

# **De peluquerías y otros amores: un estudio sobre el trabajo corporal y emocional atravesado por las interacciones existentes entre manicuristas y clientes.**

Laura María Campos Morales.

Cita:

Laura María Campos Morales (2017). *De peluquerías y otros amores: un estudio sobre el trabajo corporal y emocional atravesado por las interacciones existentes entre manicuristas y clientes*. XXXI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Montevideo.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-018/1792>



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

**“De peluquerías y otros amores: un estudio sobre el trabajo corporal y emocional atravesado  
por las interacciones existentes entre manicuristas y clientes**

Laura María Campos Morales

Laura.campos@correounivalle.edu.co

Universidad del Valle

Colombia



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### RESUMEN

La sociología como ciencia que permite el cambio y la transformación de categorías analíticas, donde la sociología de las emociones, el trabajo inmaterial, corporal y emocional juegan un papel trascendental en la conducta y relación entre individuos, una micro relación, un interaccionismo permitido gracias al contacto corporal y a la labor que se gesta en el cuerpo del otro, es así como esta ponencia pretende mostrar el caso específico de la investigación llevada a cabo en salones de belleza, donde se ha optado por investigar detalladamente el fenómeno del arreglo de uñas, la permisividad con el cuerpo, la expresión en la presentación personal de la persona que toma el servicio como de quien diseña el producto en el cuerpo, en las uñas del cliente, es así como objetivo final se busca la caracterización de las interacciones existentes entre clientes y manicuristas que se dan a partir del trabajo corporal en peluquerías y salones de belleza de la ciudad de Cali, Colombia.

Ha sido una investigación vanguardista en el campo de la sociología colombiana dado que se pretende conocer la incidencia que tiene el gusto del cliente en la prestación del servicio del trabajo corporal en el arreglo de uñas, como también conocer la incidencia que tiene los conocimientos, destrezas y actitudes del trabajador en la generación de un servicio inmaterial para dar un resultado emocional de satisfacción en el cliente, al igual que describir los símbolos, actitudes y emociones desplegadas en la interacción que surge entre los clientes y manicuristas que prestan aquel servicio de cuidado.

Autoras colombianas como Luz Gabriela Arango y en un plano internacional como Miliann Kang, Paula Black, Arlie Hochschild han colaborado y estructurado recientes investigaciones las cuales permiten comprender mejor mi investigación, igualmente soportan teóricamente mis argumentos y me invitan a conocer este campo en un plano local y nacional dado que los salones de belleza en Colombia se han convertido en un negocio exitosísimo, donde hay gran oferta y gran demanda de estos servicios de belleza. Hay más de 18.000 salones de belleza tan solo en Cali, tercera ciudad más grande del país con un número de habitantes de 2,04 millones según el último Censo realizado por el Gobierno nacional (2005) los procesos migratorios han hecho que Cali ya supere los 2,200 millones de personas, para muchas de esas personas, quizá sea un negocio rentable, que se acomode a todas sus necesidades tanto personales como laborales es la creación de un salón de belleza, el cual puede variar de clase social, estrato socioeconómico, precios, catálogo de servicios, calidad de servicios y técnicas profesionalizadas del personal.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### **ABSTRACT**

Sociology as a science that allows the change and transformation of analytical categories, where the sociology of emotions, immaterial, corporal and emotional work play a transcendental role in the behavior and relationship between individuals, a micro relationship, an interactionism allowed thanks to the body contact and the work that is gestating in the body of the other, is how this paper aims to show the specific case of the research carried out in beauty salons, where it has been chosen to investigate in detail the phenomenon of nail repair, permissiveness with the body, the expression in the personal presentation of the person who takes the service as the designer of the product in the body, in the client's fingernails, this is how the final objective is to characterize the existing interactions between clients and manicurists that are given from body work in hairdressing salons and beauty salons in the city of Cali, Colombia.

It has been an avant-garde research in the field of Colombian sociology since it is intended to know the impact that the client's taste has on the provision of the bodywork service in the nail repair, as well as to know the incidence of knowledge, skills and attitudes of the worker in the generation of an immaterial service to give an emotional result of satisfaction in the client, as well as to describe the symbols, attitudes and emotions displayed in the interaction that arises between the clients and manicurists who provide that care service.

Colombian authors such as Luz Gabriela Arango and on an international level such as Miliann Kang, Paula Black and Arlie Hochschild have collaborated and structured recent investigations which allow me to better understand my research, they also theoretically support my arguments and invite me to know this field at a local level and national since the beauty salons in Colombia have become a very successful business, where there is a great offer and great demand for these beauty services. There are more than 18,000 beauty salons in Cali alone, the third largest city in the country with a population of 2.04 million according to the last census conducted by the national government (2005). Migratory processes have made Cali already exceed 2,200 million people, for many of these people, it may be a profitable business, which accommodates all your personal and work needs is the creation of a beauty salon, which can vary social class, socioeconomic stratum, prices, catalog of services, quality of services and professionalized personnel techniques.

### **Palabras clave**

Interacción, emoción, cuerpo



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina  
La sociología en tiempos de cambio

**Keywords**

Interaction, emotion, body



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### **I. Introducción**

Actualmente el arreglo de uñas se ha convertido en un *Boom* mundial, las nuevas tendencias de decoración refuerzan el interés por el arreglo de las uñas, que se da en el amplio fenómeno creciente del culto al cuerpo, ya que las nuevas tendencias de individualización, la sociedad de consumo ha impartido nuevas prácticas de belleza, ha instaurado nuevos cánones a seguir, en donde la apariencia física juega un papel determinante en todos los aspectos de la vida, las personas han accedido a construir una imagen mucho más instaurada en estos modelos, esquemas e imaginarios que definen un tipo de belleza ideal.

La capital del Valle, donde ha tenido un surgimiento sorprendente los salones de belleza y peluquerías, hay un total de 2.833 (Portafolio: 2012), después de las tiendas de barrio, son los establecimientos en mayor número en comparación con los restaurantes ‘corrientazos’, droguerías, cafeterías, misceláneas; según el censo de Infocomercio, en las cinco principales ciudades del país, Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga hay un total de 18.811 salones de belleza.

La cantidad reflejada en las presentes cifras constituye un argumento de más que da cabida a caracterizar y comprender las diversas dinámicas interaccionales que se prestan en los escenarios de los salones de belleza, a través del trabajo de cuidado.

Es así como la relación de compra del servicio de arreglo implica factores que van mucho más allá que el acondicionamiento y arreglo de uñas, las transacciones emocionales juegan un papel determinante en la fidelización y garantía de clientes, roles y escenarios de dominio que se ponen en juego para dar un orden de la interacción bajo los encuentros cara a cara.

La importancia de la investigación no radica en la descripción del fenómeno mediático de la decoración de uñas, se centra en conocer las diversas configuraciones de encuentros, mediados por el trabajo corporal y emocional que se dan bajo el cuerpo del cliente, para ello se destinó la observación a realizar en tres salones de belleza del sur de Cali.



XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

## II. Marco teórico/marco conceptual

Dentro de la corriente del Interaccionismo simbólico, se busca comprender la interacción cotidiana en un plano escénico definido, donde individuos ponen en juego constantemente roles y máscaras para preservar el orden de la interacción. Sin embargo, este enfoque no solo busca justificar la manera en cómo se estructuran los micro encuentros, sino cómo éstos mismos conservan la realidad social, cómo partiendo de frágiles acuerdos o contactos inmediatos se pueden construir símbolos y significados que permiten justificar las acciones de los sujetos.

Son las situaciones inmediatas las que sellan el eje de análisis de la presente postura metodológica, enfocándose en la cotidianidad como eje de actuación e interacción que posibilita la comprensión del escenario donde se presentan las interacciones de la realidad social en la cual se vive. La vida cotidiana está conformada por rituales que preestablecen actos y gestos corporales, Goffman se centra en establecer dos tipos de rituales que conforman cada interacción.

*“En el término ritual me refiero a actos por medio de cuyo componente simbólico el actor muestra cuan digno de respeto o cuan dignos son los otros de ese respeto [...] la cara de uno, entonces, es cosa sagrada, y por tanto el orden expresivo necesario para sostenerla en ese orden ritual” (Goffman, 1967:25)*

La conducta ritual interpersonal se da mediante los encuentros cara a cara, que se entiende como la carta de presentación de cada persona. Involucra el recurso de la *actuación*, *manejo de las impresiones* y el *uso de las regiones* ya que la puesta en escena debe configurarse gracias a ciertos aspectos que el actor debe adecuar así para preservar el orden de la interacción donde espera influir directamente sobre los otros.

Las actuaciones en la mayoría de los casos no exponen la personalidad real de cada cual, el fin de las actuaciones es poder tejer relaciones sociales estratégicamente concebidas. La persona se ve condicionada ya que debe encajar en la puesta en escena, ligado a ello se encuentra el manejo de las expresiones, no existe actuación sin un debido condicionamiento de las mismas, ya que es necesario condicionar los gestos, las miradas, la forma de mover los brazos o manos, hasta la manera de gesticular, para así generar situaciones y momentos oportunos, donde los participantes no se vean



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

agredidos simbólicamente por un gesto mal propiciado o una palabra inadecuada. Disciplina bajo la cual se da dicho comportamiento para mantener la puesta en escena. El escenario no es único, contiene matices, se comprenden como regiones, *front* y *backstage*, espacios separados los cuales delimitan los comportamientos, el manejo de las impresiones y hasta la misma actuación, ya que separa los públicos y las maneras de accionar en presencia de un tercero. El delimitar espacios permite comprender dinámicas diferentes en el rol o papel que cumplen los sujetos.

Los actores, deben tomar en juego todo lo anteriormente nombrado, desarrollan roles, entendidas como técnicas determinantes para llevar a cabo las actuaciones, lo que se entendería como personificación de papeles. Goffman propone dos grupos de roles, los *grupos concretos*, cuyo accionar es unánime mediante equipos de personas, y los *grupos analíticos*, regidos por actuaciones similares de personas que desarrollan tareas similares, que en muchos casos aquellas no son conscientes de la manera en que actúan ni comprenden porque lo hacen, simplemente adecuan su rol para poder llevar a cabo con fines satisfactorios la actuación (Goffman, 1959).

Lo anteriormente mencionado se complementa dentro del señalamiento de diferentes formas de llevar la dramatización. A través de metáforas el autor abarca ampliamente la dinámica de la interacción. La *metáfora teatral* sitúa la escenificación de una obra de teatro, creando dos tipos de sujetos, los actores y espectadores, concentrados en dos espacios como lo son la parte anterior y la parte trasera del escenario, que connota con ciertas características específicas que se dan según lo realizado en cada lugar. La manera de interactuar en escena se da por medio de roles o papeles que aspiran a encarnar la representación de *sí mismo*, lo que hace codificar las apariencias, se administra el *yo* permitiendo un control directo de las impresiones, lo que sitúa en un nivel superior los gestos no verbales (Goffman, 1981).

