

LUGARES DE SIGNIFICACIÓN DE GÉNERO.
LA PELUQUERÍA COMO LUGAR
DE SOCIALIZACIÓN TRADICIONAL MASCULINA

XIMENA MANRÍQUEZ GARCÍA

Universidad de Guadalajara || weztka.xm@gmail.com

La arquitectura parece simplemente ponerse al servicio de las necesidades naturales más básicas (dormir, comer, cagar, mear...) sus puertas y ventanas, sus muros y aberturas, regulando el acceso y la mirada, operan silenciosamente como la más discreta y efectiva de las «tecnologías de género» (Beatriz Preciado, 2006).

Las sociedades establecen y delimitan el ser y hacer de los sujetos bajo construcciones socioculturales. De tal forma, las identidades de género, los hábitos de higiene y cuidado, el gusto, la estética y la moda son elementos que moldean a los sujetos mediante mecanismos de selección y regulación. Por lo tanto, una manera de acercarse a la construcción y transformación de los atributos del cuerpo y la sexualidad, esto es, la identidad de género de los sujetos está en el despliegue que hacen de ésta en los lugares de socialización. En este sentido, las peluquerías son lugares tradicionalmente masculinos y que han sido la guarida de los varones. Así, la construcción de la identidad de género se comprende a través de la peluquería como un lugar de socialización tradicional de los hombres. Por lo cual, se ha utilizado como herramienta principal el método de la entrevista a hombres, que frecuentan tres peluquerías de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México. Observando además, sus prácticas e interacciones en dichos lugares de socialización y significación de la identidad masculina.

En el primer apartado se abunda en la significación de los lugares por medio de la relación entre género y lugar. En el segundo, se describo en tres peluquerías para después exponer mediante las prácticas y las interacciones en éstos lugares, que la barbería es un espacio para la socialización de los varones. El tercer apartado tiene como objetivo evidenciar cómo se ha transformado la peluquería como un lugar de socialización masculina y su relación con las modificaciones en las identidades de género masculinas tradicionales.

LUGARES DE SIGNIFICACIÓN Y DE GÉNERO

Los individuos dotan de significados a los espacios: el acudir a un lugar es un hábito de la vida diaria y es también en donde los sujetos expresan o reproducen su manera de ser ante ellos mismos y los otros. El lugar es un sistema o red conceptual en el que se inserta y participa el sujeto para tener sentido y es además en donde se condensan las biografías e historias.¹ Así mismo, las identidades se construyen en un tiempo y espacio; por lo tanto, a los sujetos y a sus identidades se les atribuyen ciertos rasgos culturales. Por ejemplo, la identidad de género conjunta las maneras de ser hombre o mujer bajo determinadas condiciones socioculturales; como también, es un proceso continuo y relacional que siempre tiene lugar entre el sujeto y su interacción constante con los otros.

En este sentido, las sociedades establecen y delimitan el ser y hacer de los sujetos bajo construcciones de su cultura. Así pues, al privilegiar ciertos valores se usan mecanismos de selección y regulación, como el gusto, la estética y la moda: el peinado, el maquillaje, la barba, el bigote, las patillas y el vestuario, son parte del conjunto que delimita la relación del agente con el mundo social. Así entonces, el gusto como la propensión y aptitud para la apropiación material y simbólica determina la visión del mundo de los sujetos pues penetra las diferencias inscritas en el orden físico de los cuerpos, en el orden simbólico.²

De tal manera, el análisis sociocultural a dichas construcciones, evidencia los cambios en las maneras de ser y actuar de los sujetos respecto de las distintas manifestaciones del cuerpo y la sexualidad, es decir, la identidad de género. Para ilustrar

¹ Vergara Figueroa, Abilio (coord), *Imaginarios: horizontes...*

² Bourdieu, Pierre, *La distinción*, pp. 169-222.

lo anterior, la identidad se define y afirma en la diferencia: los valores otorgados a lo bello están regulados por el gusto y la distinción, entonces el arreglo del cabello evidencia el rango, el prestigio y la distinción de los sujetos. Por supuesto, los individuos despliegan sus hábitos de higiene y cuidado en los diversos lugares. En este sentido, el espacio urbano e incluso el familiar pueden ser abordados etnográficamente a partir de espacios que se estructuran sobre la base del género.³

Los lugares asociados tradicionalmente a la socialización de los varones son las barberías, las cantinas, los billares, la esquina del barrio, etcétera. En la peluquería, como en otros espacios, se realizan prácticas que tienen al cuerpo y la imagen masculina como principal actor. Son los lugares que permiten y refuerzan el aprendizaje de *ser hombre*.⁴ La peluquería entonces es un lugar en donde se despliega la identidad masculina y en donde se lleva a cabo el arreglo del cabello de los varones; este hábito de higiene y cuidado reproduce la diferencia genérica. Así también, la peluquería es un lugar tradicional, barrial, donde el corte de cabello adquiere una simbología particular, pues es un recinto especial para la identidad masculina y para su despliegue. «Parece que este sitio es la guarida de los varones; un trabajo hecho por hombres y para los hombres... y no hay más».⁵

