

# GESTIONANDO LA IDENTIDAD: EL CABELLO COMO CAPITAL

## MANAGING IDENTITY: HAIR AS CAPITAL

*Kristell Villarreal Benítez*

FUNDACIÓN UNIVERSITÁRIA COLOMBO INTERNACIONAL/COLOMBIA

### Resumo

A beleza, a aparência e a atração se encontram associados a estéticas com nuances raciais que ajudam a preservar a ideia do belo ligado ao branco. Tratando de encontrar novas formas de confrontar tais ideais de beleza, elementos como a cor da pele e o cabelo adquirem altas cargas políticas. Neste artigo abordarei a forma como o cabelo é usado por parte de um grupo de mulheres afrocolombianas como um capital racial que lhes permite desenhar estratégias para a gestão e a negociação de sua identidade em seus contextos específicos.

**Palavras chaves:** cabelo; capital; experiencia; identidade e mulheres.

### Resumen

La belleza, la apariencia y el atractivo se encuentran asociados a estéticas con matices raciales que ayudan a preservar la idea de lo bello coligado a lo blanco. Tratando de encontrar nuevas formas de confrontar tales ideales, elementos como el color de la piel y el cabello adquieren altas cargas políticas. Para este artículo abordaré la forma en la que el cabello es usado por parte de un grupo de mujeres afrocolombianas como un capital racial que les permite diseñar estrategias para la gestión y la negociación de su identidad en sus contextos específicos.

**Palabras claves:** cabello; capital; experiencia; identidad y mujeres.

### Abstract

Beauty, appearance and attractiveness are based on aesthetics with racial nuances that help to preserve the idea of the beautiful linked to white. Trying to find new ways to confront such ideals, elements such as the color of skin and hair acquire high political loads. For this article I will discuss how the hair is used by a group of Afro-Colombian women as a racial capital that allows them to design strategies for managing and negotiating their identity in their specific contexts.

**Keywords:** capital; experience; identity; hair and women

## Introducción

Para este artículo propongo el abordaje del concepto de “capital” de Pierre Bourdieu (2007) comunicándolo con lo estético, el cuerpo y la identidad a través de la noción de “capital racial” planteado por Margaret Hunter (2011). La conjugación anterior tiene como propósito principal propiciar una aproximación al pelo y su valía para un grupo de mujeres afrocolombianas. Si bien el cuerpo para las mujeres se constituye como locus de la opresión, para el caso que nos ocupa la experiencia de las mujeres negras provee ciertas especificidades; estos cuerpos son percibidos de formas peculiares siendo entendidos bajo la lupa provista por la intersección de raza, clase y género.

Vivir en una sociedad fundamentalmente visual ha producido una obsesión con la imagen que claramente no es nueva, pero que se encuentra en evolución debido a las redes sociales y el incremento del uso de la fotografía como medio de expresión. La corporalidad permite el registro y la configuración de muchos de los sentidos que le conferimos a las realidades sociales. Por ello, la estética es un componente relevante en el desarrollo y posicionamiento de los individuos a nivel social, de tal manera que los atributos físicos se convierten en objeto de valoraciones y apreciaciones estéticas frecuentes en múltiples contextos sociales (ANDERSON ET AL, 2010).

Morgan Lloyd (1923) asegura que “la belleza no es una cualidad innata al objeto [persona], sino una propiedad percibida con respecto a ella por otra” (LLOYD, 1923, p.225) por lo que es, irremediamente, a través de los rasgos asociados a lo blanco como el cabello liso, la piel clara o la nariz aguileña que somos juzgados por los demás en un contexto como el colombiano.

Las reflexiones que se presentan en este artículo son provenientes de las experiencias de mujeres ubicadas en el Caribe colombiano, específicamente, en la ciudad de Cartagena de Indias y de mujeres ubicadas en la ciudad de Bogotá. Es menester aclarar que la experiencia de ambos grupos, aunque tienen muchos puntos en común también tienen disidencias. El Caribe resulta un lugar poco amable con el cabello rizado en su estado natural, las experiencias son más de contacto, tocar el cabello y dar opiniones sobre este es común y permitido, mientras que, en Bogotá los comentarios tienen un corte más eufemístico con el fin de evitar la crudeza en el opinar sobre el cuerpo del otro, asimismo, tocar el pelo es algo para lo que piden consentimiento.