En segunda medida, la metáfora que aborda el control de los gestos, impresiones, fingimientos y demás recursos teatrales puestos en escena, es la *metáfora del juego*, la cual se centra en conocer los resultados de la interacción previamente entablada. En este punto el autor no analiza como tal la forma de la interacción ni sus componentes, sino los resultados de la misma, enfocándose en cómo se dan las impresiones, los roles, el recurso gestual, la comunicación no verbal, dando trascendencia a lo que





## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

ahí surge. Se basa en comprender cómo estos recursos expuestos anteriormente permiten la interacción.

Para permitir el inicio y desarrollo de tales encuentros, explica que “la interacción social puede definirse en sentido estricto como aquella que se da exclusivamente en las situaciones sociales, es decir, en las que dos o más individuos se hallan en sus respuestas físicas respectivas” (Goffman, 1991:173). El contacto cara a cara, cuerpo a cuerpo, es determinante, desde las situaciones más cotidianas a las más estructuradas reuniones, donde se adoptan una serie de habilidades y expresiones acorde al sitio y contexto que se encuentre. Como señala el autor, “es probable que lo específico de la interacción cara a cara esté relativamente circunscrito al espacio y, con toda seguridad, al tiempo [...] en el orden de interacción la concentración y la implicación de los participantes –o al menos su atención–” (Ibídem: 174-175).

Todo se observa en simultaneidad por un público expectante que se encuentra en espera del desenlace de la interacción. La responsabilidad recae sobre los hombros de los actores, ya que deben preservar el orden, lo que significa que todos los gestos, comentarios y acciones deben permitir dar una continuidad frente al objetivo que en común se quiere lograr. Dicho de otro modo, los actuantes están presionados a realizar acciones y alianzas -voluntarias o no- en pos de buscar un fin último, de lo cual se vea beneficiada la interacción.

Dicha actuación debe parecer creíble para el público, lo que indicaría que el uso de la fachada determina el significado de la situación que entablan los actores. Goffman argumenta dos tipos, en primer aspecto da un significado determinante al medio en dónde ocurren los sucesos, no se pueden desligar el significado de los mismos dependiendo en dónde se lleven a cabo así mismo será el significado tanto del contenido de las interacciones como la acción misma, lo que se entendería como *fachada social*. Y en segundo lugar se encuentra la *fachada personal*, conformada por cargo, rango, sexo, forma de vestir, edad, condiciones raciales, el aspecto corporal de la persona, la forma en que se expresa, los ademanes que involucra en su contacto con los otros, y demás características que describen tanto la parte física como el accionar del individuo (Goffman, 1959).



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Goffman realmente permite comprender las interacciones sociales como representaciones teatrales, poniendo en juego tres puntos determinantes, el medio, la máscara y el rol. Elementos bajo los cuales se leyeron las interacciones entre manicuristas y clientas, aportando así configuraciones de roles y descripción de situaciones percibidas en distintos salones de belleza, comportamientos que se unifican en la manera cómo se busca preservar el orden de la interacción en un servicio de arreglo de uñas, gracias a los recursos que ambas partes ponen en juego a la hora del encuentro. Sin embargo, el enfoque de Goffman no aborda aspectos como contacto, emocionalidad, cuidado. Claramente esa no es la corriente de estudio del autor, lo que hace posible orientarse por otras propuestas argumentativas que se desarrollaron a partir de este enfoque, otorgando planteamientos innovadores y sugerentes para la presente investigación.

○ ***La centralidad del trabajo de cuidado, emocional y corporal.***

De acuerdo con los planteamientos de Luz Gabriela Arango y Pascal Molinier el trabajo de cuidado surge como una categoría que busca comprender las relaciones y espacios donde se han concebido situaciones de trabajo típicamente de mujeres, realizando oficios feminizados que en la mayoría de casos están expuestos a condiciones de discriminación dado que no son reconocidos y carecen de profesionalización, lo que se retribuye en bajos ingresos económicos.

*“El trabajo de cuidado es una de las categorías que la crítica feminista ha producido en su esfuerzo por construir herramientas conceptuales adecuadas para entender las particularidades de una buena proporción del trabajo que realizan las mujeres” (Arango, 2011:92).*

Trabajos como el servicio doméstico, niñeras, cuidadoras, trabajadoras sexuales, como esteticistas y manicuristas son de los oficios feminizados carentes de una interpretación sociológica donde el punto de partida sea el cuerpo de la mujer en un espacio de interacción que implique beneficiar al otro.

Se han planteado dos enfoques teóricos, el primero desde el pensamiento de las ciencias sociales y la economía, el cual el trabajo doméstico en calidad de trabajo feminizado y subordinado frente al mercado laboral plantea una división sexual del trabajo, relegando a la mujer al cuidado del hogar en actividades que potencializarán su labor de cuidado y su misión reproductiva, permitiendo al hombre



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

espacios de mayor intensidad, reconocimiento social e intelectual. La economía del cuidado nace como vertiente paralela a una economía de mercado, exponiendo como las mujeres desarrollan trabajos de cuidados no valorados o quizá sin remuneración, en escenarios como la intimidad del hogar.

Seguidamente desde la perspectiva psicológica, tiene gran trascendencia la ética del cuidado (care) involucra más las cuestiones morales y emocionales donde se analiza el cuidado de las personas desde diferentes modalidades. Es una perspectiva que abarca diferentes profesiones y oficios parte desde la crianza hasta los servicios de asistencia social, profesiones como la enfermería, el trabajo social, la salud ocupacional, carreras históricamente feminizadas, se interesan por el bienestar moral y físico del que se puede llamar paciente o cliente, ésta es una de las nuevas interpretaciones emergentes en la acción de cuidar y velar por el otro. Para finalizar, la psicodinámica del trabajo, es un estudio más afondo sobre la carga moral y emocional por las cuales la mujer debe padecer, como mejor lo explicaría Pascale Molinier

*“Conjunto de actividades que responden a las exigencias propias, a las relaciones de dependencia [...] Cuidar al otro no es solo pensar en el otro, preocuparse por él de manera intelectual, incluso afectiva [...] es hacer algo, producir un determinado trabajo que participe directamente del mantenimiento o de la preservación de la vida del otro” (Molinier, 2011:49).*

A partir de diferentes formas de reconfigurar la noción el trabajo de cuidado se da en distintos escenarios, un ámbito privado, las actividades son realizadas bajo la “naturalización” de prácticas históricamente aprendidas y ejercidas por mujeres, cuidado de los hijos, de los abuelos o padres ancianos. Bajo una esfera del ámbito público, pone en escenario la intermediación de empresas que contratan dichos servicios para que sean prestados enmarcado bajo un papel del cliente y la cuidadora, estableciendo así una relación vertical, control sobre el trabajo de la cuidadora ya que se le remunera por sus conocimientos y servicios.

El trabajo de cuidado tiene división de tareas, una distinción entre tareas más nobles que otras. Las tareas de mayor prestigio evocan áreas de la salud, educación o asistencia social, buscando el bienestar de las personas, conjunto al cuidado del ser humano y al reconocimiento de la cuidadora



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

como de quien ha comprado sus servicios. También se dan las tareas menos nobles, incluso, sucias, actividades ligadas a la labor de aseo, limpieza o alimentación.

El trabajo de la manicurista se catalogaría entre los “menos nobles y/o sucios” ya que es un trabajo con poca estructura académica sin ser bien remunerado, subestimado desde dentro del mismo ámbito de la estética, como también subvalorado en muchos casos por quien lo solicita. Trabajo de limpieza y de contacto con las partes menos nobles del cuerpo, pies y manos.

Es así como la profesora Arango plantea una definición para lo que es el trabajo de cuidado bajo diferentes aristas a considerar,

“El trabajo de cuidado se refiere a actividades destinadas a garantizar el mantenimiento cotidiano, físico y emocional de las personas y del entorno que lo hace posible, es decir, lo que habitualmente conocemos como trabajo doméstico y reproductivo. Estas actividades son realizadas mayoritariamente por mujeres en espacios domésticos y no son remuneradas al ser consideradas un ‘atributo’ natural de las mujeres o de su posición como madres y amas de casa” (Arango, 2011:11).

Los orígenes del arreglo de uñas se gestan en los espacios domésticos, ya que está considerado como una tarea realizada propiamente en beneficio de la otra persona, el cuidado y bienestar radican en el punto de comprender la relación de la labor con el amor, altruismo y sentimiento maternal que permita un compromiso afectivo (Molinier, 2011).

Para centrarnos mucho más, la práctica de limpieza de uñas se considera como una labor ideal de cuidado, efectivamente incluye un alto componente emocional que permite la adecuación corporal para lograr tal cuidado. Aquí se exponen los planteamientos teóricos que aportan las conceptualizaciones, en la parte inicial, sobre trabajo emocional y, en la última parte, sobre trabajo corporal.

En la década de los ochenta, Arlie Hochschild (1983) abrió esta línea de investigación sobre sociología de las emociones, con un trabajo realizado en sectores medios-altos, donde estudió la interacción entre consumidores y trabajadoras en un plano de servicios. Se enfocó en describir las interacciones de los servicios emocionales que debían prestar azafatas a la tripulación. La autora evidencia cómo se les condiciona a prestar un servicio de determinada manera, lo que conlleva a suprimir emociones propias, haciéndolas parte de una mercantilización de los sentimientos que



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

implica el dominio de un lenguaje no verbal, teniendo como principal responsabilidad el bienestar y tranquilidad emocional del cliente, ya que la representación de los cuerpos torna un significado mayor cuando se adecuan a parámetros empresariales enmarcando roles y posturas que dichos empleados deben adquirir en representación a la compañía donde labora.

La autora es pionera en hablar de *trabajo emocional*. Las particularidades radican en un encuentro directo cara a cara entre prestador de servicios y cliente, esta interacción debe conllevar a producir una emoción como respuesta inmediata por el servicio brindado, para que ello se cumpla satisfactoriamente la compañía debe capacitar y entrenar a sus trabajadores, estimulando la transmisión de emociones, dentro de una nueva configuración de trabajo en el sector servicios.

Adjunto a ello, esta propuesta desarrolló dos tipos de trabajo emocional, lo que comprende dos situaciones al permitir cambiar o construir tanto una emoción como sentimiento, lo que involucra un esfuerzo de igual manera, emocional, de quien se le asigna dicha responsabilidad.

