, Taurus Humanidades.
- Budgeon, Shelley (2014), *The dynamics of gender hegemony: Femininities, masculinities and social change*. *Sociology*, vol. 48, núm. 2, pp. 317-334.
- Burke, Peter (1991), *Cultura popular en la Europa moderna*, Madrid, Alianza Editorial.
- Bunsell, Tanya (2013), *Strong and Hard Women: An Ethnography of Female Bodybuilding*, Oxon, Routledge, pp. 10–25, URL: <https://doi.org/10.4324/9780203104750>, última consulta octubre 08 de 2019.
- Butler, Judith (2002), *Cuerpos que importan, Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*, Barcelona, Editorial Paidós.
- Byung-Chul Han (2016), *Shanzhai: El arte de la falsificación y la de-construcción en China*, Buenos Aires, Caja Negra Editora.
- Carrasquero Ender, Martínez Juana, y Sánchez Olga (2016), *¿El Estado del Arte o el estado de la Cuestión? Tras la huella de Prometeo*, Sangolquí, ESPE-CEAC.
- Craig, Maxine Leeds (2006), *Race, Beauty, and the Tangled Know of a Guilty Pleasure*, *Feminist Theory*, vol. 7, núm. 2), pp. 159-177.
- Chang, Hsiao-hung (2004), *Fake logos, fake theory, fake globalization*, *Inter-Asia Cultural Studies*, vol. 5, núm. 2, pp 222-236, DOI: [10.1080/1464937042000236720](https://doi.org/10.1080/1464937042000236720), última consulta octubre 30 de 2019.

- D'Aubeterre, Luis (2014), *Los «Salones de Belleza» en Ciudad Guayana: una etnografía hermenéutica sobre procesos urbanos de confección mediatizada de las identidades sociales de género por las tecno-estéticas*, en Cordero Gabriel y Benza, Silvia. (coord), *Cultura vivida, cultura sentida y cultura instrumentalizada: construcción de identidades en el mundo*, Sevilla, Ybris.
- De Casanova, Erynn (2008), “No hay mujer fea”: conceptos de la belleza entre las adolescentes guayaquileñas, en Araujo, Kathya y Prieto, Mercedes (eds.), *Estudios sobre sexualidades en América Latina*, Quito, FLACSO p.p. 291–307, URL: <http://www.flacsoandes.edu.ec/agora/no-hay-mujer-fea-conceptos-de-la-belleza-entre-las-adolescentes-guayaquilenas>, última consulta octubre 07 de 2018.
- Delgado, Víctor (2016), “La Merced, nuevas fronteras de rescate del centro histórico en un barrio dividido”, en R. Coulomb, M. Esquivel y G. Ponce (coords), *Habitar la centralidad (II). Prácticas y representaciones sociales frente a las transformaciones de la Ciudad Central*, México, Instituto Belisario Domínguez Senado de la República, pp. 143-182.
- Ergas, Yasmine (1993), “El sujeto mujer: el feminismo de los años sesenta-ochenta”, en Duby George y Perrot, Michelle. *Historia de las mujeres en Occidente*. Madrid, Taurus, pp. 593-620.
- Esguerra, Camila (2019), “Etnografía, acción feminista y cuidado: una reflexión personal mínima”. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, núm. 35, pp. 91-111, URL: <https://doi.org/10.7440/antipoda35.2019.05>, última consulta abril 28 de 2020.
- Esteban, Mari Luz (2013), *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*, Barcelona, Bellaterra.
- García, Fernando (1994), *El "cuerpo" como base del sentido de la acción social*, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 68, octubre-diciembre, pp. 41-83, URL: <https://www.jstor.org/stable/40183757?seq=1>, última consulta marzo 23 de 2020.
- Geertz, Clifford (1973), *La Interpretación de las Culturas*, Barcelona, Editorial Gedisa.
- Gimlin, Debra (2002), *Body Work. Beauty and Self-Image in American Culture*, Berkeley, University of California Press.
