

Tener el pelo lacio: La ansiedad de blanqueamiento en el Caribe puertorriqueño

Luis J. Cintrón-Gutiérrez

Departamento de Sociología y Antropología
Universidad de Puerto Rico-Río Piedras
San Juan, Puerto Rico
luis.cintron1@upr.edu

Mónica E. Lugo-Vélez

Departamento de Estudios Hispánicos
Universidad de Puerto Rico-Mayagüez
Mayagüez, Puerto Rico
monica.lugo@upr.edu

Abstract

La globalización ha impulsado históricamente el modelo de la cultura cercana a la “blanca” como uno civilizado y de progreso. Un ejemplo de ello es el desarrollo de las clases criollas en el caribe antillano, las cuales se volvieron personas influyentes en la política y la economía de la región, aun cuando eran muchos de ellos más oscuros que los colonizadores pero más blancos que los esclavos. En otras palabras, mulatos. Uno de los íconos de la cultura blanca es la proyección del llamado pelo lacio. Esto ha generado un debate constante en la construcción y [re]construcción de identidades raciales y sociales impulsados en gran medida por el fetichismo hacia productos de belleza.

Críticos, como Franz Fanon y Homi Bhabha, han manifestado que el cuerpo y sus múltiples extensiones asumen síntomas de relaciones de poder y relaciones sociales. Por consiguiente, tratamientos para “alisar” y “mejorar” el cabello asumen luchas constantes entre el “yo” y “el otro” en una persistente batalla por la identidad y la identificación dentro de un panorama que ha sido históricamente construido por el “espíritu del capitalismo”.

Este trabajo pretende analizar cómo ese fetichismo, alimentado por el “espíritu del capitalismo”, va formando otras identidades caribeñas en Puerto Rico y cómo éstos van blanqueando rasgos que históricamente habrían sido identificados con culturas afro-caribeñas. A través del cuento “Hebra rota”, del libro *Pez de vidrio*, de la escritora puertorriqueña Mayra Santos Febres, junto a entrevistas y observaciones de campo, se investigará cómo la cabellera lacia se ha convertido en un objeto de una identidad al margen de las raíces negras.

Palabras claves:

Blanqueamiento; Identidad[es]; Globalización; Sociedad de consumo; Estudios poscoloniales

En el mundo de los estereotipos, la mujer caribeña no está completa si no tiene la cabellera larga, lacia y fluida. Por lo que consideran andar con el pelo rizo o crespo, no sólo es sinónimo de desaliño, sino también de ser cafre¹ (en todo el sentido de la palabra). Como Julia de Burgos dice en su poema

A Julia de Burgos: Tú te rizas el pelo y te pintas; yo no; a mí me riza el viento; a mí me pinta el sol, contrastando los estereotipos de la mujer de sus casa versus la mujer de la calle. Ciertamente, se ha creado la concepción de que poseer una cabellera lacia, más allá

¹ Cafre: zafío, rudo, violento; de Cafrería o relativo a esta Antigua región del sureste de África.

² Polémico producto químico usado para alisar y darle brillo al cabello. Según Juan Carlos Ríos, Investigador del Centro de

de ser parte esencial del atuendo, se ve como objeto envidiable y de valor incalculable porque provee estatus social y racial. Franz Fanon explica en *Piel negra, máscaras blancas* que:

Para él [negro] sólo hay un tipo de salida, que da al mundo blanco. De ahí esa permanente preocupación por llamar la atención del blanco, esa voluntad tenaz de adquirir las propiedades del revestimiento, es decir, la parte de ser y tener que entra [sic] en la constitución de un yo. [...] el negro intenta ingresar en el santuario blanco por el interior. La actitud remite a la intención (1973, p. 42).

De modo que, para algunas caribeñas, plancharse el pelo es el equivalente a un blanqueamiento pues de esta forma dejan atrás sus raíces negras. Es así como abandonan su identidad y asumen otra. Según el filósofo francés Emmanuel Lévinas “la forma por excelencia por la cual el otro pasa a ser sí mismo al convertirse en mío” porque “el Otro es lo que Yo mismo no soy” (70). Maritza Montero explica lo que dice Lévinas de la siguiente forma:

Esta concepción fomenta una perspectiva en la cual el ideal no es recibir nada del otro sino contentarse con lo que está dentro de uno. Y aparentemente al nada recibir del otro uno puede entonces ser libre, pero realmente el uno recibe la sumisión del otro afirmando su poder. La libertad del uno residirá entonces en la supuesta ausencia del otro, en su desaparición, o en su aniquilación, o al menos en su sumisión o lugar de subordinación (47).