Ser considerado bello no es algo que interesa solo para quienes viven, literalmente, de la forma como lucen sus cuerpos, sino también para las personas comunes (ANDERSON et al,

2010; REDDY, 2006). Esa búsqueda por encajar en el estándar se corresponde con el interés de ganar estatus y de obtener recursos a través de la instrumentalización de la apariencia, de hecho, las prácticas de cuidado capilar para las mujeres negras de cabello rizado incluyen maneras puntuales de cuidar el rizo, pero también el alisado; y aunque da la impresión de que es algo puramente estético la alteración de las texturas, la definición de los rizos y el uso de ciertos peinados suelen corresponder con la necesidad que tiene las mujeres de amoldarse al espacio y presentarse físicamente acorde a las demandas del contexto.

### **El capital racial y la belleza**

El capital racial es un recurso encarnado (HUNTER, 2011, p.145) es a través de nuestros cuerpos y la forma como lucimos que podemos conseguirlo. Este capital tiene como base la jerarquía racial ya implantada en la sociedad, por esa razón solo tiene sentido en sociedades racista. Para Hunter (2011, 2002), el capital racial tiene la posibilidad de transmutar su componente racial y convertirse en “capital social (redes sociales), capital simbólico (estima o estatus), o incluso capital económico (trabajo bien remunerado o ascensos)” (p. 145)

El despliegue de los activos corporales le ofrece al anfitrión beneficios sociales, económicos y culturales tangibles (HAKIM, 2010), por lo que muchas de las mujeres con las que trabajé, sin darse cuenta, exploraron la manera en que se sirvieron de su fenotipo en algún punto, con el fin de acrecentar la utilidad de alguno de sus capitales; tal es el caso de Rosemary que relataba como para un conversatorio en Bosa<sup>1</sup> con un grupo de afrobogotanos decidió usar un turbante, puesto que su cabello tiene una onda muy suelta y creía que podía dar la impresión de no estar suficientemente autorizada para hablar sobre un tema racial.

Los elementos que se asocian a lo bello en la sociedad colombiana están, fuertemente, atados a los rasgos fenotipos de los individuos caucásicos, así que aquellos que consiguen tener características cercanas al estándar como el cabello liso, por ejemplo, ganan oportunidades de acceso a recursos materiales e inmateriales (WOLF, 1991; ROBINSON, 2008). Empero, la llegada del movimiento del cabello natural al país y el creciente número de mujeres que retornan los rizos demanda un análisis más escrupuloso sobre las dinámicas actuales de negociación de la identidad.

El cabello en las entrevistas se deja ver como un recurso que ayuda a mis participantes a ganar capitales y que permiten que se les confiera ciertos privilegios. Para este trabajo se tuvieron en cuenta la experiencia de veinte mujeres, diecinueve de ellas dimensionaron el cabello como un capital racial que muta y se convierte en capital social. Todas concordaron en que tenerlo alisado o natural puede brindarles ventajas o producir desventajas dentro de las interacciones sociales o en el lugar del trabajo, tal es el caso de Iris una cartagenera que tiene su cabello rizado pero que asegura que jamás iría a una entrevista de trabajo con un afro

1 Localidad de la ciudad de Bogotá, Colombia.

porque la descalificarían, que es requerido peinarse y que no se escapen los cabellos, o la idea de Lila una mujer bogotana alisada que cree que el pelo crespo es muy bonito pero solo en presentaciones étnicas, en una oficina no, ese pelo es bueno solo para las que bailan.