- Godoy, Mónica (2014), *Reflexiones sobre los feminismos y los usos de la categoría de género, ¿la trayectoria de un divorcio?* *Maguaré*, vol. 28, núm. 1, URL: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/maguare/article/view/53313/52852>, última consulta marzo 24 de 2020.
- Guasch, Oscar (2002), *Observación participante*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas. pp. 9-46.
- Guber, Rosana (2015), *La etnografía. Método, Campo y Reflexividad*. Ciudad de México, Siglo Veintiuno Editores.

- Guerrero, María (2009), *Experiencia plástica estética género y poder: tinturas que colorean los cuerpos modificados quirúrgicamente de seis mujeres mexicanas*, El Colegio de México, tesis de maestría, URL: https://cpvpn.colmex.mx/view/delivery/52COLMEX_INST/DanaInfo=colmex.userservices.exlibrisgroup.com,SSL+1264869120002716, última consulta noviembre 05 de 2018.
- Haraway, Donna (2018), *Manifiesto para cyborgs. Ciencia, tecnología y feminismo socialista a finales del siglo XX*, Buenos Aires, Letra sudaca.
- Jiménez del Val, Naseheli (2011), *Pinturas de Casta: Mexican Caste Paintings, a Foucauldian Reading. New Readings*, vol. 10, pp. 1-17, URL: <http://ojs.cardiff.ac.uk/index.php/newreadings/article/view/6/2>, última consulta julio 12 de 2020.
- Kang, Milian (2010), *The Managed Hand. Race, Gender and the Body in Beauty Service*, Berkeley, University of California Press.
- Lau, Ana (2016), "Feminismos", en Hortensia Moreno y Eva Alcántara (coords.), *Conceptos clave en los estudios de género*, Vol. I, México, CIEG. Pp. 139-153.
- León, Alejandra (2019), *La Femenidad Buchona: performatividad, corporalidad y relaciones de poder en la narcocultura mexicana*, El Colegio de la Frontera Norte, tesis de doctorado, URL: <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2019/08/TESIS-Le%C3%B3n-Olvera-Alejandra-DESC.pdf>, última consulta noviembre 28 de 2019.
- Mahmood, Saba (2008), "Teoría feminista y el agente social dócil: algunas reflexiones sobre el renacimiento islámico en Egipto", en Suárez Liliana, *Descolonizando el Feminismo*, pp.165-221.
- Míguez, Daniel y Semán, Pablo (2006), *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*, Buenos Aires, Editorial Biblos, pp. 11-32, URL: https://www.researchgate.net/profile/Daniel_Miguez3/publication/265403571_Diversidad_y_recurrencia_en_las_culturas_populares_actuales/links/54a548c20cf267bdb9081a67/Diversidad-y-recurrencia-en-las-culturas-populares-actuales.pdf, última consulta enero 23 de 2020.
- Moctezuma, Vicente (2016), *El desplazamiento de lo posible: experiencia popular y gentrificación en el Centro Histórico de Ciudad de México*, *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 56, septiembre, pp. 83-102.
- Moreno, Mónica (2010), *Distributed intensities: Whiteness, mestizaje and the logics of Mexican racism, Ethnicities*, vol. 10, núm. 3, pp. 387-401, URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1468796810372305>, última consulta abril 03 de 2020.
- _____ (2012), "Linda Morenita": *El Color de la Piel, la Belleza y la Política del Mestizaje en México*. *Entretextos*, vol. 4, núm. 11, pp. 82-95, URL:

- http://www.catedrainterculturalidad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/3-moreno_figueroa_-_linda_morenita_para_entretextos_y_colmex.pdf, última consulta abril 08 de 2020.
- Muñiz, Elsa (2011), *La cirugía cosmética: ¿un desafío a la "naturaleza"?: belleza y perfección como norma*, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- _____ (2013), *Del Mestizaje a la Hibridación Corporal: la Etnocirugía como Forma de Racismo*, *Nómadas*, núm. 38, abril, pp. 81–97, URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105127475006>, última consulta septiembre 12 de 2018.