En primera instancia el trabajo de *evocación* centra el eje cognitivo de construir un sentimiento que inicialmente no se halla en la persona, lo que quiere dar a entender que mediante el servicio realizado en el cuerpo el estado emocional de la persona tiende a variar positivamente. Como segunda definición se da el trabajo de *supresión*, como la misma palabra lo indica se debe suprimir, lo que enfoca al prestador del servicio a eliminar aquel sentimiento que disgusta o hace sentir inconforme a la persona. Es menester resaltar que el trabajo emocional no radica solamente en la creación o eliminación de emociones, según el contexto y la situación de cada individuo, se torna mucho más allá con las reglas del sentimiento que se tejen en lo permitido y no permitido, entre el debería y el querer, entre querer e intentar.

Diferentes técnicas se han construido en torno al trabajo emocional. El modelo *cognitivo*, es el intento de cambiar pensamientos e ideas en sentimientos que se asocian a la experiencia misma. La táctica *corporal* intenta cambiar o controlar síntomas físicos de una emoción, prevaleciendo el control y dominación de la misma y por último la táctica *expresiva* tiene como objetivo modificar la expresividad propia suprimiendo sentimientos personales no aptos para exteriorizar, conllevando a cambiar emociones por otras que sean afines a la situación.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Las técnicas del trabajo emocional se pueden ver empleadas todas en una misma situación o en diversas situaciones potencializar una forma misma de influir emocionalmente en la otra persona, sin embargo, este tipo de trabajo genera “sentimientos de ambivalencia”, para quien lo lleva a cabo, ya que siempre hay diferencia entre lo que se siente y lo que se exterioriza. El fin de exteriorizar es comunicar al otro tal emoción, sin embargo, aquella emoción en muchos casos puede llegar a no sentirse, solo se elabora gestualmente como mensaje hacia el otro para que el sujeto crea que la expresividad es veraz conforme a la interacción. Es ahí donde la persona debe poner en juego el control expresivo, el discurso asertivo y las reglas del sentimiento.

Las reglas del sentimiento se rigen bajo el intercambio social, dentro de la interacción debe existir comunicación en diferentes tipos de actuaciones, como la misma autora lo define, el intercambio de gestos tiene dos aspectos que se entienden como intercambio de actos de exhibición como *actuación superficial*, en lo que pueden ver y leer los demás de la conducta propia; y el intercambio emocional que se entendería como *actuación profunda*, que involucra la trasmisión de sentires. El trabajo de la emoción es un recurso del intercambio social, tiene una función como tal para guardar el orden de la interacción, lo que no se podría entender como un aspecto más de la personalidad, sino un recurso inmediato para la comunicación y comprensión del otro.

Dentro de la interacción que se presenta el sentimiento puede correr el riesgo de convertirse en un artículo de compra y venta ya que los gestos del intercambio no solo se adecuan al bien personal de quien los interpreta, sino que quien los interpreta lo hace bajo unas condiciones de producción del mercado en donde la emocionalidad es comprada y vendida como un aspecto determinante de la fuerza de trabajo, propiamente se vende es la actuación misma, dado que en trabajos de esta índole prima un reconocimiento a la expresión, gesticulación y trasmisión de emociones, lo que requiere un manejo del orden corporal excesivo a cambio de una retribución monetaria baja -en la gran mayoría de casos- (Hochschild, 1979).

La particularidad del trabajo emocional radica en el sentido del producto ya que no es tangible o material, se percibe en un cambio de humor, de gestos, de actitud, en resultado al estímulo recibido. Sobre la emocionalidad se dibujan dos aspectos, el primero es el que involucra el trabajo emocional como alternativa para lograr un fin satisfactorio -de carácter afectivo- en otra persona, así pues, en la



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

producción de emociones y bienestar se ha empezado a utilizar en gran medida, como objeto de mercantilización. Un segundo aspecto, dentro de una esfera más personal, la confrontación entre lo vivido y expresado relata la dualidad a la que se enfrentan las personas constantemente al suprimir emociones propias por expresiones y sentimientos que se deben dar acorde a lo que el otro espera percibir, lo que propicia el mantenimiento de un orden interaccional de la situación.

Es así, como el recurso más efectivo en el trabajo emocional es la actuación que se experimenta y se da como parte del trabajo, una herramienta para la satisfacción del cliente, más eso que se demuestra no se siente como parte del yo, sino del juego de comercialización al cual se rige.

En definitiva, la autora describe los rasgos característicos de su categoría analítica poniendo de presente que la persona encargada de enmarcar el rol de proveedor emocional “induzca o suprima sentimientos con el fin de mantener la apariencia externa que producen en otros el estado mental apropiado” (Hochschild, 1983:7). Lo que implica la configuración y exteriorización de sentimientos y emociones acordes a la situación que se vive con el otro, lo que implica suprimir emociones propias priorizando la satisfacción dentro del vínculo laboral, en pos de la relación bien-servicio.

La nutrida descripción dentro de la categoría de trabajo emocional formulada por Arlie Hochschild da inicio a reevaluar los vínculos emocionales o afectivos que se dan en torno a las relaciones laborales, unas con más peso emocional que otras. Sin embargo, el término no aborda a profundidad las implicaciones corporales, las cuales se ven obligadas a incorporar los encargados de tal labor, si bien es cierto que hay una carga emocional exhaustiva suprimiendo deseos personales para actuar bajo las expectativas de un tercero, las adecuaciones corporales cobran sentido cuando las emociones estimulan posturas acordes a lo que se expresa.

Por consiguiente, en busca de una categoría mucho más pertinente para la presente propuesta de investigación, se abordará *trabajo corporal*, elaborada por Milian Kang (2010) en *La mano gestionada. La comercialización de los cuerpos y de las emociones en salones de manicura de propiedad de inmigrantes coreanas*, donde expone el estudio realizado en salones de belleza de la ciudad de Nueva York.

Este innovador estudio, instauro la categoría de trabajo corporal, que establece el cuerpo como herramienta primaria de producción, adecuando gestos y ademanes con el objetivo de proveer



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

satisfacción emocional al cliente, gracias al intercambio mutuo que permite el servicio. La autora identifica tres esferas esenciales para justificar este tipo de trabajo; se enfoca en el placer corporal que se debe imprimir en el cliente dando pie a la producción emocional donde se involucran sentimientos propios con el fin de corresponder afectivamente al cliente y por último las diversas formas que se pueden implementar para trabajar con el cuerpo y para el cuerpo.

La elaboración de esta propuesta analítica realizada por Kang es en sí una crítica al trabajo emocional planteado por Hochschild, ya que a partir de la exploración realizada dentro de un universo con características de clase media-alta, mayoritariamente de población blanca, teniendo como prestadora del servicio una mujer y -en la mayoría de casos- un hombre el receptor del mismo, involucra directamente un sesgo de investigación, ya que no aborda otros escenarios como tampoco elementos que Kang plantea relevantes, elementos de clase, género y raza lo que permite una apertura de la categoría, poder referenciarla en otros espacios laborales que involucren población racialmente mixta y en diversa posición social. En relación con la categoría propuesta por Kang, Luz Gabriela Arango plantea lo siguiente:

*“El trabajo corporal se refiere a los intercambios comerciales en los que las trabajadoras de los servicios cuidan del bienestar físico y la apariencia de la clientela, mediante un contacto directo con el cuerpo (tocar, acariciar, masajear) al tiempo que realizan un trabajo emocional”*  
(Arango, 2011:14).

Es así como Kang complementa la categoría de trabajo emocional abordando cuestiones que involucran una adecuación de la corporalidad donde se ve inmersa la emoción y el sentimiento. La autora a partir de sus análisis propone una tipología que muestra cómo el trabajo corporal se realiza de forma diferente de acuerdo con características socioeconómicas que influyen en el escenario y en los involucrados: (a) el trabajo corporal que involucra cuidado y reconocimiento excesivo de las partes del cuerpo en mujeres de clase alta o media en su mayoría blancas, las cuales demandan ésta clase de servicio más por el reconocimiento afectivo que la manicurista da a su posición y representación social, que por la importancia al servicio de arreglo de uñas; (b) trabajo corporal expresivo, en el que prima el diseño y las labores artísticas que la manicurista plasma en las uñas de la clienta, prevaleciendo una relación ecuánime de posición social; (c) trabajo corporal rutinizado,





## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

donde se enlaza el trabajo manual con el emocional, prevaleciendo la calidad del servicio prestado, mayormente realizado en mujeres de clase media-baja (Kang, 2010).

La categoría en sí es creada bajo el estudio realizado en salones de manicura, lo que propiciaría una experiencia directa con este tipo de trabajo

*“El trabajo del salón de manicura es generalizado en cuatro dimensiones principales (1) se trata de actores que en su mayoría son mujeres, ya sean como proveedoras del servicio o clientas, (2) se centra en la construcción de belleza de acuerdo a las normas femeninas, (3) está situado en espacios semiprivados y feminizados, e (4) implica el desempeño (performance) generalizado del trabajo emocional” (Kang, 2010:16).*

Actualmente no solamente se compra un bien material, también hay un intercambio de servicios emocionales y corporales que el cliente evalúa antes de la compra. En el caso de los servicios de belleza, éstos involucran directamente el gusto del cliente, dado que el producto que se está vendiendo es de carácter subjetivo, donde hay un aporte mutuo para concebir el resultado final, que tiene que ser de agrado y satisfacción por parte de ambos, del cliente y del prestador de servicios.

El trabajo de arreglo de uñas vincula la emocionalidad como expresión necesaria utilizada para transformar el sentir del cliente y tal emoción se produce con ayuda en la adecuación corporal que se pone en práctica para infundir sentimientos positivos sobre el cuerpo del cliente.

Hochschild empieza a cuestionarse sobre ¿Quiénes y de qué manera logran transmitir emociones en un plano comercial? Las mujeres -en gran medida- son las que deben revestirse de ese rol para servir y complacer un público que en gran medida son hombres; Milian Kang describe como las mujeres -en el caso específico las manicuristas- acomodan su cuerpo y su expresión para atender las demandas y requerimientos -de igual manera- de otras mujeres; y Luz Gabriela Arango en conjunto con Pascale Molinier dan una justificación histórica y analítica de porqué sobre las mujeres recae todo el peso de la prestación de servicios favorables y la acomodación de símbolos y signos que determinan a la mujer como la ideal y encargada ‘naturalmente’ de aspectos como la belleza y el bienestar emocional de los otros.