Cala es una mujer cuyo capital social, económico y cultural es alto, por lo que no dimensionó su cabello como un productor de ventajas o desventajas en esas áreas; tiene su propia empresa, una fundación y es egresada de la Universidad de Los Andes. Sin embargo, explicó cómo su cabello sí ponía en riesgo la interacción con posibles parejas sentimentales, el cabello como capital racial para ella incidió hasta hace pocos años -cuando decidió empezar a celebrarlo y disfrutarlo- en su capital erótico (HAKIM, 2010). Cabría resaltar que no es la única que sintió en algún punto que su pelo la despojaba de cualquier atractivo y la dejaba por fuera del mercado del deseo.

### **Significados: entre texturas y palabras**

La textura del cabello ostenta un significado para las participantes, por lo que su alteración está relacionada con lo que conceptualizan ellas por el cabello “bueno”, “malo”, “natural” y “alisado”, siendo todas categorías en el marco de la apropiación de los estándares de belleza al interior de sus comunidades. Para Margarita, una cartagenera alisada, el pelo bueno es el que crece mucho, luce bien y no se para (frizz), el pelo malo según Rosemary, una cartagenera que va al natural, es el pelo rucho, al que no le entra el agua, el que no es estético. Lo natural como categoría es considerablemente más complejo puesto que, para Verónica, por ejemplo, es el pelo que sale de su cabeza que no está alterado por nada. Sin embargo, una mirada más meticulosa hace de la categoría “natural” muy confusa, en la medida que sus rizos y peinados son producidos.

Lo natural y lo artificial siempre han sido visto como dos dominios que se oponen por esencia debido a la forma como se originan (MARCOS, 2010; HERRERO, 2012). No obstante, el ser humano siempre ha habitado la categoría de natural siendo capaz de producir artefactos. Con el pelo, estas mujeres hacen que lo natural y lo artificial confluyan en la producción de un objeto que es natural porque nace de esa forma pero que requiere una intervención “técnica” y de productos para tener el resultado estético esperado.

Este grupo de mujeres utiliza “natural” como una categoría que las ubica en un plano diferente de aquellas que tratan su pelo químicamente. La diferenciación no se limita únicamente al tratamiento del pelo, sino que se unifica con aspectos de autoreconocimiento étnico racial y de grados de autenticidad. Hablamos de que las nuevas prácticas de cuidado capilar han engendrado nuevos lugares donde el cuerpo y lo estético reafirman una pertenencia real y consciente al grupo negro, las mujeres que se asumen como naturales están sujetas a nuevas prácticas disciplinarias para producir un cuerpo.

En cuanto al alisado hubo una diferencia marcada entre las participantes bogotanas y las cartageneras asociada a diferencias regionales y variaciones dialectales, mientras que para las primeras “alisar” es una palabra polisémica y describe tanto el uso del calor como el uso de químicos en el cabello, para las segundas el cuidado y tratamiento del cabello alisado recibe varios nombres: cepillado, planchado y alisado. En las citas de las entrevistas donde se conceptualiza lo que es el pelo “bueno” y “malo” es posible observar como recurren a actores discursivos diferentes a ella, generalmente, se refieren a familiares o construyen a un sujeto “otro” grupal carente de género, pero se deja claro que son un colectivo. La introducción de actores se hace a través de citas indirectas o directas.

Las calificaciones usadas para caracterizar el cabello bueno (liso, bonito, suavcito, brillante etc.) y los usados para caracterizar el cabello malo (rucho, malo, feo, duro etc.) están asociados explícitamente con lo físico de los individuos e implícitamente vinculados con la percepción de acceso a los capitales. El capital como concepto es relacional y encuentra la forma de conjugarse entre las diferentes categorías existentes (REAY, 2004).

### **La gestión de la identidad**

Erving Goffman (2004, p.38) explica la existencia de *“estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del estatus social del actuante. Estos estímulos también nos informan acerca del estado ritual temporal del individuo, es decir, si se ocupa en ese momento de alguna actividad social formal, trabajo o recreación informal, si celebra o no una nueva fase del ciclo estacional o de su ciclo vital”*; por lo tanto, para las entrevistadas cartageneras la importancia de introducirse a sí mismas en los distintos espacios cobra mucho sentido.