DESCRIPCIÓN DE TRES LUGARES LOCALES

La peluquería de Pedro

El proceso de modernización de las ciudades ha llevado al cambio en los espacios. Las barberías han estado relacionadas al barrio tradicional. La peluquería de Pedro Ramírez Reyes está en el local 617A de la calle Andrés Terán en el barrio tradicional de Santa Tere, Guadalajara, Jalisco, México. Tiene un mobiliario sencillo y antiguo. Se trata de un local pequeño, con un baño y un diminuto clóset. La atmósfera del lugar transporta a otra época: se escucha la canción del compositor Agustín Lara. Así también, Pedro, el propietario es un señor de edad avanzada. Él tiene 77 años. Su rostro muestra arrugas y su caminar es lento. Pedro viste una camisa azul y un pantalón café. Sus prendas están planchadas y limpias. Él está debidamente fajado.

³ Massey, Alexander, «The Way We...».

⁴ Licona, Ernesto, «La peluquería...», pp. 161-200.

⁵ Muñiz, Aimeé, «Un oficio de...», sección B, p. 8.

Usa cinturón negro y zapatos lustrados. Su peinado y bigote demuestran aseo y cuidado. Sin embargo, las uñas de sus manos están largas y algunas de ellas sucias.

Pedro tiene tres meses trabajando en la peluquería, al respecto dice: «mientras el negocio deje para el localito, seguiré». Durante la entrevista Pedro se mostró inquieto pero al poco rato se encontró en total confianza y lo hizo notar al repetir constantemente: «estamos en confianza, ¿verdad?». Pedro se expresa con total formalidad. Él es un hombre de antes, es decir, con manera de actuar tradicional pues sigue el protocolo. Por ejemplo, ha pasado una hora de la charla y ha llegado un cliente a la peluquería, Pedro saludó amablemente y ofreció a dicho señor el periódico, éste respondió: «no, gracias; lo recibo en casa». Se sentó y pidió que le cortara el cabello con el «número uno» y se mantuvo callado durante el servicio.

La peluquería de Tony

Está en el número 272 de la calle M. Diéguez también en el barrio de Santa Tere, dicho local es parte de su vivienda, pues se trata del último espacio de su casa, contiguo a la cochera. La puerta negra es la entrada al pequeño espacio de la peluquería. Es así que al acercarme un poco al lugar vi a dos jóvenes, quienes estaban sentados en una banca. Uno de ellos, estaba recargado en los barrotes de la ventana mientras sostenía un balón de fútbol. Caminé para ingresar por completo a la peluquería y tomé asiento para observar el trabajo de Tony que atendía a un cliente. Saludé a todas las personas y no pregunté si me encontraba en la peluquería de Tony porque de frente, al ingresar y levantar la mirada, en la pared estaba una lona con dos fotografías: un par de nombres y también fechas. Se lee: Antonio y la fecha: julio de 1959, en letras de color negro y de un tamaño considerable. Se trata de un homenaje a su hermano, quien fue su maestro en el oficio y también dicha lona recuerda su trayectoria como peluquero.

En la peluquería hay tres grandes espejos, un lavamanos blanco y pequeño, y aproximadamente, siete sillas de madera con respaldo y asiento forrado. Además, un mueble, en forma de cómoda con diversas divisiones que contiene revistas maltratadas pues los colores no son nítidos y las hojas están dobladas. En la última división, está una televisión y un aparato para reproducir DVD. Finalmente, hay distintos cuadros, que parecen enunciar la afición de Tony por el equipo de fútbol, Atlas. En el lugar, está una señora de edad avanzada, que viste una blusa estampada

con flores. Su cabello es corto y castaño. Ella se encuentra sentada en la silla más cercana a la puerta y se ha recargado en la pared. Al principio, parecía interesada en el video de música clásica que se proyectaba y al poco rato, terminó por dormirse. Es la esposa del segundo cliente de Tony.