Para terminar, las labores que se desempeñan como estas son trabajos el arreglo de uñas, corte de pelo, limpieza facial, aunque es corto su duración son servicios que causan algún cambio en la



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

aparición física, no solamente es la producción de un objeto tangible. Ahora, con las nuevas formas y relaciones de trabajo se han desarrollado vertientes mucho más ligadas al intercambio de emociones, actualmente no solamente se compra un bien material, también hay un intercambio de servicios emocionales y corporales que el cliente evalúa antes de la compra. En el caso de los servicios de belleza prestados tanto en salones de belleza como en peluquerías, éstos involucran directamente el gusto del cliente, dado que el producto que se está vendiendo es de carácter subjetivo, donde hay un aporte mutuo para concebir el resultado final, que tiene que ser de agrado y satisfacción por parte de ambos, del cliente y del prestador de servicios. La encargada de prestar esos servicios mayoritariamente es una mujer, ya que el campo de la estética y de la belleza se le ha adjudicado como un rol representativo de las féminas, por ende, ver un hombre que se desempeñe como manicurista, es exótico e inusual. Tanto los hombres como las mujeres trans no desean trabajar en el arreglo de uñas, pues éste se concibe como mal valorado, poco reconocido y de poco pago, aspectos que se profundizarán en el contenido del trabajo.

Es así como la presente ponencia se rige bajo el análisis de la categoría de trabajo de cuidado, que aborda temas como la emocionalidad y la corporalidad por parte de quien los realiza y quien los recibe, mediante los próximos dos capítulos se explicará las respectivas interacciones donde se materializan aspectos tanto emocionales como corporales.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### III. Metodología

Dentro del análisis de los establecimientos, se eligieron tres salones de belleza, se entabló conversaciones previas con las administradoras de los salones las cuales permitieron el ingreso para realizar la observación, al igual que las entrevistas a las manicuristas y clientes. Dos de los tres salones permitieron un mejor acercamiento dado que ahí trabajaban personas conocidas, una administradora y una manicurista que facilitaron las entrevistas y la observación, sin embargo, no hubo ningún contratiempo al momento del acceso a estas instalaciones ya que son salones abiertos al público en general, dado que cualquiera puede solicitar un servicio.

Los salones de belleza seleccionados fueron *Il E'clad*, *Biu Peluquería* y *D'Kache*, ubicadas en el sector sur de la ciudad en diferentes puntos, pero dentro del mismo nivel socioeconómico. Uno de ellos ubicado en un centro comercial de mucha afluencia, no es el único salón de belleza, lo acompañan doce establecimientos más dentro de los cuales se brindan los mismos servicios de belleza. Los dos salones restantes, se ubican en zonas residenciales, pero en vías muy transitadas, lo que permite una fácil visualización tanto de peatones como de conductores. Son casas que han sido modificadas y acondicionadas para prestar servicios estéticos, dado que no solo prestan el servicio de arreglo y decorado de uñas, también se involucra la peluquería y estética corporal como facial. Dentro de cada uno de los salones hay gran cantidad de personal dedicado a varias ramas de la belleza, sin embargo, se optó solo por realizar la observación en el trabajo de las manicuristas, dado que, investigaciones realizadas previamente dentro de este campo no han tomado en cuenta el rol e impacto que genera su trabajo en el cuerpo del cliente, la mayoría de investigaciones se han enfocado en los estilistas y dueños de peluquerías enfocados en un estudio de raza, género y clase.

El fin de hacer trabajo de campo en tres establecimientos, buscaba resaltar las características similares que se destacarán en la interacción entre manicuristas y clientes, no con la finalidad de hacer un estudio comparativo, dado que no hay diferencias sustanciales que lo ameriten, sino con la posibilidad de observar un mismo campo con diversos escenarios.

Para conocer las interacciones entre clientes y manicuristas se le dio importancia a la observación del momento antes (cuando se le da la bienvenida al cliente y se le invita a sentarse para empezar con el servicio), durante (en el momento de la realización de limpieza y maquillaje de las uñas, como también en la conversación y el trabajo manual) y después (comentarios finales sobre el resultado, agradecimientos y despedida) del servicio que proporcionaba un campo abierto dónde se perciben símbolos, actitudes y emociones desplegadas, lo que equivalía a la observación situada en el momento en que llega el cliente hasta el instante en que se despide y sale del salón. Para ello se desarrolló una



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

guía de observación, que permitiera un detallado reconocimiento de aspectos importantes a la hora de la interacción gracias al trabajo que se realiza en las manos y pies del cliente, mirar Tabla No.1. (Pág.32)

Además de realizar observación mientras se prestaba el servicio de arreglo de uñas a las clientes que constantemente acuden al salón, también se recolectó información en los tres establecimientos como observadora participante, interactuando con las manicuristas, realizando preguntas específicas sobre el servicio, la calidad de clientes que acuden y su rol como manicuristas. Acudí en varias ocasiones a los salones de belleza a tomar los servicios, conversé en muchas oportunidades con manicuristas, peluqueros y clientes sobre como ellos percibían la importancia del servicio que vendían y recibían, respectivamente, fueron momentos de acercamiento a los establecimientos seleccionados, en los que posteriormente se iba a indagar. Se realizó una entrevista semiestructurada tanto a manicuristas como clientas por separado para conocer en detalle la relación y la importancia que se le otorga al servicio de arreglo de uñas, pero no se tomó en cuenta los administradores ni las personas encargadas del salón dado que no se realizará análisis en la relación manicurista-administrador, pues los objetivos solo se enfatizan en la relación que se construye entre manicuristas y clientes mediada por el trabajo corporal y emocional.

Es así como se realizaron ocho entrevistas semiestructuradas, cuatro a clientes que frecuentan estos mismos salones de belleza. Se pudieron concretar las entrevistas gracias a la influencia de las manicuristas, quienes referenciaban sus clientes por método bola de nieve. Ellas fueron las que me presentaron a los clientes, dado que al inicio se tornó complicado ya que las personas dudaban en la finalidad del trabajo investigativo, pero al ser referenciada por sus manicuristas de confianza, la entrevista era mucho más extensa y rica en información.

Las entrevistas a clientes se realizaron a tres mujeres y un hombre, en escenarios diferentes al salón de belleza donde normalmente acuden. Fue fácil concretar una cita fuera de las instalaciones donde se lleva a cabo el servicio, lo cual permitió más detalle y claridad en las respuestas. El criterio de selección fue la frecuencia en acudir a los servicios de manicura y pedicura, los clientes debían ser personas que frecuentaran muy a menudo el salón de belleza, tuviesen cierto vínculo con la manicurista, dado que, al seleccionar una persona al azar, que no frecuentase a menudo el salón, impediría conocer directamente la relación cliente-trabajador.

Con las manicuristas se presentaron ciertas reacciones, dentro de la jornada laboral no se permitía la realización de la entrevista, tres de ellas se pusieron nerviosas ya que no habían tenido una experiencia similar y prefirieron responder mientras me realizaban el servicio en las uñas. Otra de las entrevistadas prefirió que se le visitara en su hogar, donde se pudo hablar de diversos temas aparte de las preguntas planeadas en la entrevista.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

¿Por qué se dio la elección de éstas tres peluquerías? Todas son contiguas al lugar de vivienda donde resido, la cercanía era una estrategia que permitía tiempos de observación oportunos y suficientes para nutrir el diario de campo, para observar diferentes conductas de los clientes a la hora de interactuar gracias al servicio que se realizaba en su cuerpo, como también los días de observación entre semana fueron al azar, no hubo parámetros establecidos para definirlos específicamente. Sin embargo, los tres establecimientos se encuentran ubicados en un sector de clase media, clientes los cuales en su mayoría viven en el sector, estrato 5 y 6, para ser atendidos por trabajadoras provenientes de estratos 1 y 2 de la ciudad, lo que permitía caracterizar dinámicas de conducta entre estas dos clases, revelando como la labor del arreglo de uñas es un trabajo desempeñado por mujeres de baja escala social, las cuales prestan estos servicios a mujeres y hombres socialmente mejor acomodados y con capacidad económica de inversión en la industria de la belleza. En el contacto que se da entre el cuerpo del cliente, con el cuerpo de la manicurista, la frontera que se delimita entre una clase social y otra se materializa en la posición de subordinación de la trabajadora con respecto al comprador del servicio.

Para comprender a fondo dicha relación entre cliente y manicuristas, se pensó hacer una breve descripción de vida de los informantes, para así exponer porque -para el caso de las manicuristas- surge el interés de trabajar en este tipo de servicio; y conocer la relevancia que dan los clientes al necesitar comprar un servicio como tal.



XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

#### IV. Análisis y discusión de datos

*“En la vida cotidiana los roles no están dispuestos como posiciones estructurales que los individuos asumen para cumplir sus pautas y expectativas; en realidad opera una segregación de los roles, que no es otra cosa que una segregación de los compromisos de actuación donde cada actor posee una personalidad diferente, como participante ratificado, según los distintos grupos sociales con los que interactúa” (Goffman, 1981:29)*

Dentro de este enfoque dramático con el que se tiñe la investigación, se comprende que cada involucrado es un personaje que se enmascara y se autoadjudica roles para satisfacer una audiencia, que se encuentra a la expectativa de su actuar, y de igual manera responder el intercambio de interacción.

En el salón de belleza es muy claro el rol inferior de la manicurista dado que su trabajo consiste en limpiar las manos y los pies de un extraño (cliente), en muchas oportunidades han sentido displicencia por parte de otras mujeres que las han mirado -como ellas mismas lo dicen- “por debajo del hombro” solo porque se dedican a una labor que necesita manipulación de zonas ‘sucias o ‘indeseables’. La trabajadora debe disponerse a realizar una labor de sumisión para acoplarse a lo que el cliente disponga, a lo que él desee de cómo se debe llevar a cabo el procedimiento.

*“Era algo así como que: ‘Tú me limpias los pies’ [expresado con un tono despectivo de vos], entonces uno ésta en menos posición que ellos, entonces pueden tratarnos mal, meternos el grito, pero porque yo le trabaje en sus pies no quiere decir que usted me pueda gritar o tener un rango de superioridad para conmigo” (Milena, Manicurista).*

Además de ello el rol que el cliente desempeña se justifica bajo las configuraciones de orden social que argumenta y fomenta la frase “el cliente siempre tiene la razón”. Como es de suponerse la trabajadora exige respeto, un límite de permisividad basado en las normas sociales de respeto establecidas en cualquier interacción social.

Goffman define dos grandes grupos donde se pueden catalogar los roles enmarcados en actuaciones, en primera instancia, los grupos concretos son sujetos que tejen entre sí estrategias para cooperar en equipo, conscientes de las actuaciones que representaran hacia los demás; por otro lado,



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

se encuentran los grupos analíticos, un poco menos conscientes de sus actuaciones o sin ser del todo consciente de ellas, son personas que actúan de una determinada forma para así lograr conquistar tareas específicas.

En el presente apartado de capítulo se caracterizarán diversos tipos de roles que se percibieron en escena bajo diferentes situaciones, indiscriminadamente de cada caso, el objetivo en común es preservar el orden de la interacción. Teniendo en consideración lo anteriormente nombrado se da paso a intercambiar ciertas facetas y roles que permiten comprender la relación entre cliente y manicurista.