De esta forma, la aniquilación del rizo es un intento de igualdad para ser reconocidos por el sector hegemónico. Ante tal situación, la industria de la belleza ha sacado partido pues ha formado un imperio haciendo productos para alisar las hebras de su encaracolamiento natural y seguir los estándares de belleza impuestos por la mentalidad blanca. Es así como los relajadores de rizo, la keratina, la plancha y hasta el famoso “blower” (secadora) se han convertido en elementos esenciales para verse “hermosa”.

En el cuento “Hebra rota” de Mayra Santos Febres, se narra el mayor anhelo de una adolescente afro-caribeña llamada Yetsaida, la cual desea tener el pelo lacio y color cobrizo:

Sueña con su pelo nuevo, pintado de rojo Auburn Copper y flotando con la brisa mientras ella aparece frente a la Sky Academy for Looks and Beauty de Miami, contando en un inglés perfecto su trayectoria y éxito (I was a small girl with a dream, a dream of beauty that has come true. Thank you, Sky Academy!) (1995, p. 64)

Mientras Yetsaida espera a que Kety la llame para alisarle el cabello ensortijado, ella fantasea con que al final del día el viento jugará con sus hebras lisas y que, gracias a este cambio de imagen, logrará todas sus metas porque su pelo es la clave para conseguir lo que ella desea en la vida. En el artículo “The Fanonian Theory of Violence in Women’s Fiction from the Caribbean”, Odile Ferly explica que:

[...] Yetsaida sees lactification as the only way to social promotion: she dreams of becoming an acclaimed model with long, straight, auburn hair. According to the aesthetic cannons that surround Yetsaida, such hair is indeed a prerequisite for beauty (2001, p. 117)

Es decir, en la mente de Yetsaida el pelo lacio es la garantía de éxito y de belleza porque cumple con lo que establece el sector dominante blanco de la sociedad. De modo que, en su imaginario, un alisamiento es más que un cambio de imagen; es, más bien, el comienzo del progreso, porque para ella

el cabello sin rizo es la promesa de prosperidad. Su pelo nuevo la hará famosa y, a pesar de tener la nariz rota, no la vincularán más con el caserío porque sus hebras la transformarán en una mujer de bien.

Por otro lado, Yetsaida piensa que el alisado es una buena inversión porque con éste logrará agradarle a los demás:

El padre ni le toca las pasas del asco, sí, del asco. Ella se lo ha visto en la cara, en los chistes de la mano enredada, en el fastidio de Mami peinándola entre gritos con la peinilla mellá –toma- con cuyo lomo le entra a coscorriones –¡Tati quieta muchachita! ¡Tati quieta!- (1995, p. 60).

En otras palabras, para Yetsaida, el pelo rizo es el culpable de que en su casa no la acepten y que, por consiguiente, ella tampoco se acepte. En el artículo *Alisando nuestro pelo*, Bell Hooks expone lo siguiente:

Dentro del patriarcado capitalista supremacista, el contexto social y político en que surge la costumbre de los negros de alisarnos el cabello, ésta representa una imitación de la apariencia del grupo blanco dominante y a menudo indica un racismo interiorizado, odio de sí mismo y/o una baja autoestima (2005, p.5).

El pensamiento de Yetsaida no es el único producto de lo que la mentalidad blanca ha establecido, los comentarios acerca de su pelo rizo poseen una connotación negativa porque así lo ha impuesto dicho sistema. [...] en *Narciso descubre su trasero* dice que:

[...] el pelo del negro posee muchísimos más nombres y apellidos que el pelo del blanco. El concepto de Pedreira sobre el grifo hoy no tiene vigencia. No es el hijo del negro y la mulata como él decía en 1934 sino el “blanco” de pelo crespo que la gente prejuiciada le llama pasa, cadillo, kinki, pimienta, caracolillo en forma despectiva. Sus apellidos son no menos copiosos: “malo”, “estrujao”, “abusao”, “asustao”, etc... etc. [...] El negro, insatisfecho con sus “pasitas” se las “estira” (1974, p. 80)

De modo que, para evitar nombres peyorativos por su familia/sociedad y lograr obtener la (auto)aceptación, la única alternativa que Yetsaida ve es parecerse a los blancos por medio del pelo lacio. Según Hooks:

[...] el alisamiento del cabello en las mujeres negras parecía, cada vez más, exclusivamente un significante de la opresión y la explotación supremacistas blancas. Era claramente un proceso en el que de lo que se trataba era de que las mujeres negras estaban cambiando su apariencia para imitar las apariencias de los blancos. Esta necesidad de tener una apariencia lo más parecida posible a la de los blancos, de tener una apariencia inocua, está relacionada con un deseo de triunfar en el mundo blanco (2005, p. 6).