El primer cliente es un adulto mayor que viste un conjunto deportivo. El ruido del lugar, lo encabeza la música clásica pues es el género de música que le gusta a Tony. Después de unos minutos, él ha terminado con su primer cliente. Por ello, los jóvenes, que se encontraban afuera, ingresaron a la peluquería y ayudaron a caminar al adulto mayor, pero a los pocos minutos, el señor, regresó a la peluquería pues olvidó un cuaderno y una carpeta. El segundo cliente se sentó en el tradicional mueble de peluquería y parecía estar dispuesto a ser atendido. Expresó que deseaba un corte de cabello y para definirlo dijo: «lo quiero como el del otro señor», es decir, corto. Tony comienza con el corte, mientras su cliente, cierra los ojos al sentir el paso de la máquina, en ese momento mencionó «sentirse como Sansón; perdí la fuerza y ahora pierdo el cabello». A lo que Tony respondió: «¡te verás bien y te sentirás tan conforme que no querrás cambiar de corte!» El peluquero le da confianza pues es la primera vez, señaló Tony, que dicho cliente tendrá el cabello tan corto.

La televisión está encendida, se reproduce un video de música clásica y dichas imágenes sirven para que Tony comente las diferencias culturales entre México y otros países: «¿cuándo se verá algo así en México?» Él hace referencia a un concierto masivo, en donde prevalece, la ejecución de instrumentos como el violín, el piano y además el canto de ópera. Tony se dirige a mí: «¿te gusta esa música?» Respondí que sí. Es la primera interacción, entre Tony y yo, pues a mí ingreso sólo saludé. Mi estrategia fue esperar hasta que él atendiera a sus clientes y así poder entrevistarlo. El estar ahí, por un par de minutos, me permitió observar la dinámica de los sujetos. Tony para continuar la charla me refirió que uno de los músicos, el violinista, se presentará en poco tiempo en el Auditorio Telmex. A los minutos, la esposa del segundo cliente platica con Tony. Ella bromea y le pide que también le corte el bigote a su esposo. Tony se ríe ante dicho comentario y agrega «le recortaré las cejas»; tomó las tijeras a las cejas del cliente para recortarlas ligeramente. Después, el segundo cliente, entrecerró los ojos, y exclamó: «¡ojalá que mi cabello salga más negro!» El peluquero respondió: «claro, incluso a algunos les sale todo chino» o «bien, te puede salir como a tu hijo el güero». Tony trabaja con navaja libre.

Mencionó que él sabe afilar la navaja y para ello emplea una piedra especial. A un costado del sillón, se coloca una gran franja de cuero, cuyo nombre es afilador, que precisamente es útil para darle filo a la navaja.

La peluquería Fénix

Es un negocio familiar. Jorge Villegas heredó de su padre el establecimiento. La historia de esta peluquería comenzó hace 61 años: primero dentro de las instalaciones del Hotel Fénix pues era parte de los servicios que ofrecía dicho hotel. Así, la primera ubicación de la peluquería fue en esquina de la calle López Cotilla y Ramón Corona, en el centro de Guadalajara, Jalisco. El señor Villegas padre se hizo cargo de la peluquería Fénix después de una pelea entre el dueño del hotel y el anterior propietario de dicha peluquería. En la actualidad, la peluquería Fénix se encuentra en la calle de Prisciliano Sánchez y Maestranza. Jorge Villegas es el administrador y también peluquero del lugar. Ángel Delgadillo y José Elizalde, son peluqueros que han trabajado ahí por décadas.

Esta peluquería está en un amplio local que desde la calle es posible observar, tiene un gran vitral y en el mismo se lee: Peluquería Fénix. Se ingresa por la parte derecha de una puerta suficientemente amplia; la cual, no se abre por completo. A unos cuantos pasos, están un par de sillones en color beige, que aunque antiguos, son lo suficientemente cómodos. Así mismo, en la pared, se ha colocado una pizarra para anunciar los servicios y sus respectivos precios: el corte de cabello, por la cantidad de 100 pesos, la rasura o rasurada, por la misma cantidad, el bigote por 50 pesos, el arreglo de barba y la limpieza facial y masaje, por 110 pesos y por último, el masaje, por la cantidad de 50 pesos. A lo largo del local, en el lado opuesto al ingreso, se han colocado cinco sillones, es dicho objeto el emblema de las peluquerías. Se trata pues, de muebles para sentarse con elementos de piel en el respaldo y el asiento. El resto, se recubre de metal, por lo tanto, es pesado, y cuenta con un mecanismo para ajustar la altura y el respaldo. De tal forma, el peluquero lo adapta a las características anatómicas del cliente.

Uno de los empleados se negó a una entrevista, argumentando: «mire, ahora estoy enfermo y cansado, y tendría que recordar». Él acomodó el sillón, para facilitarse el arreglo de la barba a uno de los clientes. Trató de tomar la navaja con precisión, aunque sus manos temblaron, pero, para evitar su movimiento involuntario,

se apoyó en el rostro del cliente al llevar una mano sobre la otra, como un soporte. A unos metros, está un gran mueble de madera, es un buró, se emplea para colocar las herramientas de los peluqueros: innumerable cantidad de peines, cepillos, máquinas, tijeras, productos para el cabello, talco y demás aditamentos. Los espejos son parte del lugar, y, también, hay dos pequeños cuartos, uno de ellos, sirve como sanitario y el otro, se emplea como almacén. Los peluqueros visten una bata en color blanco y cada uno tiene un espacio propio para trabajar.