### ***3.2.1. Manicuristas a la defensiva: Clientes poco afables.***

Se ha instaurado una manera cordial de darle la bienvenida a los clientes, siempre pensando en crear un ambiente de comodidad y consideración, donde el cliente comprenda lo importante que es tanto para él como para el salón trabajar en su cuerpo, sin embargo, la atmosfera laboral y el clima de la interacción no siempre permiten que aquel protocolo se desarrolle exitosamente.

Diversos aspectos pueden afectar la emocionalidad de las manicuristas, exceso de trabajo conduce a un agotamiento, cuando hay poco trabajo se producen sentimientos de angustia y desespero, donde se pueden crear comentarios especulativos de una posible salida del salón, si no se cumple el tope mínimo de turnos atendidos.

Las manicuristas que se ponen a la defensiva son mujeres que se encuentran saturadas de clientes caprichosos y complicados, aquellos con los que han tenido malas experiencias, lo que implica que delimiten una barrera durante el servicio, se comporten serias, frías y distantes. Sin embargo trabajan acorde a lo exigido (limpieza y decoración) sin aplicar otras habilidades que le permitan interactuar más a fondo con el cliente. Debido a esto las trabajadoras prefieren los clientes ya conocidos, lo que les permite a ellas una seguridad en el éxito de su trabajo, dado que son clientes que no ponen en duda su desempeño.

El trabajo en si es muy subjetivo, el componente emocional de la interacción permite que ambas partes desarrollen su comportamiento en miras de lo que la otra permita, los comandos dados son una manera de conocer el rango de permisividad al cual puede llegar la manicurista para así propiciar un mejor impacto emocional del servicio, no solo catalogarlo como “básico”, “bueno” o “malo” sino que geste una variación de humor del cliente.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

En la mayoría de casos cuando los clientes son secos y apáticos, las manicuristas ‘a la defensiva’ tornan esa misma postura, para no incomodar al tipo de cliente que se le presenta, como se pudo observar en una ocasión en la que, sin embargo, el cliente manifiesta posteriormente que estaba a la espera de que la manicurista reaccionara con él diferente y la manicurista le correspondió con la misma seriedad, tal como se registró en el diario de campo:

*“Qué chica más seria la que me atendió oyó, pero súper seria, no hablo en ningún momento, pensé que me iba a decir ‘papi relájese’ (risas) pero ni eso, usted que es el administrador debería decirles que pelaran diente de vez en cuando, eso atender a alguien sin determinarlo es muy verraco.”* El administrador le pregunta quién lo atendió, el señor le señala, y éste le dice: *“¡ah sí! Ella de vez en cuando es medio seria, eso depende de con quien sea”* (Apartado de conversación entre un cliente hombre y un administrador).

Este nuevo cliente no percibió que la manicurista actuó de tal manera al leer su actitud, y ella al estar en una posición de sumisión es receptiva a la actitud del cliente, en muy pocos casos este tipo de manicuristas logran incidir en la emocionalidad del cliente conllevando a un cambio en la misma. Como lo dice Luz Gabriela Arango, el trabajo de cuidado es tan solo percibido cuando se hace mal, en la mayoría de las veces, cuando es gratificante y cumple a cabalidad con las expectativas de un tercero no se le da el mismo reconocimiento respecto a cuándo no se realiza acorde a las exigencias individuales de cada quien.

Interactuar con un cliente nuevo proporciona cierto rechazo, que se refleja en ser cortante, no prestarse para conversaciones que vayan más allá de lo estrictamente necesario a la limpieza de manos y pies, como se indica en el testimonio anterior. El tener un cliente nuevo permite cierto grado de intimidación, de exploración a lo desconocido, de inseguridad frente al resultado final, lo que se entiende como una carga emocional mayor con la cual normalmente se realiza el servicio de arreglo de uñas.

Se percibió una conversación entre manicuristas en donde una le decía a la otra lo siguiente

*“Qué vieja más complicada, súper mamona, es que ya la ‘fiché’ para no volverle a hacer las uñas, ni que tuviese uñas largas y bonitas, es que vea, yo al vuelvo a ver entrar por esa puerta y ni que me silben salgo de allá [haciendo referencia al cuarto trasero] que vieja más ‘este’,*





**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

*me demore un mundo haciéndole ese servicio, solo porque me tocaba hacerle con los insumos que ella traía, que pereza esas viejas...”* (Apartado de conversación entre manicuristas).

Este testimonio representa el rechazo que se da a clientes que llegan condicionando el servicio, lo que se muestra en mujeres que llevan desde los insumos hasta los esmaltes con los que se quiere que se decore la uña. Estas clientas, aún que existen en un pequeño porcentaje, son aquellas que rasgan el orden de la interacción, pues trasgreden el orden dentro del espacio y el ejercicio mismo del arreglar las uñas. Cuando una manicurista recibe una mujer que lleva sus insumos, ya sea por higiene o porque le da asco que se trabaje en su cuerpo con instrumentos previamente usados, de inmediato la rechaza, manifestándole “no puedo, estoy ya ocupada”, “ya me llega otro cliente, quizá más tarde”, así como lo expresa una clienta entrevistada,

*“A mí por cuestiones de salud me tiene que hacer las uñas con mis propias cosas, ¿si me entiendes?, pero no es porque me da asco o así, sino por mi enfermedad, entonces cuando le digo a una manicurista que me las haga con mis propios objetos se pone brava, les da como rabia que uno lleve sus cosas... lo toman como si fuese personal, entonces sacan excusas para no atenderme, pero no tiene nada que ver con ella, es conmigo, por mi...”* (Sara, clienta)

Por otro lado, debido a que las manicuristas no facturan mucho para el salón de belleza, comparativamente con quienes desempeñan otras labores como la peluquería, deben colaborar con otras actividades que no son propiamente de su oficio poniendo a disposición su fuerza de trabajo para colaborar con otras actividades, que inicialmente no se les designa a las manicuristas, ya que en los tiempos muertos pueden hacer el café, acudir a la tienda para la compra de la merienda colectiva, atender llamadas cuando el recepcionista se encuentra ocupado o lavar cabezas cuando la chica encargada está muy saturada. Es menester resaltar que dichas manifestaciones se encuentran enmarcadas dentro de una valoración simbólica que tiene dicho oficio dentro del salón de belleza, pues un/a peluquero/a se negaría a realizar tales actividades que no le corresponden. Pero también es cierto que las trabajadoras utilizan dicha desventaja para su beneficio, como evitar clientela no conocida, en muchas oportunidades prima el miedo e inseguridad, atravesado por un rechazo hacia su labor de manicurista, mujeres que jamás desearon desempeñar esta actividad, pero que gracias a



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

la facilidad de anclaje laboral encontraron una motivación para incursionar en el mundo de la estética corporal.

En conversaciones que se dieron en los momentos de observación, se les preguntó a las manicuristas si ellas sabían o conocían de alguna compañera que no fuese muy buena desempeñándose en el servicio pero que aun así continuará en el salón, compensado esa falla con alguna otra actividad o de alguna otra manera. Melanie comentó que había una chica muy tímida - ella no se explicaba cómo podía haber estudiado para esto (arreglar uñas y trabajar con clientes) y era poco 'habladora' - ella la veía que poco trabajaba, que en algunos casos evitaba a clientes sin algún fundamento. Tiempo después, Melanie al acercarse más a ella, ésta misma le contó que le daba pena atender a la gente, le daba pena la proximidad que se daba con el cliente y que eso le resultaba intimidante, en consecuencia atendía muy poca gente en el día y prefería hacer otras cosas, Melanie la increpó pues, para que había estudiado tal oficio si no le gustaba tocar el cuerpo de una persona, si eso era lo que implicaba esta labor, su compañera le respondió que lo había estudiado como por "no quedarse haciendo nada en la casa" y además su mamá ha sido esteticista toda la vida, y ella optó también por ese camino, sin detenerse a pensar si realmente era lo que le gustaba hacer, Melanie concluye,

*"Al fin y al cabo por más que ella no haga nada o haga muy poco, tiene clientes a los cuales si atiende y le va bien, pero ella no se va porque el dueño del salón conoce a la mamá desde hace años, entonces no va a sacar a la hija, y además de ello, esa muchacha es como la mandadera de aquí, hace aquí y hace allá"* (Melanie, manicurista).

Lo anteriormente dicho demuestra como en muchas oportunidades no son expulsadas por las administrativas de los salones de belleza, dado que, como estrategia de permanencia tejen una sólida amistad con el/la supervisora que impide sacarla por el vínculo afectivo que se tiene. En este caso la trabajadora permanece tanto por los vínculos familiares, ya que su mamá es una trabajadora antigua del establecimiento, como por su disposición a realizar otras tareas que no son propias de su oficio.

Existen prototipos de clientes, muchos se tornan conflictivos y dominantes, lo que genera en las manicuristas cierto rechazo, ya que es una labor donde se propicia cierta relajación para ambas partes, tanto para ella que es la encargada de la labor, como para el cliente, que va en busca de aquella



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

satisfacción. En muchas oportunidades son clientes difícilmente satisfechos, comparan constantemente el salón con establecimientos visitados en el extranjero. Estos clientes dan a percibir una distinción de clase, entre la manicurista y ellos, ya que comentarios alusivos a este tipo, buscan subestimar la manera de arreglo de uñas que se da en esta región, como lo relata Milena,

<<Una vez vino una señora -ay no, que risa- era como paisa y eso si se le veía la pinta de arribista que no podía con ella (risas) luego hablando de que este salón se lo habían recomendado y que ella esperaba que fuera muy parecido a uno que había ido en Madrid, entonces como vio que no se parecía nada, empezó a mal hablar del salón, sin decir ni una sola palabra negativa, pero diciendo que ella conocía el salón de belleza que tenía Daniela Ospina -la esposa de James el jugador de futbol- en Madrid, que eso si era un verdadero centro estético, que la belleza de ese centro la hacía pensar en los *resorts* de Bali, o un país por allá, (risas) qué señora más chistosa, ya no daba rabia escucharla hablar, sino risa de toda la paja que nos quería meter [...] y pues claro, esto que se iba a parecer a los salones de belleza de los jugadores del Real Madrid, ni que fuera que o qué (risas)>> (Milena, manicurista).

La intención de estos comentarios es chocar con la manicurista, indisponerla, crear conflicto, dando paso no solamente devaluar el servicio sino también el establecimiento. Se capta en el testimonio directamente una distinción de clase evidente en la narrativa de la clienta, entendiéndose cómo el atractivo inicial que justifica su asistencia es su capacidad para entablar el rol de poder y control, que tiene, en este caso, un cliente conflictivo sobre el cuerpo y la emocionalidad de la manicurista.