La primera estrategia diseñada por las participantes para gestionar sus identidades era la modificación de los estímulos de los que habla Goffman. Para las cartageneras existía la posibilidad de negociar su identidad y gestionarla, pero para ello era necesario modificar la cantidad de recursos dedicados a los capitales que hacen parte de ellas, es decir, mejoran la forma de vestir de tal forma que consiguen optimizar los estímulos en terceros sobre su estatus social y por ende su capital económico y social, al mismo tiempo consiguen reducir el impacto del capital racial otorgado por la textura de su pelo o el color de su piel. A lo que quiero llegar es que a través de la ropa y el alisado del cabello performan la clase y desdibujan la raza para construirse como les conviene en distintos contextos.

Contaba Amapola, una cartagenera que va al natural, que no es lo mismo ser una afrodescendiente cartagenera con el pelo rucho y chancletas que una afrodescendiente cartagenera con el cabello arreglado y tacones de Studio F. Según Iris las personas en Cartagena no te ven igual y ella lo ha sentido cuando entra a un lugar y la “mal atienden” porque no es blanca, tiene una “mata e’ pelo en la cabeza” y se le nota que no tiene plata.

En el caso de Bogotá la ropa era importante pero solo para Lila, pues en su caso debía existir una articulación entre la ropa que utiliza y su cargo, de tal manera que su vestimenta debía corresponder con el contexto. Para Lila el uso de ropa adecuada proporcionaba aceptación laboral. La segunda estrategia usada por las participantes estaba más vinculada con el reconocimiento de los estereotipos, hacerlos parte de su capital; verlos como recursos que les permitirán acceder a posiciones y lugares taxativos para ellas como mujeres negras.

Jazmín, una bogotana que va al natural, contaba como su profesora de danza le decía que ella debía aprovechar “el sabor”, porque para una mujer como ella el bailar está en las venas por ser negra, además le recomendaba mantener su cabello natural en las presentaciones, pues así todo se vería más “auténtico”. Finalmente, la última estrategia para gestionar la identidad era (re)conociendo la “diferencia positiva” relacionada con su pelo. Azucena, una diseñadora gráfica y organizadora de eventos bogotana, cree que sus rizos llaman la atención y por eso consigue más clientes, para Jazmín su pelo ya no es un “diferente malo”, es un diferente bueno, bonito, que fascina.

El cabello en algunos espacios es considerado un *plus*, y aunque el agenciamiento esté sujeto a conceptos problemáticos como los estereotipos racializados y a la exotización, estos parecen posibilitar disyuntivas para la gestión de la identidad de muchas mujeres. El cabello al ser un marcador físico de la diferencia sobre el que se inscriben significados sociales abre la posibilidad de que el en sí mismo y la forma de peinarlo sean instrumentalizados por parte de aquellos que lo tienen. Las participantes que se alisan instrumentalizan el pelo, pues cuando les pregunté por las razones para seguir alisando su pelo los motivos que aducían iban desde mantener el empleo que tenían hasta obtener una mejor posición. La situación no es muy diferente para aquellas mujeres que van al natural debido a que, a través de sus peinados, de su ropa y sus accesorios, consiguen instrumentalizar su apariencia.

Lo anterior me permitió ver que estas mujeres conocen cuáles son los significados que tienen las texturas de sus cabellos en sus contextos específicos, por lo que el alisado es una maniobra para ocuparse de su propia identidad. Se convierten en mujeres adaptadas a las dinámicas de las sociedades actuales capaces de identificar las construcciones fronterizas de las categorías socio-raciales en cada uno de sus contextos, negociarlas y transmutarla.

Fue algo común y recurrente que las participantes hablaran sobre las implicaciones del pelo en los lugares de trabajo o durante el proceso de conseguir uno; esto se dio en mujeres alisadas y naturales por igual. Partiendo de la hipótesis del cabello como un elemento que permite el acceso a distintos capitales, las elecciones que hacen las participantes respecto al él son percibidas como decisiones que las jerarquizaría dentro de las diferentes categorías que organizan la vida social y a las personas inscritas en ella: las participantes leen el cabello, los cortes y los peinados como indicadores y enunciaciones de posiciones políticas, orientaciones sexuales, credos, clase social, capacidad adquisitiva, personalidad etc.