- _____ (2014), *Prácticas Corporales: performatividad y género*, Ciudad de México, La Cifra.
- _____ (2015), *Heurísticas del Cuerpo. Una Mirada desde América Latina*. Ciudad de México, La Cifra.
- Páramo, Dagoberto (2015), *La teoría fundamentada (Grounded Theory), metodología cualitativa de investigación científica*. *Pensamiento & Gestión*, núm. 39, pp. 1-7, URL: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S165762762015000200001&lng=en&tlng=es, última consulta noviembre 26 de 2019.
- Peláez, Carolina (2016), *Un mar de vergüenza y asco*, en Ariza, Marina, *Emociones, afectos y sociología: Diálogos desde la investigación social y la interdisciplina*, Instituto de Investigaciones Sociales- UNAM, pp.149-192.
- Pons, Alba (2018), “*Vulnerabilidad analítica, interseccionalidad y ensamblajes: Hacia una etnografía afectiva*”, en Alba Pons Rabasa y Siobhan Guerrero Mc Manus (coords.), *Afecto, cuerpo e identidad. Reflexiones encarnadas en la investigación feminista*, Ciudad de México, UNAM-IIIJ, pp. 24-29.
- Prieur, Annick (2008), *La Casa de la Mema. Travestis, Locas y Machos*. Ciudad de México, PUEG-UNAM, pp.179-223.
- Reid, Akesha (2020), *How Acrylic Nails Went from Working Class Salons To The Fingers Of The Middle Classes*, Reino Unido, A Class Act, *Refinery29*, 29 de marzo. Recuperado el 11 de abril de: <https://www.refinery29.com/en-gb/acrylic-nails-class-meaning>
- Restrepo, Eduardo (2016), *Etnografía: alcances, técnicas y éticas*. Bogotá, Envió Editores, URL: <http://www.ramwan.net/restrepo/documentos/libroetnografia.pdf?fbclid=IwAR2GTj6hqvRUxf1IiMaTq-yiOOyXV9DNqkfDiUNbd9vrZQfW-9yU0Mhq84>, última consulta noviembre 03 de 2018.
- Reta, Claudia (2016), *Arreglarse: Una etnografía acerca de la estética corporal entre mujeres de villa 21-24*, Universidad De Buenos Aires, tesis de licenciatura, URL: http://antropologia.filo.uba.ar/sites/antropologia.filo.uba.ar/files/documentos/Reta_-_Tesis.pdf, última consulta noviembre 13 de 2018.

- Rincón, Omar (2009), *Narco. estética y narco. cultura en Narco. lombia. Nueva sociedad*, vol. 222, núm. 1, pp. 147-163.
- Saidel, Matías (2009), *Comentarios sobre La Distinción de Pierre Bourdieu. Prácticas de oficio. Investigación y reflexión en Ciencias Sociales*, núm. 5, diciembre, pp. 1-9-
- Sautu, Ruth (2005), *Todo es teoría*. Buenos Aires, Lumiere, pp. 53-84.
- Scott, Joan W (2013), *El Género: una Categoría Útil para el Análisis Histórico*, en Lama, Martas. (Comp). *El Género. La Construcción Cultral de la Diferencia Sexual*, Ciudad de México, Miguel Ángel Porrúa, pp.264-302.
- Sewell, William (2006), *Una teoría de estructura: dualidad, agencia y transformación. Arxius de Sociología*, núm. 14, pp.145-176.
- Silva, Diana (2008), *El Comercio ambulante y su relación con el sistema político institucional en el Distrito Federal*, en Espinosa, Betty (coord.), *Mundos del Trabajo: pluralidad y transformaciones contemporáneas*, Quito, Flacso, pp. 253 – 274.
- _____ (2010), *Comercio ambulante en el Centro Histórico de la ciudad de México (1990-2007)*, *Revista mexicana de sociología*, vol. 72, núm. 2, pp. 195-224, URL: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032010000200001, última consulta septiembre 26 de 2019.