Si bien en el último caso ejemplificado la trabajadora se lo tomó con humor, en otras situaciones generan tensión como algunas descritas en apartados anteriores. En muchas ocasiones para actuar con un cliente así, la manicurista prefiere no interactuar, permanecer callada, en silencio responder a todos los reclamos y quejas de las clientas, un dominio de emociones representado por la posición social que se distingue en aquella interacción. Lo cual tiene que ver con lo que significa el trabajo emocional, con la relación de poder que se establece y se puede ejercer sobre estas trabajadoras precisamente por ser mujeres y ejercer un oficio que simbólicamente está situado en la posición más baja de ese espacio de trabajo que es el salón de belleza. Lo que implica que la manicurista en la gran mayoría de veces



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

debe continuar con el trabajo, no puede cortar insólitamente el servicio, debe recurrir a gestos que brinden seguridad a la cliente, al igual que le sea demostrado que hay una aceptación de sus mensajes.

Cuando se presenta una situación tensa, las manicuristas procuran no hablar ya que la clienta se encuentra tan alterada y la manicurista tan incómoda por la manera en que se desarrolla la situación, que hablar sería un agravante, donde se podría perder el control de ambas partes, provocando momentos vergonzosos no solo para ambas, sino para el resto de personas que se encuentran en el recinto. Guardar silencio es la estrategia mejor concebida por parte de las manicuristas, ya que le podría traer sanciones graves si es grosera con la clienta o si por la presión del momento le habla en un tono no aceptable, llegando a provocar un despido. En situaciones como esta, no hay una fidelización de la clientela, la manicurista concluye su servicio muy cargada emocionalmente sin deseos de volver a atender a una clienta como esta.

Por otro lado, el cliente/a conflictivo/a no solo es el que manifiesta constantemente con desagrado su experiencia durante el servicio, también se puede manifestar al finalizar el mismo, le comenta a la manicurista que no le gustó, desaprueba el trabajo, llegando a tal punto de decir que no lo pagará y con mucho disgusto se va del salón.

*“No dijo nada durante el servicio la muy maldita, nada, se quedó callada, y aun así cuando acabé me dijo que nada le había gustado, que todo estaba feo, salió y se fue sin pagar, diciendo que ‘qué mal servicio, que no sé qué más’ [...] me dio tanta ira, si no le gustó pues pase pa’ acá esas manos le quito ya mismo mi trabajo, porque si todo es tan feo para que se lo va a llevar pintado”* (Conversación entre dos manicuristas durante las jornadas de observación.)

La manera en cómo se les ha impuesto a las manicuristas en la forma de dar el trato al cliente y como se le ha codificado para actuar y trabajar en el servicio al cliente, son imperativos que condicionan el actuar en escena ya que permiten una total dominación de la/el cliente en toda su eficacia ya que al mostrar su inconformidad frente a lo que se vivencia, las manicuristas se condicionan a guardar sus sentimientos y expresiones así el cliente este hablando bajo juicios de valor errados.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Actitudes que permiten una continuidad en el orden, no hay forma alguna que la manicurista exprese sus emociones, por la actitud del cliente se suprime su posición y sentimientos, otorgando un mayor valor y reconocimiento a las exigencias del cliente, muchas veces sin importar la manera en que lo haga, la prioridad siempre se le otorga al cliente y la manicurista debe preservar el orden, dominar emociones como ira, frustración, insatisfacción y continuar mostrando una cara afable, satisfaciendo las normas previamente impuestas por el salón de belleza.

Este mismo comportamiento se percibe en la investigación de la profesora Luz Gabriela Arango, cuando entrevista a manicuristas en Brasil en un salón de lujo en la ciudad de Campinas. La actitud de la clienta debe leerse para comprender lo que la trabajadora puede proponerle, sin embargo, las manicuristas reconocen ciertas actitudes que les hace modificar emociones frente a clientas con las que no se sienten a gusto atender, no hay agrado por éste tipo de mujeres pues la trabajadora no puede ser libre en su comportamiento, dado que este sería reprobado o mal visto por el tipo de clientas que se les caracteriza como “mala energía”, “miran por encima del hombro”(Arango, 2013).

### ***3.2.2. Manicuristas comprensivas: Clientes receptivos.***

El rol de manicurista comprensiva se permite en la gran mayoría de los casos cuando el cliente es conocido, ha frecuentado constantemente el salón y ha agradado en la conversación, abarcando tanto temas familiares como superficiales del día a día.

Determina cierta libertad conocer el cliente, ya que el saludo es mucho más cercano, la comunicación permisiva en tocar temas que ya en anteriores visitas se han mencionado, lo que permite hilar un vínculo emocional mucho más fuerte, involucrarse afectivamente con la manicurista, llegándola a considerar una amiga cercana a la que se acude cada ocho días para hablar y de paso arreglarse las uñas.

El servicio de arreglo pasa a un segundo plano, se comprende ya no como un fin sino el medio mismo de obtener un momento agradable, divertido y desestresante, una situación que perfectamente se podría comparar con el placer de compartir un café o una cerveza con una amiga.

Se caracteriza por escuchar, permite que se le hable, accede que se ahonde en una interacción más profunda basada en la confianza y en la credibilidad de la amistad que gesta la interacción del servicio manicura y pedicura. Como los clientes lo han expresado se convierte casi en una “psicóloga de vida”,



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

lo que facilita una comunicación diversa, con puntos de opinión y consejos alrededor de una práctica estética que se tiende a fidelizar, acudiendo siempre a la misma manicurista, que además de tener la destreza de ser cuidadosa es atenta, interesada y muy amable, cualidades que dan pie a recibir propinas de sus clientes más fieles.

La fidelización no se da en menos de cuatro encuentros, a partir de una sexta visita con la misma manicurista se puede entender que hay fidelización, ya que el cliente con la frecuencia de sus visitas demuestra que está satisfecho con el trabajo de ella y que no ha encontrado otra persona que lo realice mejor. Ésta práctica se puede comprender como una estrategia desarrollada por las manicuristas para captar clientes, ya que entre más clientes acudan a ella es mayor el ingreso, un efecto que se retribuye por dos, mejor pago y conveniencia emocional.

Nataly, manicurista entrevistada, comentó que el objetivo del trabajo de ella era permanecer en el salón de belleza y buscar la fidelización de clientes nuevos, recomendados o no recomendados. Al preguntársele en cuánto tiempo estima que ha logrado fidelizar a una persona, ella calculó entre tres y cinco veces, y según el grado de expresividad de la persona, expresiones como “me hizo (el servicio de arreglo de uñas) tanta falta esta semana que me fui de viaje”, “no te imaginas, me dañé una uña y yo solo pensaba en que me ibas a regañar”, “vea como tengo las uñas de lindas, todo el mundo me las alaba yo solo digo que es gracias a Nataly”, frases que dan significado de dependencia en la afectividad de la manicurista como en el servicio que proporciona. Entender el embellecimiento como una adquisición o como un producto realizado por un tercero en el cuerpo propio.

*“Cuando vienen yo si las regaño, les digo, ‘usted no se cuidó esas uñas, se las comió’ o ‘no, no, no, no le voy a dejar ponerse el mismo esmalte de siempre, cambie, parece una reliquia’ (risas), hay que llamarles la atención a las clientes, a las que siempre vienen, pues, a la clientela fidelizada [...] una llamada de atención permite que se fidelice más ... claro, hay que saber cómo se dice”* (Apartado de conversación con Nataly durante observación participante).

Cuestión contraria acontece con clientes difíciles, impidiendo el curso de un agradable trabajo tanto en manos y pies, tampoco favorece las condiciones para un dialogo afable que permita romper el hielo a la hora del contacto corporal en la labor de la manicurista, dando como resultado final que



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

los clientes a fidelizar son los receptivos, los que permiten el diálogo, quienes pueden expresar con confianza sus inconformidades y aprobaciones.

Cierto es que aún con los clientes asertivos en oportunidades se presentan dificultades en la relación, pero aun así estos facilitan la interacción con la manicurista, son clientes que no intentan dominar con su tono de voz, no demeritan el trabajo de la manicurista, como tampoco degradan su dignidad por el hecho de ejercer una labor “sucias”, específicamente en los pies.

La interacción entre ambas personas puede caracterizarse como una amistad, lo que permite dar una prioridad en el servicio que propicia una conversación fluida, donde la manicurista siempre se encuentra al servicio de la clienta.

*“Las normas que rigen la ‘fidelidad’ ente clientela y trabajadora es uno de los asuntos más sensibles dentro de los salones [...] éstas reglas no son impuestas por la propietaria, sino que resultan de negociaciones entre ésta y las profesionales y tiene en cuenta las expectativas de las clientas” (Arango, 2013:115).*

Las expectativas de las clientas se centran en el servicio, cuando se conoce previamente a la manicurista el servicio es determinante para continuar forjando la relación de fidelidad.

Este tipo de relación y de roles se enmarcan dentro de un escenario que propicia todo para que el servicio y la relación entre ambas partes sea totalmente exitosa, ya que esta forma de interacción es la manera ideal de llevar una relación manicurista-cliente, buscando propósitos distintos, una busca complacerse en un servicio gracias a que la otra necesita prestar este tipo de servicio pues es la manera de proveerse económicamente, sin embargo este intercambio, de ambas partes beneficia a las dos.

### **3.2.3. Manicuristas Inexpresivas: Clientes de paso<sup>1</sup>.**

Un cierto porcentaje de mujeres que trabaja en la labor de arreglo de uñas no están satisfechas con el pago ni con la interacción constante de personas. Siendo un trabajo donde siempre prima la presentación y una adecuación del cuerpo con la cual el cliente se sienta satisfecho con solo verla,

---

<sup>1</sup> Dentro de esta investigación se determinó como “de paso” la persona que acude por primera vez a contratar los servicios de cualquier manicurista. Aquel del cual no se tiene conocimiento previo y lo más probable (según su comportamiento) es que no regrese. Necesita un servicio por ese momento y ya.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

estas mujeres no adecuan su corporalidad a este aspecto de compra y venta de una imagen, el reflejo de la persona que atenderá el cliente debe ser directamente proporcional a la calidad del trabajo que realizará en el cuerpo de la otra persona.