Es así como “Hebra rota” culmina con la transformación rizo-lacio de Yetsaida y su esperanza de “blanqueamiento” para disfrutar de la admisión al exclusivo mundo de los blancos, donde existe el progreso para sus integrantes.

Dicho cuento lanza una crítica a las personas que (re)niegan sus raíces negras a favor de concepciones que promueven el blanqueamiento con tal de conseguir la aceptación de la mentalidad blanca. El pelo rizo, sin duda alguna, todavía posee cierto discurso negativo el cual, en cierta medida, sistema todavía promueve –de hecho, actualmente en Puerto Rico al grifo se le dice y se le considera “pelo malo”. Luego de haber leído este cuento y de tener todavía dichas construcciones tan presentes

en nuestra sociedad, se ha decidido hacer un estudio que intente investigar las percepciones de distintas personas sobre este tema.

Para la investigación se ha observado que, sin duda alguna, el cabello atrae la mirada del otro y crea distintivos de personalidades. Ciertamente, existen unas desigualdades sociales, políticas y económicas que influyen en ese proceso de construcción de identidades y en cómo proyectarse ante los demás. Los miles de folículos que componen la cabellera, llevan sus raíces a la formación de (re)significaciones y construcciones del sujeto, creando identidades en torno a ella. De modo que, el cabello crea en sí mismo una lucha entre muchos significados.

En muchos de los países caribeños es normal la venta de productos para dominar el cabello. No es desconocido para muchos los nombres de “keratina”² y “Lacio-Lacio”³. De igual manera, visualmente no es desconocido en nuestra cultura los famosos rolos y el “dubi-dubi”. Es enteramente cotidiano escuchar sobre visitas al salón de belleza. Ahora bien, en un principio los rituales de alisados se daban en el espacio de hogar. Dicho espacio se volvió un lugar para compartir entre vecinas y con la familia -dinámica que resalta Bell Hooks al recordar la cotidianidad de sentarse en la cocina con su mamá y sus seis hermanas para alisarse el cabello con una peinilla caliente. Como bien menciona García Calderón, los espacios son fundamentales para el intercambio social y para desarrollar identidades. Los mismos cobijan representaciones de poder e ideología dominante, además de tener cargas de vivencias colectivas que pueden representar resistencias, confrontaciones y otros valores simbólicos.

Es así como el hogar, la casa propia, adquiere un valor importante para las clases obreras. Por una parte, representa el anhelo de tener una propiedad que fuera de ellos. Según Carmen Pérez Herranz, el hogar se vuelve una mercancía más que representa progreso. Es en ese espacio íntimo dónde se dan relaciones sociales entorno al patriarcado y la imposición de tareas domésticas (2012, p. 188). Esto se da mientras el desarrollo modernista e industrial va consumando una clase media asalariada y un modelo cercano al fordismo. De hecho, esto se puede ver en el cuento *Hebra rota* pues, hace alusión a la barriada Trastalleres y se ve una relación económica marginada previa a un desarrollo industrial.

Con el surgimiento de una clase media solidificada, junto a un estado de bienestar y una creciente idea del consumo como vehículo de progreso, los tratamientos para el cabello se trasladan de la intimidad del hogar a lo público. Es así como toma auge lo que se conocen como “Beauty Parlor” o los salones de belleza. De modo que el espacio culturalmente designado para pasarse el “blower” ahora toma una nueva (re)significación. Según Hooks:

“El salón de belleza era un espacio de aumento de conciencia, un espacio en el que las mujeres negras compartían cuentos de la vida [...] un lugar en el que una podía ser confortada y renovar su espíritu. [...] un lugar de descanso donde una no tenía que satisfacer las exigencias de niños u hombres (2005, p. 5)” .

El salón de belleza, a diferencia del hogar, lleva unas connotaciones de comportamiento y signos muy ligados al espectáculo, donde el límite para mostrar belleza sobrepasa las puertas de lo privado y lo cercano para llegar hasta donde el cuerpo permita. Citando a Jean Baudrillard, “el cuerpo es el límite y el sexto sentido” (2007, p. 156). El acto mismo de alisarse el cabello es un acto de reconocerse y buscar legitimación.