LAS PRÁCTICAS E INTERACCIONES

La peluquería es el espacio social que posibilita las relaciones entre los varones ya que en dicho lugar establecen lazos y vínculos. Para Tony la interacción con el cliente debe ser constante y cordial: «¡imagina, cómo sería un peluquero mudo!». Es tan importante la charla entre el peluquero y el cliente pues el peluquero es también un psicólogo y un consejero. Así, él trata con familiaridad a todos los clientes y así explica por qué se dirige con confianza hacia uno de los jóvenes, su cliente. Se refirió, a él como «mi niño» y le tocó el hombro. Además, la peluquería es un lugar tradicionalista y familiar, dice Tony. En la peluquería se reúnen todos los miembros de la familia: papá, la mamá, los hijos y hasta los nietos. En contraste, Pedro señaló, que le gusta permanecer en silencio mientras realiza a los clientes el arreglo del cabello. Él no es como «algunos peluqueros que son como pericos. A mí, solamente un cliente me dijo que me quedara en silencio». Para reafirmar lo que me decía, se llevó el dedo índice a la boca y pronunció un ¡shh! Así, para Pedro, el cliente debe leer mientras él hace en silencio su trabajo.

Para referir, los temas que abordan los varones en la peluquería, señala Jorge Villegas, propietario de la peluquería Fénix, la plática en la peluquería gira en torno al fútbol y también a las relaciones amorosas: «no ha faltado el cliente que llega con la amante y después con la esposa». Así mismo, se habla de la situación actual, de la política del país, de la creciente violencia. Son estos temas los que conforman parte de la comunicación entre el peluquero y los clientes. Sin embargo, «el peluquero se convierte en un confidente, los clientes se desahogan y comparten sus desamores». Tony habla con los clientes de fútbol. Él se dijo fanático del equipo Atlas y señaló: «es el padre del fútbol, y un semillero de jugadores, pues cualquier equipo tiene algún jugador del Atlas».

LUGAR DE TRADICIÓN Y DE TRANSFORMACIÓN

El corte de cabello es una acción expresiva y su arreglo es un suceso comunicativo. Además, es un acto sociocultural que dice algo del género del sujeto. La peluquería es un espacio tradicional donde se arregla el cabello de los hombres y es también un oficio. Desde el siglo xx, los hombres han acudido a la peluquería y las fotografías antiguas han revelado la típica escena en donde los hombres de prestigio y cierto rango son atendidos en sillones giratorios. En la actualidad, Jorge Villegas, de la peluquería Fénix, comentó: «aquí, acuden políticos, regidores». Cabe señalar que el entrevistado narró como una de las mejores anécdotas de su oficio el haber atendido a Facundo Cabral y dicho suceso ocurrió cuando la peluquería Fénix era parte de las instalaciones del Hotel del mismo nombre.

José Elizalde, quien también labora en la peluquería Fénix; aprendió de su padre el oficio. José nació en Yahualica, Jalisco, México donde vivió por algunos años y es ahí en donde ayudaba a su padre en la peluquería. Fue el único de los hijos en aprender el oficio. José recuerda que en el pueblo los padres decidían hasta el corte de los hijos. En contraste, con la ciudad en donde sí se podía elegir el estilo y el arreglo personal. Respecto de su oficio, mencionó que no le gustaba ser peluquero pues él quería ser camionero. Al poco tiempo de trabajar como peluquero, en la ciudad de Guadalajara, logró ahorrar cierta cantidad de dinero y así, junto a su hermano, planeó comprar un camión. Sin embargo, no logró su plan pues su hermano murió. José comentó que quería ser camionero para viajar y conocer muchos lugares. Así, aunque al principio, no le gustaba el oficio de la peluquería, le tomó «el gusto» pues se interesó en estudiar cultura de belleza y fue entonces que conoció la complejidad del oficio. En la actualidad, a José sí le gusta su trabajo.

Ángel Delgadillo, empleado de la peluquería Fénix, aprendió hace 50 años el oficio. Se hizo peluquero en su pueblo, Magdalena, Jalisco, México. Ángel se refiere a su lugar de origen como «el pueblo». Así, «no me quedé de otra, más, que aprender el oficio de la peluquería [...] Mi padre me enseñó pues antes, nos dominaban con los puros ojos [...] Pero a mí, me hubiera gustado aprender algo más movido; eso de estar aquí encerrado, pues no. [Además], cuando hay clientes uno se divierte, pero si no aquí nada más uno mosqueándose».