Rosa, una cartagenera alisada, asegura que ella es muy femenina porque su cabello es largo y liso. Carmen por su parte cree que aquellas que tienen dinero pueden alisarse y que hacer que su cabello quede como si fuera natural pero las pobres no tienen esa posibilidad. Estas mujeres leen el pelo y anticipan las lecturas que harán otros. Lo estético como discurso ha ganado poder y juega un rol medular en la consolidación y en la acumulación de capitales (HUNTER, 2011). Esa construcción de la imagen para las mujeres que entrevisté es algo artesanal, algo que manufacturan para sí mismas y para los demás con el fin de proyectar una imagen positiva. Las imágenes que construyen de sí mismas las hacen unificando la vestimenta como una propiedad enclasante y enclasadora (ARANGO, 2006).

### **Cultural Gatekeepers**

Si pensamos en Goffman (2004) y sus caras, estas mujeres encuentran la forma de hacer su “maché” social mezclando trozos provenientes de cada uno de sus capitales y moldeando máscaras para performar sus roles como profesionales, madres, hermanas o esposas. Hablamos de mujeres que tienen papeles diversos, que desarrollan las imágenes que necesitan para adecuarse a cada espacio y cada interacción. El cabello les permite reflejar las expectativas sobre sí mismas y un posicionamiento respecto a sus gustos, pero al mismo tiempo consigue articularse congruentemente con las expectativas sociales que recaen sobre ellas.

De hecho, podría pensarse que el cabello al ser un rasgo inscripto en la corporalidad no es ocultable (GOFFMAN, 2004), pero este puede ser alterado. Ahora, las personas tienen la habilidad y los medios para relacionarse con los demás y construir una estructura general para ordenar la vida social en sus espacios específicos (QUINTERO, 2005). En esta disposición se crea una red compleja de imágenes, prácticas y discursos que clasifican y confieren significados al mundo, la producción de normas y reglas que regulan la vida, y las conductas de las personas influyen en la forma de llevar el pelo. La regulación en entornos laborales, en las instituciones educativas, en las familias y en los grupos de amigos dan luces sobre el control social, sobre las ideas del comportamiento y sobre los performances de tal manera que el pelo, sus texturas y su manipulación están sujetos dictámenes que los encasillan en positivos y negativos.

El racismo ha conseguido articularse en los engranajes de la sociedad colombiana, por lo que el reconocimiento de las agresiones debido a cuestiones raciales es reconocido por pocos, muestra de ello es el caso del taxista y la señora en el barrio Manga de la ciudad de Cartagena<sup>2</sup>. Cuando esta experiencia se publicó en redes sociales todo el mundo tildó de exageración el hecho y justificaban la acción de la señora porque el taxista le dijo: “amarilla”. De hecho, argumentaban que no había racismo y emprendieron toda una cruzada en contra de

2 <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16117896>

Chao Racismo<sup>3</sup> por apoyar legalmente al taxista.

La aparición de mujeres negras en los medios de comunicación y en todo lo relacionado con el mundo de la moda y la belleza ha ido en incremento. Sin embargo, las presentadoras de los noticieros, las concursantes al Reinado Nacional de la Belleza o las modelos suelen poseer rasgos racializados (GIL, 2010; CUNIN, 2003; BROOKS Y HÉPBERT, 2006) exigidos por quienes manejan este tipo industrias (CRAIG-HENDERSON, 2017). Ejemplo de ello son Mabel Lara, Claudia Lozano o Andrea Tovar.

En la sociedad colombiana se repite y se refuerza la idea de que “lo bello es bueno, lo bello es blanco”, la cual es implacablemente implementada por los Cultural Gatekeepers (LEWIN, 1947) quienes a su vez definen y crean reglas de inclusión y de exclusión de ciertos grupos de personas (LAREAU AY HORVAT, 1999; CHAPMAN, 2007). En cuanto a la industria de la información hay guardianes culturales en la publicidad y en el entretenimiento por lo que las mujeres que aparecen en dichos escenarios son de tez clara y cabello liso; y las que son negras poseen rasgos faciales cercanos a lo blanco, además del cabello liso. Ejemplos de los Cultural Gatekeepers serían Raimundo Angulo, el presidente del Reinado Nacional de la Belleza o Tony Márques, director artístico de COLOMBIA MODA.