Así pues, poder alisarlo, quitarle su vuelta natural, o luchar contra este, se considera un intento de transformación ante la sociedad. Por tal razón, cambiar física y/o emocionalmente, ya sea por

² Polémico producto químico usado para alisar y darle brillo al cabello. Según Juan Carlos Ríos, Investigador del Centro de Investigación Toxicológica de la Universidad Católica de Chile, este es un producto altamente cancerígeno y puede causar quemaduras en el cuero cabelludo.

³ Producto dominicano que da brillo y suavidad al cabello.

búsqueda de aceptación o por un acto de apoderamiento de su propio cuerpo, busca (re)incorporarse de manera diferente ante un grupo blanco. Ejemplo de esto es que en algunos lugares del Caribe el alisamiento se ve como una transubstanciación⁴ de niña a mujer. Esto se puede interpretar como una especie de “rito de pasaje”; pues, se preparara el cuerpo para pasar de un estado a otro.

Al igual que todo “rito de pasaje”, se designan unos espacios culturalmente construidos para esos fines y se usan unos objetos cargados de símbolos. En el caso de cambiar el pelo rizo por el lacio hay unos productos que son comunes y constantes; por ejemplo, el “blower”, la plancha y productos químicos como la keratina. Esto, sin incluir la peinilla caliente, elemento vinculado con la mujer del Caribe Hispano que resalta Santos Febres en el cuento, al igual que Bell Hooks en su ensayo *Alisando nuestro pelo*, entre otras personas que han rescatado memorias históricas de este “ritual”. La periodista dominicana Rosario Tifá resalta la llegada del *peine caliente* a Quisqueya con la invasión Americana en 1916 y alude a que se formó una “cábala”⁵ en torno a las prácticas y consejos que se daban para el alisado. Es así como se ha construido todo un aparato económico sobre el asunto del cabello y ha sido punta de lanza para la gestión cultural contemporánea.

Sin duda alguna, el alisado del cabello responde a un mercado económico. En el caso de Puerto Rico, según el Negociado de Estadísticas del Departamento del Trabajo, para el 2010 el sector relacionado con el Cuidado y Servicio Personal generó cerca de 930 empleos, de los cuales 590 son estilistas y peluqueros. En República Dominicana, según una reseña periodística de Cándida Acosta, hay 55,000 salones de belleza que operan como microempresas generando 150,000 empleos.

Se ha convertido en una moda el pelo lacio; en un objeto multicultural y de masas. Estos valores que se consideran “*fashion*” dan una proyección de bienestar y triunfo. Lo que en un pasado era un acto reservado para la burguesía, hoy es relativamente muy accesible. Eso gracias al surgimiento de la “clase media” y un “estado benefactor” que le ha democratizado el acceso al consumo a clases que anteriormente no podían. Por consiguiente se puede ver una creciente industria de la belleza y un auge por productos como la keratina, la plancha y el *blower*. Esto sin contar que muchos son accesibles en lugares de visita cotidiana como farmacias y tiendas por departamento.

Ese privilegio sobre del pelo lacio responde a una globalización de una cultura que se acerca al “*American Way of Life*”. Ese tipo de cultura impone el paradigma de buscar “el cuerpo de los sueños”. Según Jean Baudrillard, este deseo de construir el cuerpo ideal se crea por medio del consumo y referencias de modelos impuesto por el mercado. Esto es lo que el llama “refracción de rasgos colectivos” (2007, p. 105). Por tal razón se ve que hay estilos de cortes y estilos de pasados de “blower” que se repiten. A pesar de que responde a una imposición, el mismo Baudrillard reconoce que hay cierto grado de libertad

Fuera del consumo y de la colonialidad, se puede entender también que es un acto de sobrevivencia dentro del sistema económico. La estilista Laura OM, en una entrevista que se le realizó en el mes de enero, mencionó que “cuando empiezan a buscar trabajo es un poco difícil mantener los dredz” mencionó. OM, quien lleva cerca de diez años en la industria de la peluquería en Puerto Rico, recordó que hay patronos que exigen a sus empleadas tener el cabello amarrado o alisado. Tal es el caso de una industria bancaria, donde se puede observar que las “tellers” y otros servicios como meseras de restaurantes de alto costo y tiendas en centros comerciales de alto consumo como Plaza las Américas en el sector de Hato Rey.

Es así como una de las maneras de ver el alisado del cabello en la mujer es internalizando que es un síntoma de la cultura de opresores y oprimidos. Desde la cultura dominante blanca se ha construido la imagen de la persona negra con una serie de estereotipos de carácter despectivo. Carga

⁴ Según la Enciclopedia Católica, esto significa el cambio de una sustancia a otra enteramente distinta. Es un termino que se usa recurrentemente para describir el cambio del pan y el vino a “cuerpo y sangre” de Cristo dentro del ritual de la misa.