La familia Villegas, propietaria por generaciones de la peluquería Fénix, es originaria del Valle de Guadalupe. El padre de Jorge, actual administrador, y sus tíos

fueron todos peluqueros y también músicos. Jorge Villegas aprendió en la infancia el oficio. Narró que los niños realizaban muchas actividades en las peluquerías. Eran llamados chicharos o aprendices. Se conocía el oficio al estar en las peluquerías pero señala que «los oficios se están perdiendo». En este sentido, antes acudir a una peluquería implicaba desde el aseo de calzado, hasta un corte de cabello. De ahí entonces, que los niños boleaban al cliente, mientras se le realizaba el corte; aprendían poco a poco el oficio.⁶ Al respecto, también Ángel, empleado de la peluquería Fénix, mencionó: «ahora, a los niños, no les interesa ganar dinero. Y ya no hay respeto a los padres, ahora los niños mandan a los papás».

En contraste, Pedro, propietario de la peluquería, en la calle Andrés Terán, señaló: «a ninguno de mis hijos le gustó lo de la peluquería» Agregó que dos de sus hijos son programadores en computación. Él, en cambio, aprendió la actividad que desempeñaba su padre, en su estado natal Oaxaca: el trabajo de la tierra. Además, fue arriero y músico. Sin embargo, al llegar a Guadalajara, decidió aprender el oficio de la peluquería, con el maestro José, quien tenía su barbería y peluquería en la avenida Juárez y la calle de Maestranza. Así por más de 47 años ha sido peluquero, incluso cuando estuvo de bracero en Estados Unidos. También recordó la peluquería que tuvo durante 17 años en la colonia La Calma, donde compraba para los clientes, el periódico *El Informador* y la revista *Selecciones*. Para las damas, que los acompañaban tenía las publicaciones de *Cosmopolitan* y la revista *Hogar*. Finalmente, a los niños, les ofrecía *Daniel el travieso*.

Respecto de Antonio Díaz Ramírez, *Tony* propietario de la peluquería en Miguel M. Diéguez, hace 52 años aprendió de su hermano el oficio de la peluquería. Trabajó por años con él hasta que puso su propia peluquería. Tony añadió que también ha tenido aprendices, entre ellos, su nieto de 15 años, quien en pocos días, trabajará con él.

La identidad de género masculina revela los atributos socioculturales específicos, considerando el contexto histórico en que dichas características son establecidas hacia los varones. Para ejemplificar, las diferencias en la manera y forma de arreglar el cabello. Pedro, de la peluquería en Andrés Terán, señaló: «en su momento se criticó a los melencidos. En los años setenta, se escuchaba que alguna gente

⁶ Muñiz, Aimeé, «Un oficio de...», sección B, p. 8.

se expresaba de los jóvenes con cabello largo como: unos pinches maricones». También enfatizó la contradicción de algunos sujetos pues al paso de los años, adoptan los estilos que antes criticaban. Así, quienes en su juventud desaprobaron a los «menudos», en la actualidad, usan el cabello largo y hasta coleta. Por lo tanto, el gusto y la distinción, desde la normatividad y a partir de los valores de los propios sujetos sufren transformaciones que se expresan en nuevas formas del arreglo personal.

Considerando lo anterior, las razones por las cuales los varones ya no acuden a las peluquerías, según los sujetos entrevistados son diversas. Por ejemplo, para Tony, la peluquería es «tradicionalista» y es en donde acuden los hombres que desean un arreglo de cabello tradicional. Además, la gente ya no va a las peluquerías pues: «las mujeres son pretensiosas y quieren decir que llevan a sus hijos, a tal o cual estética». En lo que respecta, al señor Pedro, señaló: «los institutos y las estéticas han terminado con mi trabajo y están acabando con el oficio». Además, enfatizó: «¡esto, está muerto!, por la crisis y la oferta en los institutos, el corte gratis. Ya sólo la gente delicada paga por un servicio en la peluquería». Para evitar desaparecer, la adaptación, como señala Víctor López Arce que:

Desde hace muchos años ellos [los barberos] tuvieron que adoptar y mezclar la onda de lo unisex y el concepto de «estética» para sobrevivir, usando incluso aparatos como secadoras de pelo y *shampoos* que en la peluquería tradicional de hombres nunca se usó. También encuentran las barberías que no cambiaron y se mantuvieron tal como siempre y con la misma técnica de cortes tradicionales, como los «rebajados», casquetes corto y largo, los desvanecidos o cortes cuadrados atrás, y los famosos cortes *flat top* y *brush* [cortes de militar].⁷

Por otro lado, Tony ha vivido en el barrio de Santa Tere por muchos años y es ahí en donde ha ejercido el oficio de peluquero: «hasta los sesenta, el barrio de Santa Tere estaba a las orillas de Guadalajara. Llegaba hasta la avenida Américas y todo lo demás era llanos». Además, hace algunos años «te puedo decir que antes las cosas eran distintas; entonces, se salía con la familia, uno iba a misa, claro; el ir a misa no se discute». Tony describe los procesos de urbanización de la ciudad, al referir la palabra «destruir» y así califica el crecimiento de la ciudad de Guadalajara.