*“Porque es que hay otras (manicuristas) que son como una tabla, insípidas, no dicen nada, ni comparten nada con la persona que están atendiendo, entonces ¿Quién las llama, ¿quién las busca? No pues nadie, solo el que llega por primera vez, que llega a buscar una manicurista de afán” (Melanie, manicurista).*

La inexpressión de un rostro simboliza rechazo, bajo la situación que se cobija del arreglo de uñas el rostro es la primera carta de presentación con la cual se le vende al cliente la emoción e importancia que refleja trabajar en su cuerpo. En tal caso si se expresan emociones como seriedad, distanciamiento, o un encuentro sin mucha efusividad conllevaría a darse una barrera emocional entre trabajadora y cliente. La distancia que se establece homogeniza las diferencias entre las clientas y lleva a cosificar el cuerpo de estas mismas, pues el factor emocional es determinante para reconocer la diferencia entre trabajar en el cuerpo y trabajar en un objeto cualquiera. La ausencia de este factor afectivo-emocional otorgaría entonces un significado de mercancía, devaluando el sentido de trabajar en un cuerpo, donde el resultado más que material es emocional y al no tener este tipo de interacción, podría entenderse como una relación trabajador-mercancía reduciendo el servicio simplemente a la elaboración de cualquier otro producto. La ausencia de emocionalidad de la trabajadora pareciera convertirla simplemente en una máquina que arregla las uñas, al no interactuar con el cliente, en aspectos de conversación, (por ejemplo, cómo se siente el cliente en la limpieza de uñas), convierten la labor en una rutinización sin mucho contacto emocional. La incomodidad que se expresa en el testimonio de una clienta por este tipo de comportamientos muestra la importancia que tiene el componente emocional este oficio:

*“Yo no vuelvo donde no me hayan ni sonreído, para mí es determinante encontrar una manicurista que me conozca, no una persona que ni siquiera me pregunte cómo estoy o me mire a la cara, me hace sentir como rara, no sé... me ha pasado que llegan y ni te miran [...] a uno le queda faltando esa atención de la cual ya viene acostumbrada, de que lo saluden, lo*





**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

*llamen por el nombre, que te pregunten como está ... verdaderamente el servicio no es el mismo si no te atienden como se debe” (Gabriela, cliente).*

Podría comprenderse este servicio como una tarea mecanizada configurada previamente para realizar sin raciocinio alguno. Como indica el testimonio, el verdadero significado del arreglo de uñas no es sencillamente la limpieza y el maquillaje de la uña (que contribuiría a la higiene y cuidado personal) es en fundamento el producto emotivo que busca lograr la manicurista en el cuerpo de la cliente, adecuando su cuerpo y emociones a una relación comercial que no solo implica la producción de un servicio sino la creación de una emoción que estimule el cambio de humor del cliente, potencializando así la importancia del servicio de uñas, pues, es la manera en cómo se transforma una parte del cuerpo pero además de ello el impacto emocional consciente e inconsciente que realiza en el sujeto.

Como lo confirma Milian Kang “el trabajo corporal y emocional no solo exige que la trabajadora de servicios presente y comporte su cuerpo de manera adecuada, sino también que induzca a los clientes sentimientos positivos sobre su propio cuerpo” (2010:4).

Las clientas se pronunciaron al cuestionarlas sobre cómo les gustaría ser tratadas, cuál es el ideal de manicurista y de tipo de servicio que le gustaría recibir,

*“Uno sabe que va al salón de belleza por la manera en que allá lo tratan, la delicadeza en el trabajo de manos y pies, que la manicurista lo consienta a uno, que le hable, para uno distraerse [...] y justamente este tipo de trabajos lo hace una mujer pues no hay máquina que reemplace lo bien que lo hagan sentir a uno” (Maryory, cliente).*

Los testimonios que las clientas entrevistadas relatan la necesidad del componente emocional, la calidad con que sea atendida y la expresividad de la manicurista son factores que determinan el agrado o desagrado por el arreglo de uñas, ya que en muchas oportunidades la manicurista puede equivocarse o lastimar a la cliente, pero al mostrarse tan afable, servicial y apenada la cliente omite lo malo del servicio y potencializa esas cualidades, como lo comenta Sara,

*“Me ha tocado manicuristas inexpertas, son un complique, se demoran mucho, lo cortan a uno, bueno, en fin, pero al verlas tan serviciales y apenadas a uno le da como pena (risas)*



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

*por que se les ve que se esmeran por hacerlo lo mejor posible, por preguntarle a uno cómo está, si le gustó o no, entonces es como si una cosa compensará la otra [...] hay veces para que no se sientan mal les doy propinita ”(Sara, clienta).*

Lo anteriormente citado se entiende bajo las habilidades de cada manicurista, unas inexpertas que desean satisfacer al cliente, como otras que trabajan muy bien la labor, pero son totalmente inexpresivas. Muchas de estas mujeres no permanecen mucho tiempo en un mismo salón de belleza, rotan constantemente dada su falta de interacción con la clientela, no tejen estrategias donde les permitan adecuar tanto su estado anímico como corporalidad al encuentro de clientes.

En la gran mayoría de oportunidades cuando una manicurista es inexpresiva y el cliente de igual forma no le interesa entablar comunicación con ella, no puede haber manera de fidelizar, ¿cómo se puede fidelizar si la persona que trabaja en la labor no interactúa con el cliente? La fidelización bajo este contexto no tiene lugar, no hay interesada en fidelizar como interesado en seguir adquiriendo este servicio de tal manicurista.

La fidelización es un objetivo inicial de cada nuevo servicio, acción que surge gracias a las atenciones de la trabajadora, pero si esta misma no realiza ninguna atención, no agencia cualidades de agrado y admiración al cuerpo del cliente, no lo fidelizará nunca teniendo actitudes distantes y tajantes. Esta situación se ve como una excepción a la regla, ya que se comprende como una interacción fallida, claramente hay interacción, pero los fines de la misma no se llevan a cabo con satisfacción.

Para que la interacción no se rompa ambos sujetos deben mediar en el primer encuentro que se lleve a cabo, un cliente inmediato cumple el rol de ser distante, frío, tan solo le interesa la compra del arreglo mientras continúa conectado con lo que le rodea, por ejemplo, utilizando el celular. El cliente o clienta también impone cierta distancia, no solo radica en el comportamiento frío de la trabajadora, el comprador del servicio al no conocer previamente la manicurista que lo atiende actúa con recelo y lejanía, hablando lo básico, prestándose para aspectos muy puntuales, para saber la forma de la uña y el color a aplicar. El juego de expresiones no se permite dado que no hay un interés que medie el contacto, la manicurista puede expresar frialdad y seriedad, pero si el cliente empieza a permitir el diálogo y cierta afinidad, ella puede transformar su comportamiento, sin embargo, en este juego de



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

roles no se transforma el comportamiento, el comportamiento es tal dando el significado a una interacción fallida, ya que no hay fidelización ni trabajo emocional en el cliente.

El uso constante del celular durante el corto periodo de arreglo de uñas es usualmente utilizado por el cliente que no conoce a la manicurista y no está interesado en mediar una relación emocional-corpórea de primer impacto, lo que involucra un saludo, preguntar aspectos básicos del servicio al igual que conocer superficialmente quien es la manicurista que lo atiende. El aparato electrónico centra toda la atención, cosificando así a la manicurista, otorgándole un papel de subordinación, la cual cumple funciones específicas sin la interacción con la persona, ya que la manicurista debe interactuar con el cuerpo del cliente al arreglarle las uñas.

Para finalizar este apartado donde se describen los roles que se construyeron gracias a las jornadas de observaciones de los salones de belleza, es la caracterización de como se ponen en juego las reglas emocionales y corporales que se gestan en la interacción cara a cara en el servicio prestado, clienta-manicurista. Un estudio microsocioal que permite conocer y describir a profundidad las diversas manera en que un servicio se puede interpretar según las reacciones y actitudes de ambos sujetos.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### **V. Conclusiones**

A partir de la caracterización y análisis de las dinámicas de interacción que se percibieron dentro del escenario del salón de belleza, -materializándose en el contacto corporal el cual se permite bajo el trabajo de cuidado en servicio de arreglo de uñas-, se pudo comprender que, si bien el fin no era realizar un análisis comparativo entre los salones observados, si se buscaba comprender el encuentro cara-a-cara establecido bajo dinámicas que gestan recursos que delimitan y justifican el encuentro de manicuristas y clientas en los tres salones de belleza observados.

En cuanto a las clientas, son parte fundamental de la interacción, en los tres salones de belleza se percibió que la mayoría de acudientes son mujeres de nivel socioeconómico medio, las cuales se ven interesadas tanto por la labor de arreglo que se codifica bajo nuevos estándares corporales, donde se cataloga la práctica del arreglo de uñas, tan necesaria como lavarse la cabeza o los dientes. Aunque las clientas varían en su percepción frente al trato y servicio de la manicurista, todas homogenizan su discurso cuando describen que otorgan un mayor porcentaje de relevancia al placer físico y la atención emocional que pueda transmitir la trabajadora, que el mismo desarrollo eficaz de la técnica de arreglo de uñas en manos y pies, felicitando así las destrezas emocionales aún más que las mismas habilidades motrices con las que se logre prestar el servicio. Éstas beneficiarias del servicio, por su parte, manifiestan una alta predilección, naturalmente por mujeres recomendada o previamente conocidas, dado que el contacto con un extraño dificulta el acercamiento del cuerpo, sin embargo, el objetivo se centra en lograr distensión emocional y corporal, ‘produciendo una emoción reconfortante de calidez y amabilidad que resalte el papel de la manicurista como único e ideal.

Tal como sucede en las manicuristas, portadoras de la labor y encargadas de transmitir una emocionalidad en cada servicio dentro del trabajo de cuidado que desempeñan en los salones de belleza, se caracterizan roles de conducta que se adoptan como un recurso para la interacción con los diversos tipos de clientes. Los roles son las facetas por las cuales el servicio las hace regirse, la emocionalidad de ellas también se pone en juego cuando se adoptan conductas en beneficio de la relación de permanencia de la fidelización lo que permite generar el vínculo emocional, donde la trabajadora se empieza a considerar más cercana, como amiga y concejera, donde el factor emocional



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

juega un papel determinante en la construcción de fidelización afectiva como de servicio. Despliegan así una serie de emociones que utilizan como recurso o herramienta de fidelización, dado que en la gran mayoría de oportunidades no expresan lo que realmente piensan ya que no pueden dar pie a que el cliente escuche algún comentario inoportuno, o lea en ella actitudes que lo hagan sentir incómodo y por ende no regrese, el éxito rotundo de la labor es garantizar emociones y sentimientos en post de un servicio fidelizado.

Dentro de los hallazgos encontrados el salón de belleza como escenario central donde la interacción se teje en beneficio del trabajo al interactuar con las clientas se encontró que el mismo salón de belleza tiene dos espacios que hacen condicionar la corporalidad y la actitud de las trabajadoras frente a los clientes. La región frontal condicionada para mostrar agrado y armonía al cliente es determinante, pues como se muestra la manicurista, así mismo se teje la relación con la clienta. La actividad en la parte frontal se basa en estrategia y condicionamiento, ya que la manicurista debe ser muy cuidadosa en la forma de hablar, los ademanes, la forma de gesticular y demás patrones que la clienta analiza y valora, éstos son fundamentales para poder tejer una relación de fidelización, lo que indica que la expresividad y corporalidad se rigen bajo fines mercantiles, en donde el cuerpo adopta posturas de comportamiento para la satisfacción de otros. En muchas oportunidades las trabajadoras no son conscientes del condicionamiento al cual se ven sometidas, naturalizando así roles que se adoptan gracias a la singularidad que permite cada servicio.