Podríamos decir que hay varios sectores de la sociedad con guardianes, encontramos entonces a los que deciden quienes van en la portada de la revista, quienes dan empleos o quienes mantienen el equilibrio de lo normativo a nivel cotidiano. Los guardianes como los empleadores, por ejemplo, utilizan criterios como el peinado para buscar el potencial de los posibles trabajadores, mirarlos como capaces y aceptables para el empleo, situación que ocurre igual con mujeres y hombres.

En esa medida el pelo tiene el poder de crear y delimitar la movilidad social, económica y cultural de las mujeres negras porque está afectada por las características adscriptivas étnico-raciales percibidas por terceros. Entender lo anterior requiere posicionarse desde una mirada interseccional porque no hablamos de la lucha relacionada con el ascenso económico, la movilidad social medida en calidad de objetos materiales, sino que también se habla de una lucha por obtener movilidad en una sociedad que se mantiene sobre la idea de raza instaurada durante la Colonia (COLE Y OMARI, 2003).

Ninguna de las participantes ha oído hablar de los *Cultural Gatekeepers*. Sin embargo, cuando narran sus experiencias, todas demuestran la presencia de estos guardianes de lo social y el ímpetu con el que atacan cuando sienten que ellas y su cabello están rompiendo el statu quo. Cualquiera miembro de la sociedad está en potestad de proteger las normas, en el caso de los empleadores; o de preparar a los individuos, en el caso de los padres y familiares, para que no atenten contra esas normas y que de esa forma puedan acoplarse a la sociedad donde

3 Chao Racismo es una ONG ubicada en Cali, Colombia. Tienen como objetivo principal “acabar las prácticas excluyentes consciente e inconscientemente reproducidas y, socialmente aceptadas, en pro de una Cultura Ciudadana Incluyente”.

se están desarrollando. En la cotidianidad muchos actores sociales tienen la potestad de legitimar, aceptar o refutar los esfuerzos de las mujeres negras al activar sus recursos, esto termina influyendo en la aceptación o la problematización de la mujer.

Silene, una médica residente de Bogotá, contaba como su mamá le decía que ya no se veía bien su pelo natural debido a que es una profesional. La mamá de Silene creía que tenía el deber de dejarle claro a su hija que el cabello podría ser un posible problema en el ejercicio de la profesión y no se equivocaba. Silene más tarde en la entrevista explicaba como muchos de sus pacientes no tenían confianza en sus diagnósticos por lo que ella cree que es su apariencia.

La experiencia de Cala y sus capitales me parece remarcable debido a que me permitió comprender la existencia entre la posesión y la activación de los capitales; sus socios no le dicen nada sobre su cabello, porque ellos saben que tiene capital económico, social y cultural. Sin embargo, cuando a través de su fundación traen a los niños chocoanos a Bogotá y las personas la ven con ellos sus capitales no pueden ser activados debido a que trasladan los capitales de esos niños hacia ella. A continuación, presento un fragmento de entrevista con el fin de profundizar el tema de los capitales:

[...] digamos que en ese aspecto, nunca me he sentido afrodescendiente (...)ahora, cuando vienen los niños del chocó, por ejemplo, muchas veces creen que yo vengo del chocó, ¿si me entiendes? como que yo soy profesora de ellos allá y en ese aspecto si te soy sincera (...) allí yo sí siento y sé que es algo muy bogotano (...) como esa sensación ¿cómo te lo explico?: “Sí, yo soy tolerante, amo todas a las razas, amo todo, todo es muy hermoso”, pero tú estás allá y yo acá, como: “juntos pero no revueltos” ¿si me entiendes? ((Risas)) (...) Y yo pienso: “yo entiendo por qué tú estás actuando así, yo entiendo tu contexto, tú eres bogotano de clase alta” y, o sea, ni siquiera me voy a poner en el trabajo de decirles que yo tal, tal, tal; pero yo lo alcancé a percibir y eso me disgusta, o por ejemplo lo que yo les decía muchas veces como que la gente de aquí: “ay, pero es que esos negros que no sé qué” y yo decía: “pero yo soy negra”; y respondían como que: “no, no, no como tú, no como tú no, como los otros” y yo como que: “¿qué diferencia hay?”. “No tú no, tú no eres negra” ((risas)) (Cala-Natural)