⁷ Entrevista a Víctor López Arce, realizada por la autora.

Tony no está de acuerdo con el nuevo uso del suelo en el barrio de Santa Tere y ha construido una representación de los tiempos pasados como mejores de los cuales se refiere con añoranza. En este sentido, la vida cotidiana de Tony se construye retomando algunos elementos del pasado, entre ellos, la familia como centro rector de la socialización. A las 2:00 p.m. Tony está por terminar con su último cliente, un joven, a quien por años le ha cortado el cabello y de quien conoce a toda su familia. En ese momento, llegaron cuatro personas. Se trata del hijo y nietos de Tony, lo noté por el saludo. Ellos han llegado a comer. Al parecer, sus nietos cursan la educación secundaria, pues visten su uniforme escolar y cargan unos libros en los brazos. Tony, le pide a su hijo que cierre la cochera.

Muy similar es el caso de Jorge Villegas, propietario de la peluquería Fénix, señaló los cambios en el uso del espacio de la zona centro de la ciudad de Guadalajara: «los establecimientos de diversión nocturna se han incrementado en el centro de la ciudad. Sólo alrededor de la peluquería hay varios antros y bares; es mucho el ruido». Abordó que dichos locales han proliferado en los últimos gobiernos; los cuales pertenecen a un partido conservador y así ejemplificó lo que denominó la doble moral de la sociedad tapatía. Además, se manifestó a favor de la creación de una zona de tolerancia pues en el Centro aún viven muchas familias y niños. Reiteró su respeto por las diferentes opiniones y formas de ser; sin embargo, «las cosas estarían mejor, si como antes, todos los negocios nocturnos se concentraran en una sola zona».

Los tiempos y las prácticas de los sujetos se han modificado y así podemos entender los distintos horarios de las peluquerías. El tiempo también es una construcción sociocultural. Para algunos sujetos, el tiempo no cede y tampoco el caos de la ciudad. Por lo tanto, el tiempo es una de las razones para que el cliente de la peluquería de Pedro, acuda a dicho establecimiento: «la atención es rápida y no tengo que esperar». En contraste, la peluquería también parece retomar una concepción del tiempo distinta, con una velocidad más lenta y al respecto señalan Ángel, José y Jorge, de la peluquería Fénix; el corte de cabello en la peluquería es mucho más «limpio» que en las estéticas. El arreglo del cabello en la peluquería debe estar «bien hecho» para «cuidar todos los detalles». Para lo cual, el peluquero se toma su tiempo; el promedio para un servicio de corte de cabello debe ser como mínimo de 20 minutos. De la misma manera, Pedro señaló: «lo más importante, es que el cliente

se vaya a gusto; por eso cuidó hacer un buen servicio». En el mismo orden de ideas, el horario de la peluquería Fénix se redujo, pues la jornada de trabajo es de lunes a sábado, de 9:00 a.m. a 8:00 p.m. La peluquería de Tony tiene un horario de lunes a domingo y entre semana de 9:00 a.m. a 2:30 p.m., por las tardes de 4:00 a.m. a 8:00 p.m.; el sábado de 6:30 a.m. a 5:00 p.m. y el domingo de 8:30 a.m. a 1:30. En este sentido, recuerda Tony: «antes, los días de más trabajo eran los sábados, pues era el único día en que la gente rayaba», es decir, los sujetos recibía sus sueldos. Jorge mencionó también que los fines de semana eran los días buenos para el negocio. Así, Ángel comentó: «ahora, hay días muy buenos, que compensan los días malos. Además, antes había clientes que se arreglaban cada ocho días, y en estos días, cada mes viene la gente a la peluquería».

Los cambios en las dinámicas socioculturales y la reconfiguración de los espacios, según los sujetos entrevistados, se debe a «la televisión, las telenovelas, con tantas porquerías, el internet y el que se acaban los valores morales y familiares» Así mismo, «la gente era más accesible y más amable. Ahora, todo son negocios y ya no hay unión entre vecinos, y hay drogas y rateros».⁸ Son pues, bajo dichos factores que Tony comprende la transformación del barrio de Santa Tere. En este sentido, Jorge Villegas abordó que las transiciones en la vida social son debido a los medios de comunicación y al contacto con Estados Unidos. Ángel Delgadillo abunda en los cambios respecto del estatus y el rol de padres e hijos, señaló: «había respeto; los hijos obedecían. Se iba a misa».