- _____ (2015), “*Más Cabronas que bonitas*”. *Trayectorias de lideresas del comercio ambulante en el Centro Histórico de la Ciudad de México. Revista Alter, Enfoques Críticos*, año VI, núm. 12, julio–diciembre, pp. 89-109, URL: https://www.academia.edu/34109334/Mas_cabronas_que_bonitas_2015, última consulta septiembre 26 de 2019.
- Soler, Silvia (2016), *Magia amorosa en el mercado de Sonora. Apuntes para una etnografía de los afectos*, Universidad Autónoma Metropolitana, tesis de maestría, URL: https://www.academia.edu/27981247/Magia_amorosa_en_el_mercado_de_Sonora_Apuntes_para_una_etnograf%C3%ADa_de_los_afectos, última consulta julio 21 de 2020.
- Tate, Shirley (2016), *Not all the women want to be white: Decolonizing beauty studies*, en Gutiérrez E, Boatcă M y Costa S. *Decolonizing European Sociology*, Nueva York, Routledge, pp. 209-224.
- Tubert, Silvia (2010), *Los ideales culturales de la feminidad y sus efectos sobre el cuerpo de las mujeres*. *Quaderns de Psicologia*, vol. 12, núm. 2, pp. 161-174, URL: <http://www.quadernsdepsicologia.cat/article/view/760>, última consulta enero 22 de 2020.
- Urrutia, Andrea (2018), *Percepciones Situadas en la Aplicación y Venta de Maquillaje en la Ciudad de México*, en Alba Pons Rabasa y Siobhan Guerrero Mc Manus (coords.), *Afecto, cuerpo e identidad. Reflexiones encarnadas en la investigación feminista*, Ciudad de México, UNAM-IIIJ, pp. 53-78.

- Valencia, Sayak y León, Alejandra (2019), “*De profesión, femeninas: género, prostética y estéticas como trabajo contemporáneo*”. *Cuadernos de Literatura*, vol. 23, núm. 46, pp. 24-46, URL: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cl23-46.pfge>, última consulta marzo 13 de 2020.
- Valencia, Sayak (2012), *Capitalismo Gore y Necropolítica en México Contemporáneo*, Madrid, GERI- Universidad Autónoma de Madrid, URL: <https://repositorio.uam.es/handle/10486/677544>, última consulta julio 22 de 2020.
- Vela, Fortino (2013), *Un acto metodológico básico de la Investigación Social: la entrevista cualitativa*, en Tarres, María Luisa. (coord) *Observar, Escuchar y Comprender. Sobre la Tradición Cualitativa en la Investigación Social*, Ciudad de México, El Colegio de México & FLACSO México, pp. 63-92.
- Villaplana, Virginia y Olvera, Alejandra (2019), *Transfeminidad Viral en la Cultura Red. Memes, Videoclips en la Construcción Social de la Narcoestética Buchona y Choni*, en Suárez, J, Marín, S. y Panarese, P (eds.), *Comunicación, género y educación: representaciones y (de) construcciones*, Madrid, Dykinson S.L, pp. 290-297.
- Villa, Paula (2011), *Embodiment is always more: intersectionality, subjection and the body*, en: Lutz H, Herrera, M. y Supik, L. (eds.), *Framing intersectionality. Debates on a Multi-faceted concept in Gender Studies*. Farnham, Ashgate Publishing Company, pp. 171-186.
- Weiss, Eduardo (2014), *Hermenéutica y “descripción densa” versus “grounded theory” y “Atlas. ti”*, *Congreso Internacional de Epistemologías y metodologías de la Investigación Educativa* de la AFIRSE, Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México.
- West, Candace y Don H. Zimmerman (1987), “*Doing Gender*”, *Gender and Society*, vol. 1, núm. 2, pp. 125-151, URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0891243287001002002>, última consulta noviembre 28 de 2018.
- Wheeler, Kayla Renée (2017), “*How YouTube made the hijab cool: race, gender, and authority in the American ummah*”, University of Iowa, tesis de doctorado, URL: <https://doi.org/10.17077/etd.jvwyzklu>, última consulta febrero 21 de 2020.