Dividamos la narración en dos grandes partes: ella *con* y *sin* los niños del Chocó. Cuando está con ellos sus capitales dejan de existir y por ende no puede esgrimirlos; cuando está sin ellos vuelve a ser Cala, mujer estrato 6, la que ha viajado, la filántropa, la empresaria etc. Claramente, los sujetos que hacen las apreciaciones negativas sobre los negros y la señalan como “no negra” son conscientes de su color de piel y la textura de su cabello. Sin embargo, ella es diferente, no es como los demás. De hecho, le pregunté por qué creía que las personas la veían a ella como una mujer “no negra” cuando su piel es oscura y su cabello crespo, y ella respondió que: *“Porque ahí ven mis tres cuartas partes, mi cultura, mi educación, mis viajes, me ven como, como Bogotá”*.

Los capitales están supeditados a los contextos y en esa medida el terreno es desnivelado, así que deben ser continuamente negociados, mientras que en ciertos espacios y junto a ciertos sujetos no necesitan activarlos porque ya conocen que los poseen, en otros espacios y junto a

otros individuos es lo opuesto:

Mi entrada a campo fue difícil, difícilísima, me tocaba dar la perorata introductoria para que me consideraran como alguien válido para entrevistarlas sobre el cabello, al menos yo lo sentí así; decía entonces: Mi nombre es tal, soy profesional en tal, estoy haciendo una maestría en tal, he trabajado en tales investigaciones” etcétera; y es comprensible me ven gatica, son el pelito hipócrita ¿¡qué me van a creer!?” ((risas))” (Rosemary-Natural)

Rosemary debía activar sus capitales porque creía que de esa forma las mujeres participantes de su trabajo de investigación la verían como apta y de esa forma sí se abrirían con ella. Las dos situaciones anteriores: Cala y Rosemary. Nos ayudan a comprender los esfuerzos que hacen las mujeres negras para activar sus capitales, y las respuestas derivadas de tales activaciones como: aceptación (Rosemary) y la pérdida decapitales y otorgamiento de otros por parte de terceros (Cala), por lo que todo esto da cabida a pensar que los recursos de las mujeres pueden producir respuestas, retos y, hasta, cambios sociales.

Según las participantes la modificación del cabello de acuerdo con los estándares de belleza eurocéntricos conlleva ciertos beneficios y aunque el concepto de belleza sea subjetivo y lo que es considerado bello en una sociedad es variable y responde a aspectos espaciales, sociales, políticos y económicos, ser considerada hermosa ofrece muchas oportunidades y alivia muchas cargas.

## **Conclusión**

Según las participantes la modificación del cabello de acuerdo con los estándares de belleza eurocéntrico conlleva ciertos beneficios y aunque el concepto de belleza sea subjetivo y lo que es considerado bello en una sociedad responda a variables culturales, sociales, políticas y económicas, ser considerada hermosa ofrece oportunidades y alivia muchas cargas.

Las mujeres son capaces de acceder al capital social, económico y cultural a través de sus cabellos y los estímulos sociales obtenidos por el alisado o el retorno al natural van desde mejores opciones de empleo hasta mayor éxito en las relaciones interpersonales. Las estrategias creadas por las mujeres negras para amoldarse a las demandas de las sociedades actuales son variadas, pero todas han encontrado en tales tácticas formas de gestionar su identidad y presentar sus cuerpos ante el mundo de forma positiva.