El pueblo y la ciudad como espacios físicos y sociales posibilitan diferentes maneras de socialización. Por ejemplo, José Elizalde comparó los procesos socioculturales que se dan en el pueblo y la ciudad; destacando que en la ciudad los sujetos no están, en la misma medida, bajo la normatividad de la familia. Así, las percepciones y las prácticas, que se dan en torno a la peluquería son distintas para los sujetos y dependen de un contexto sociocultural e histórico particular. Al respecto, se menciona el papel de la peluquería en la vida social de los pueblos:

«En los barrios y en los pueblos, estas peluquerías son el centro de reunión de algunas personas que van a charlar sobre las últimas noticias, mitotes y nove-

⁸ Entrevista a Antonio Díaz Ramírez, realizada por la autora.

dades. No sólo acuden a cortarse el pelo o la barba». ⁹ En contraste, en la ciudad de Guadalajara, los procesos de industrialización y urbanización han transformado los barrios tradicionales, como el caso del barrio de Santa Tere y el centro de la ciudad. «Tony» mencionó: «aunque mis clientes de años se cambien siguen viniendo».

Los hábitos de higiene y arreglo personal también están relacionados a ciertos procesos de salud-enfermedad y a las percepciones que los sujetos poseen de éstos: «hay peluqueros que ya no dan el servicio de 'rasurada' desde que apareció el sida» señaló Víctor López, agosto 2011. En el mismo orden de ideas, Jorge Villegas refirió que hace unos años, con los primeros casos de VIH-sida en la ciudad de Guadalajara, bajó mucho la afluencia de clientes a la peluquería e incluso muchos clientes llevaron sus propias herramientas ante el miedo de ser contagiados. Así, se dio el paso de la navaja libre al uso de las navajas desechables. Ángel narró que «hace 20 años, con lo del sida; fue una cuestión de salubridad entonces se usaron las navajas desechables». Además, el uso de la navaja libre implica saber cómo afilarla con una piedra de mármol. En los sillones de las peluquerías todavía se observa un pedazo de cuero, denominado afilador, empleado para mantener el filo de la navaja libre. Son sólo algunos peluqueros, como Tony, quienes aún las usan: «Las navajas ya nadie las utiliza, sólo quienes conservamos la esencia de una verdadera peluquería. Ahora ya se han sustituido por navajas desechables, incluso su venta ya es escasa, es difícil encontrarlas en el mercado, pues debido a la extinción de las peluquerías el negocio se ha ido acabando». ¹⁰

Las peluquerías ya no son los lugares «tradicionales» que se ocupan de la higiene y el arreglo de los varones. A los jóvenes «ahora, les gusta estar trasquilados, y entre más, mejor. Ya no importa traer un corte bien hecho», mencionó Ángel Delgadillo. Además, para Pedro, las estéticas han ganado terreno, llevándose a los clientes.

«En nuestros días han surgido innumerables estéticas, que ya no forman parte de nuestro concepto. Nosotros somos peluqueros 'a secas' y aquí realizamos cortes tradicionales de caballero; casquetes, *Flytap*, rebajados normales, pero nada de cortes extraños como los de hoy». ¹¹

⁹ Entrevista a Víctor López, realizada por la autora.

¹⁰ Muñiz Aimeé, «Un oficio de...», sección: B, p. 8.

¹¹ Muñiz, Aimeé, «Un oficio de...», Sección: B, p. 8.

Desde hace algunas décadas, en la zona poniente de Guadalajara, han existido las peluquerías como espacios de socialización masculina. Al respecto, José Elizalde comentó que trabajó en diversas peluquerías de la ciudad: en la colonia Country, por la avenida López Mateos y también en la calle de Justo Sierra. Sin embargo, se presentan cambios en éstos espacios: «en los alrededores de las colonias Americana, Obrera y Lafayette. No es un chiste: en esta zona hay más estéticas masculinas que tiendas de conveniencia». Han proliferado las llamadas «estéticas masculinas» en donde: «el letrero dice que es una estética masculina, pero en letras más pequeñas dice: masajes, sauna, vapor, peluquería». Es curioso cómo hasta hace unos años las estéticas eran sólo para mujeres y hoy son cada vez más las que lo son sólo para hombres.¹² Al respecto, Jorge Villegas señaló: el servicio de masaje, que ofrecen las «nuevas» peluquerías no tiene nada que ver con los servicios que se ofrecen en una peluquería tradicional. Solo se trata de prostíbulos disfrazados de peluquerías.