⁵ En la tradición judeo-cristiana, la Cábala es doctrina que es recibida tradición oral. Según la Enciclopedia Católica, es la tradición y las costumbres que pasan ininterrumpidamente por ancianos ,profetas o patriarcas.

simbólica que se lleva desde los tiempos del colonialismo, En el libro *Piel negra, máscara blanca* resalta de la lectura *Je suis Martiniquaise* que “la mujer de color no es nunca del todo respetable a los ojos del blanco” (1973, p. 35). Un ojo blanco que ha predominado el desarrollo del espíritu del capitalismo y ha impuesto su ética. Ante el asunto, Fanon mismo ha dicho que a la mujer negra y mulata la opción que les queda la aspiración de “blanquear” (1973, p. 45). El querer alejarse de esa carga simbólica, replicada al presente con comentarios como “pelo malo”, “pasas de negro” entre otras alusiones, puede ser una de las razones por la cual la mujer caribeña recurre al alisado del cabello.

Ahora bien, cabe mencionar que con el surgimiento de los mercados “étnicos” y con la apertura de la publicidad hacia un mundo “multicultural” ha dado paso a empezar a construir otras nociones sobre el pelo rizo. Esto se puede ver en la proyección del pelo rizo en modelos de televisión local como en la reciente valoración de este tipo de cabello por parte de subculturas urbanas que están apareciendo en Santurce como los “hipsters” y grupos de reafirmación de la negritud. Desde la lectura de Homi Bhabha, esto sería un paso para cumplir el anhelado sueño de colonizar al colonizado y volverse figura de deseo (2002, p. 65). Finalmente, la intención de este trabajo es, como bien dice Bell Hooks, que las mujeres negras dejen de percibir su cabello como el enemigo, como un problema que se debe resolver, porque a fin de cuentas dicho pensamiento no lleva a la liberación sino a la prolongación de los mismos estereotipos.

Bibliografía

- Zenón Cruz, I. (1974). *Narciso descubre su trasero: El negro en la cultura puertorriqueña* (Vol. 2). Humacao: Editorial Furidi.
- Acosta, C. (20 de marzo de 2012). En RD hay 55,000 salones de belleza; emplean 150,000 . *Hoy* .
- Baudrillard, J. (2007). *La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI de España.
- Bhabha, H. K. (2002). *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- El fenómeno del dubi dubi. (10 de julio de 2010). *Primera Hora* .
- Fanon, F. (1973). *Piel negra, máscara blanca*. Buenos Aires: Editorial Abraxas.
- Ferly, O. (2001). "The Fanonian Theory of Violence in Women's Fiction from the Caribbean". In K. Gyssels, M. A. Bowers , & I. Hoving, *Convergences & Interferences: Newness in intercultural practices* (pp. 107-119). Amsterdam: Rodopi.
- García Calderón, M. (2012). *Espacios de la memoria en el Caribe Hispánico insular y sus diásporas*. San Juan: Ediciones Callejón.
- Hooks, B. (2005). Alisando nuestro pelo. *La Gaceta de Cuba* .
- Negociado de Estadísticas del Trabajo. (2011). *Estadísticas de empleo por ocupación: Puerto Rico 2010*. Gobierno de Puerto Rico, Departamento del Trabajo de Puerto Rico, San Juan.
- Manszanares Rubio, S. (2010). Passing for White: Blanquitud y performatividad en la obra de Yinka Shonibare, MBE. *Revista Forma* , 83-93.

Pérez Herranz, C. A. (2012). Tener la casita: del sueño de un hogar a las trampas de la especulación. In J. L. Lizardi Pollock, & Schwegmann, *Espacios ambivalentes: historias y olvidos en la arquitectura social moderna* (pp. 186-201). San Juan: Ediciones Callejón.

Santos Febres, M. (1995). Hebra rota . In M. Santos Febres, *Pez de vidrio* (pp. 57-64). Río Piedras: Ediciones Huracán.

Terra Network S.A. (23 de mayo de 2012). Keratina: tratamiento tóxico y cancerígeno para alisar el pelo. *Contexto* .

Tifá, R. (2006). De tenazas y peines calientes: Retrospectiva sobre las técnicas para el cabello. *Hoy* .

Entrevistas personales

Laura OM, estilista y dueña de OM Studio Beauty City, enero de 2013.