## REFERÊNCIAS

- ANDERSON, T. et al. Aesthetic Capital: A Research Review on Beauty Perks and Penalties. *Journal Sociology Compass*, v.4, n 8, p. 564-575, 2010.
- ARANGO, L. G. *Género, discriminación étnico-racial y trabajo en sectores populares urbanos: experiencias de mujeres y hombres negros en Bogotá*. In: Informe final, Nuevas desigualdades en Colombia: el género en las discriminaciones raciales y en las recomposiciones identitarias. Colciencias, GIEG. Universidad Nacional de Colombia, 2006.
- BOURDIEU, P. El capital social. Notas provisionales. In: BOURDIEU, P. *Campo del poder y reproducción social. Elementos para un análisis de la dinámica de las clases*. Córdoba: Ferreyra Editor, 2007, p. 203-206.
- BROOKS, D. y HÉBERT, L. Gender, race, and media representation. In: DOW BJ, WOOD JT (Ed.) *The Sage handbook of gender and communication*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2006, p. 297-317.
- CHAPMAN, Y. "I am not my hair! Or am I?": *Black women's transformative experience in their self-perceptions of abroad and at home*. 2007. Tesis (Maestría en Artes) –Departamento de Antropología, Georgia State University, Georgia.
- COLE, E.;OMARI, S. Race, Class and the Dilemmas of Upward Mobility for African Americans. *Journal of Social Issues*, v 59, n 4, p. 785-802, 2003.
- CRAIG-HENDERSON, K. *Black Women in Interracial Relationships: Search of Love and Solace*. New York: Routledge, 2017.
- CUNIN, E. *Identidades a flor de piel*. Bogotá: ICANH - Uniandes - IFEA - Observatorio del Caribe Colombiano, 2003.
- GIL, F. (2010). *Vivir en un mundo de 'blancos'. experiencias, reflexiones y representaciones de 'raza' y clase de personas negras de sectores medios en Bogotá D.C*. Tesis (Maestría en Antropología) – Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá D.C.
- GOFFMAN, E. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 2004.
- HAKIM, C. Erotic Capital. *European Sociological Review*, v.26, n 5, p. 499-518, 2010.
- HERRERO, M. *Ficciones políticas. El eco de Thomas Hobbes en el ocaso de la Modernidad*. Barcelona: Katz, 2012.
- HUNTER, M. Buying Racial Capital: Skin-Bleaching and Cosmetic Surgery in a Globalized World. *The Journal of Pan African Studies*, v 4, n4, p. 142-164, 2011.
- \_\_\_\_\_. "If You're Light You're Alright" Light Skin Color as Social Capital for Women of Color. *Gender & Society*, v. 16, n 2, p. 175-193, 2002.
- LAREAU, A. y HORVAT-MCNAMARA, E. Moments of social inclusion and exclusion race, class, and cultural capital in Family-School Relationships. *Sociology of Education*, v 72, n 1, p. 37-53, 1999.
- LEWIN, K. Frontiers in group dynamics. I. Concept, method and reality in social science; social equilibria. *Human Relations*, n 1, p. 5-40, 1947.
- LLOYD, M. *Vision and Contact*. In: LLOYD, M. *Emergent Evolution*. London: Williams and Norgate, 1923, p. 210-242.
- MARCOS, A. Filosofía de la naturaleza humana. *Eikasia. Revista de Filosofía*, n 35, 181-208, 2010.
- QUINTERO, P. Apuntes antropológicos para un estudio del control social. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, No. 42, p. 1-12, 2005.
- REAY, D. Gendering Bourdieu's concept of capitals? Emotional capital, women and social class, *The sociological review*, v 52, n 52, p. 57-74, 2004.
- REDDY, V. The Nationalization of the Global Indian Woman: Geographies of Beauty in Femina, *Journal South Asian Popular Culture*, v 4, n1, p. 61-85, 2006.

ROBINSON-MOORE, C. Beauty Standards Reflect Eurocentric Paradigms-- So What? Skin Color, Identity, and Black Female Beauty. *Journal of Race & Policy*. Vol. 4 Issue 1. P. 66-85, 2008.

WOLF, N. *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. New York: William Morrow, 1991.