CONCLUSIONES

El cambio veloz caracteriza a las sociedades actuales. Los lugares y los tiempos se reconfiguran de manera constante debido al uso de las nuevas tecnologías. De igual manera, las dinámicas socioculturales están marcadas por la velocidad misma en la que circula la información y a los sujetos también se les exige mayor flexibilidad. Por lo tanto, ¿qué pasa con los sujetos y sus procesos identitarios, cuando no están acostumbrados a tal velocidad? Es entonces que permanecen lugares de socialización, como las peluquerías en donde los sujetos pueden adherirse al pasado desde sus identidades. La nueva condición social de los géneros se inscriben en el marco de un proceso de cambio cultural en el que la coexistencia entre pasado y presente todavía se hacen evidentes, sobre todo en el caso de la construcción de una nueva identidad masculina.¹³ Por medio de la relación entre las identidades y los lugares se observan las transformaciones socioculturales en el deber ser de los varones, es decir, las identidades de género masculinas. Así pues, la peluquería es un espacio tradicional para la socialización masculina: es el lugar para que los varones expresen que prefieren adherirse al pasado.

¹² Izazaga, David, «Fatiga crónica», Sección: B, p. 10.

¹³ Montesinos, Rafael, «La masculinidad ante...», pp. 37-46.

FUENTES CONSULTADAS

Fuentes orales

Entrevistas a Víctor López Arce, nacido en 1955, realizada el 9 agosto de 2011 en Guadalajara, Jalisco por Ximena Manríquez García.

Entrevistas a Pedro Ramírez Reyes nacido en 1934, realizada el 3 octubre de 2011 en Guadalajara, Jalisco por Ximena Manríquez García.

Entrevistas a Antonio Díaz Ramírez, nacido en 1943, realizada el 3 octubre de 2011 en Guadalajara, Jalisco por Ximena Manríquez García.

Entrevistas a Ángel Delgadillo, nacido en 1963, realizada el 7 octubre de 2011 en Guadalajara, Jalisco por Ximena Manríquez García.

Entrevistas a José Elizalde, nacido en 1948, realizada el 7 octubre de 2011 en Guadalajara, Jalisco por Ximena Manríquez García.

Entrevistas a Jorge Villegas, nacido en 1967, realizada el 7 octubre de 2011 en Guadalajara, Jalisco por Ximena Manríquez García.

Bibliografía

Aguiar, José Carlos G., «¡Ámame por ser bello! Masculinidad = cuerpo + eros + consumo», *Revista de Estudios de Género. La ventana*, diciembre, núm. 8, pp. 269-284, 1998. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88411133010>.

Bourdieu, Pierre, *La distinción*, México, Siglo XXI, 1998, pp.169-222.

Escorza Rodríguez, Daniel, «El itinerario fotoperiodístico de Agustín Víctor Casasola, 1901-1910», *História, São Paulo*, v. 26, n. 2, 2007, pp. 19-42. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/his/v26n2/a03v26n2>

Izazaga, David, «Fatiga crónica», *El Informador*, 6 abril de 2011, B10.

Leach, Edmund R., «Cabello mágico», *Alteridades*, Universidad Autónoma Metropolitana-I, vol. 7, núm. 13, 1997, pp. 91-107, consultado en octubre de 2011, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711130012>

Licon, Ernesto, «La peluquería como lugar masculino», Miguel Ángel Aguilar (coord.), *La ciudad desde sus lugares. Trece ventanas etnográficas para una metrópoli*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-I/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2001, pp. 161-200.

Lindón, Alicia (coord.), *Lugares e imaginarios en las metrópolis*, México, Anthropos, 2006, pp. 149-160.

- , *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*, México, Anthropos, 2000, pp.123-146.
- Massey, Alexander, «The Way We Do Things Around Here: The Culture of Ethnography», *Ethnography and Education Conference*, Universidad de Oxford, Departamento de Estudios Educativos, (OUDES), 7-8 de septiembre, 1998.
- Montesinos, Rafael, «La masculinidad ante una nueva Era», *El Cotidiano*, Universidad Autónoma Metropolitana-A vol. 18, núm. 113, mayo-junio, 2002, pp. 37-46, consultado en octubre de 2011, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32511305>.
- Mraz, John, «¿Fotohistoria o historia gráfica? El pasado mexicano en fotografía», *Cuicuilco*, Escuela Nacional de Antropología e Historia, vol. 14, núm. 41, septiembre-diciembre, 2007, pp. 11-41. consultado en octubre de 2011, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35112370002>
- Muñiz, Aimeé, «Un oficio de mucho filo», *El Informador*, 9 de abril de 2011, B8.
- Preciado, Beatriz, «Basura y Género. Mear/cagar. Masculino/Femenino», 2006, consultado en octubre de 2011, <http://www.iztacala.unam.mx/errancia/v0/PDFS/POLIETICAS%20DEL%20CUERPO%20%20BASURA%20Y%20GENERO.pdf>.
- Vergara Figueroa, Abilio (coord), *Imaginarios: horizontes plurales*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Benemérita Universidad Autónoma de Puebla/Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2001.