La manera en cómo se presta el servicio de arreglo de uñas es un servicio que se construye en la emocionalidad que tanto el cliente como la manicurista lo permitan, es así como el uso de roles se destaca como un factor fundamental para comprender diferentes tipologías de interacción, roles que no describen la personalidad, todo lo contrario, caracterizan una forma de actuar dependiendo la circunstancia y el rol del otro, lo que hace de la región frontal un escenario en donde los actores buscan un beneficio mutuo, tener un control de la interacción, unas veces se logra y otras pocas, no, sin embargo, el rol es determinante para la continuidad de la relación. Mediante el rol se expresa la emocionalidad y la corporalidad como el agrado o desagrado hacía el cliente, dependiendo de circunstancias que se tejen en el encuentro.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

La región posterior, se caracteriza por no enmarcarse en ningún tipo de rol, no hay público que condicione las actitudes y las emociones, simplemente es un campo en donde se expresa el sentimiento real, situaciones de disputa, de confrontación, de hermandad, solidaridad en donde se les permite a las trabajadoras actuar conforme con lo que sienten, todo lo contrario, a la región frontal. En esta región no se doblegan las emociones para un beneficio comercial, se expresan en su originalidad, es mediante esta parte del escenario donde las trabajadoras pueden ser sin adecuar ninguna máscara o fachada que las haga encajar dentro de los ideales de las clientes, esto gracias a que ningún cliente se le permite el paso. Este espacio toma una relevancia trascendental en la adecuación de las emociones, pues la originalidad del espacio está concebida para no abstenerse, todo lo contrario, demostrar sin actuar cuales son los sentimientos reales en las relaciones que se tejen entre pares, directivas de los salones y reflexión y comentarios sobre los clientes atendidos.

La labor de manicurista ejercida en un contexto de salón de belleza, consta del manejo de la emocionalidad propia y la del cliente, espacios que condicionan actitudes y formas de expresión que se reflejan como un gran peso emocional, representados en cansancio por el oficio ya que se labora en función de generar pautas de adoctrinamiento para que la labor emocional sea eficaz y directa con el cliente, el salón como intermediario entre ambas es un espacio de interacción el cual tiene un papel determinante en la relación que se propicia, ya que es éste mismo recinto el que pone las reglas de juego, aquel que condiciona la emocionalidad de las manicuristas en aras de un beneficio mercantil, logrando así estimular prácticas de fidelización como recurso para la preservación de la clientela como de la labor.

Las herramientas de trabajo que se incorporan para la fidelización no involucra aspectos académicos, o haber tenido una capacitación técnica previa para poder causar una emoción en los clientes, estas reacciones se permiten exclusivamente en el contacto y en lo que la manicurista pueda percibir de los deseos y necesidades de la cliente, lo logra leyendo la corporalidad de la misma, pues la cliente espera recibir el trato básico de la manicurista, que sea cordial, amable y desarrolle bien su servicio, sin embargo, el plus se da cuando la corporalidad se permite como una trasmisión de sentires y de cambios de humor que dan como trascendencia un vínculo afectivo.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Todos estos aspectos señalados previamente, dan paso a concebir el trabajo de la manicura y pedicura como una labor que busca más allá de transformar la apariencia física de las uñas de manos y pies, busca concebir un producto emocional que solo se gesta mediante el contacto del cuerpo y la transformación de ciertas partes del mismo, aspecto que se materializa en consolidar una relación de beneficio tanto afectivo como económico, el cual se logra con éxito en la fidelización de la clientela. El servicio del arreglo de uñas puede considerarse como perteneciente a la gran cantidad de labores que se caracterizan dentro del trabajo de cuidado, ya que históricamente se concibe la labor propia de las mujeres, lo cual sigue siendo así, el arreglo de uñas hoy por hoy continua siendo un trabajo feminizado, el cambio se centran en que estos servicios ya no son solo consumidos por mujeres, también hombres desean adquirirlos, lo que abre nuevas configuraciones y formas de llevar acabo el servicio, dado que hay una particularidad en el trato que se da de mujer a hombre al que se permite de mujer a mujer. Sin embargo, las nuevas aperturas de público no afectan el significado de esta labor de género, aún con más énfasis reafirma este tipo de servicios bajo un contexto de subordinación femenina, donde se continúa percibiendo la mujer como la encargada de los trabajos menos nobles y mal remunerados, obligando y doblegando su corporalidad y emocionalidad para un beneficio a terceros.

Este trabajo validó lo propuesto en el trabajo de Milian Kang al afirmar que los escenarios para estudiar y analizar diferentes modalidades de trabajo emocional y corporal son en su gran variedad espacios que se tejen y configuran en la cotidianidad, lo que no merma la complejidad del análisis, por el contrario, se reafirman nuevos espacios necesarios de una justificación y lectura analítica bajos los emergentes planteamientos sociológicos.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

## **VI. Bibliografía**

- ARANGO, Luz Gabriela (2010). *Género e identidad en el trabajo de cuidado en Trabajo, identidad y acción colectiva*, (p.p. 81-107).
- \_\_\_\_\_ (2011) *Género, belleza y pretensiones artísticas en el campo de las peluquerías*, Revista Latina de Sociología, n° 1: (p.p.1-44).
- \_\_\_\_\_ (2011) *Género, trabajo emocional y corporal en peluquerías y salones de belleza*, Revista La Manzana de la Discordia, enero-junio, Vol.6, No. 1 (p.p.9-24).
- \_\_\_\_\_ (2011) *El trabajo de cuidado: ¿servidumbre, profesión o ingeniería emocional? en Arango, L., y Molinier, P. El trabajo y la ética del cuidado* (p.p.91-109) Bogotá: La Carreta Editores E.U.
- \_\_\_\_\_ (2013) *Género, belleza y apariencia: La clientela de peluquerías en Bogotá*, Revista Nómadas 38, Universidad Central de Colombia, (p.p.185-200).
- \_\_\_\_\_ (2013) *Emociones, saberes y condiciones de trabajo en los servicios: Manicuristas en Colombia y Brasil*, Revista Latino-americana de Estudos do Trabalho, Año 18, n° 30, (p.p.103-132).
- BLUMER, Herbert (1982) *El interaccionismo Simbólico: perspectiva y método*. Ediciones Hora, Barcelona.
- Cámara de Comercio de Cali, Revista Acción Versión Digital, “*De peluqueros a empresarios*” (sin fecha de publicación) Revisado el día 23 de enero 2017.

<http://www.ccc.org.co/revista-accion-ccc/de-peluqueros-a-empresarios/>

- DE LA GARZA, Enrique (2009): “*Hacia un concepto ampliado de trabajo*” en Trabajo, empleo, calificaciones profesionales, relaciones de trabajo e identidades laborales. Ediciones CLACSO, Vol.1, Buenos Aires.
- REVISTA DINERO, “*Industria de la belleza mueve \$600.000 millones*”. Formato electrónico, última vez visto Mayo 2017.

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/inversiones-del-mercado-belleza/198024>





**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

- GOFFMAN, Erving (1970), *Ritual de la interacción*. Ediciones Tiempo contemporáneo, Buenos Aires.
- \_\_\_\_\_ (1981) *Forms of talk*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- \_\_\_\_\_ (1959), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Ediciones Amorrortu, Buenos Aires
- \_\_\_\_\_ (1991) *El orden de la interacción* en *Los momentos y sus hombres*. Textos seleccionados por Yves Winkin. Ediciones Paidós Comunicación, Barcelona.
- HARDT, Michael., y NEGRI, Antonio(2004) *Multitud : Guerra y democracia en la era del Imperio*. Edicion Referencias, Nueva York-
- \_\_\_\_\_(2000) *Imperio*. Edición de Harvard University Press, Cambridge.
- HOCHSCHILD R, Arlie (1983), *The managed heart. Commercialization of human feeling*. University of California Press, Los Angeles.
- \_\_\_\_\_(1993) *Trabajo emocional, reglas del sentimiento y estructura social*. Universidad de California, Berkeley.
- KANG, Miliann (2003) *La Mano Gestionada: La comercialización de los cuerpos y de las emociones en los salones de manicura de propiedad intelectual de inmigrantes coreanas*. Revista Gender & Society, Vol.17 No.6, (820-839).
- \_\_\_\_\_(2010) *The managed hand, Race, Gender, and the body in Beauty Services Work*. University of California Press, USA.
- LE BRETON, David (82002), *La Sociología del Cuerpo*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.
- MARTIN, María Teresa (2011) <<*Domesticar*>> *el trabajo: una reflexión a partir de los cuidados* en Arango, L., y Molinier, P. *El trabajo y la ética del cuidado* (p.p.67-89) Bogotá: La Carreta Editores E.U.
- Ministerio de protección Social. Resolución 2117 de 2010. Última vez consultado Marzo 30 de 2017.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

- Ministerio de salud y protección social “*Bioseguridad en los centros estéticos y de peluquería*” 25-08-2016 Boletín de prensa No.173 de 2016. Enlace electrónico, última vez visto Julio 2017  
<https://www.minsalud.gov.co/Paginas/La-bioseguridad-en-centros-est%C3%A9ticos-y-de-peluquer%C3%ADa.aspx>
- MOLINIER, Pascale (2011) *Antes que todo, el cuidado es un trabajo* en Arango, L., y Molinier, P. El trabajo y la ética del cuidado (p.p.45-64) Bogotá: La Carreta Editores E.U.
- MURILLO MOSQUERA, Gorkys (2008): “*Nuevos espacios identitarios en Cali: Peluquerías Afrocolombianas*” Tesis de Pregrado Universidad del Valle, Cali.
- PINEDA, Javier (2011) “*Emprendimiento en los salones de belleza: intersecciones de clase y género*” Congreso Nacional de sociología, Universidad Icesi, (p.p 502-520).
- POSSO, Jeanny Lucero (2013): “*El trabajo de cuidado en peluquerías y salones de belleza en Cali*”, Ponencia publicada en Séptimo congreso Latinoamericano de Estudios de trabajo: El trabajo en el Siglo XXI. Cambios, impactos y perspectivas.
- SOLANO, J. y ORTIZ, V (2015) La estetización del mercado laboral: modelos estéticos demandados por el trabajo en las sociedades contemporáneas. *Revista de Antropología y Sociología: VIRAJES*, 17 (2), (p.p 15-36).
- PORTAFOLIO, “Misceláneas y cafés internet, desvare de los colombianos”, Febrero 21 de 2012. Enlace electrónico, última vez visto Junio de 2017. <http://www.portafolio.co/negocios/top-10-los-negocios-mas-populares-colombia>.