

Políticas Culturales

Cultura y creatividad de pelos

Cuando uno visita el lugar, cuesta un poco de trabajo entender qué es La Peluquería. Uno puede pensar, sin meterse en mayores especulaciones, que son varios negocios en un mismo espacio: peluquería (por supuesto), cafetería, tienda de artesanías, vitrina de diseño. También se puede decir que es cada uno de ellos, ninguno que lo comprenda y todos ellos juntos. Pero, todo esto puede ser engañoso si uno lee la pequeña tarjeta de presentación y contacto, pues hay que agregar el hecho de que ahí realizan también la difusión, la promoción y llevan a cabo “proyectos de arte”, eventos sociales diversos, proyección de cine; es decir, la complejidad posmoderna donde los límites no aparecen de manera clara y frecuentemente se desdibujan.

Coherente con el nombre que ostentan, quizá lo más fácil de identificar es el material con el que trabajan: el cabello en sus distintas manifestaciones (largo, crespo, corto, entintado, lacio, castaño, rubio, pelirrojo, oxigenado, cano, ralo, abundante, grueso, delgado, femenino, masculino, de niño) pero, sobre todo, en su dimensión significativa: acá en Bogotá -nos dice Diana, la gerente y hostess de La Peluquería-, se piensa que el cabello guarda las cosas negativas, por eso es que es tan importante cortar el cabello, porque de alguna forma te liberas de esas cosas malas.

Con esta explicación, entonces, resulta menos extraño que quienes integran el colectivo se hagan llamar peluqueras asesinas “porque quieren asesinar todo lo malo que tienen [las personas], porque el cabello guarda mucha energía; un corte de cabello los transforma, las peluqueras asesinas están para asesinar todo aquello que te impide seguir adelante”, dicen.

El tema, cabe enfatizar, no es frívolo, esnob ni meramente funcional o estético, por el contrario, cada corte es una intervención, un performance, una práctica experimental artística, un ritual que inicia desde el momento en el cual se decide el corte de cabello; si parte de la iniciativa propia, se debe tener claro que se acude por un corte que implique una transformación; la cual generalmente será radical pues lo que distingue a La Peluquería es la originalidad de las “motiladas”; el otro camino es dejar la decisión a la sensibilidad, imaginación, creatividad e inspiración de la peluquera asesina en turno.

Entonces, el cliente instalado en el sillón de la “ejecución”, se abandona resignadamente sintiendo tan sólo que su cabello cae, y no se trata de una licencia poética porque literalmente no puede ver el proceso de cambio ya que, en el lugar, sólo hay un espejo que no está frente a las personas y el momento en que se utiliza, es sólo al final: “para sorprender” a los clientes con su transformación.

Pero no es sólo el cambio positivo que puede tener un corte de cabello en lo individual y que les “permite [a las personas] alterar su realidad por un instante, cambiar su imagen por un buen tiempo y tener una historia que contar para siempre”, como se puede leer en la página web de La Peluquería, sino que también el arte de intervenir el pelo considera un componente de acción social al que denominan Motilofs, es decir, cortar el cabello outdoors y de manera gratuita en plazas públicas, en las calles bogotanas, en las zonas de tolerancia, en los colegios, ferias y eventos diversos como parte de cierta reciprocidad con la sociedad.



**Andrés
López
Ojeda**

Semblanza 

“Motilamos a ricos, feos, pobres, peludos y tontos sin discriminación alguna. Nuestras manos son de tijeras y nuestras cabezas van siempre afiladas, cortamos melenas, rapamos gratis y motilamos hasta con los ojos cerrados. Somos un grupo de chicas exploradoras, un colectivo femenino que va creciendo y formándose a través de los laboratorios de tijeras en La Peluquería”



La misma Diana cuenta que en una ocasión, en la Plaza Botero, estuvieron toda la tarde cortando el cabello a la gente, para “acercarnos a la sociedad y con fines artísticos [...] Con las actividades que realizamos hemos logrado hacernos amigos de muchos habitantes de calle, que por esta zona hay bastantes; hemos podido generar lazos afectuosos, por ejemplo en una actividad les hicimos cortes con diseño gratis a varios habitantes de calle; ellos pensaron que por su condición no les íbamos a poner la misma atención que a otras personas y no fue así, pusimos mucho esmero y salieron contentos y entusiasmados”, señala.

Y es que, el aporte de La Peluquería como empresa creativa fue reconocido por el Ministerio de Cultura de Bogotá en 2011 mediante una Mención de Honor en el Premio de Nuevas Prácticas Artísticas, debido al trabajo innovador que, sitúa al corte de cabello a nivel de arte con un componente social (Motilofs), pero también, porque la versatilidad del uso de su espacio (cerca de 200 metros cuadrados) se ha convertido en un aparador para la difusión de otros artistas plásticos -diseñadores gráficos, modistas, artistas escénicos, artesanos, pintores, entre otros- pero, principalmente, para el colectivo de mujeres que lo integran quienes no son peluqueras profesionales sino creativas por convicción y formación, como Melissa Paevez -la dueña de La Peluquería-, quien es publicista; Juli es diseñadora y funge como maquilladora; Mary es diseñadora de plataforma y fotógrafa; Diana, la anfitriona, es socióloga; en tanto que Maru y Gaby son la coordinadora de ferias de arte y la productora, respectivamente.

La Peluquería se puede considerar, igualmente, un modelo de gestión cultural en donde se ha integrado exitosamente una política cultural de apoyo a los emprendimientos por parte del gobierno, a través de programas de apoyo a iniciativas novedosas y donde participa también el sector privado.

Para el caso de La Peluquería, recibieron un recurso por parte del Programa de la Alcaldía Mayor y la Cámara de Comercio, a través del Programa Bogotá Emprende, el cual está enfocado a ofrecer “servicios para la creación, crecimiento y consolidación de empresas sostenibles que contribuyan a generar empleo y desarrollo económico para mejorar la calidad de vida de los bogotanos”. Al respecto, nos cuenta Diana, se han involucrado en el proyecto más de 20 “peluqueras asesinas”, quienes aprendieron a cortar el cabello y, posteriormente, instalaron sus propios negocios.

Igualmente, en relación con el problema de la viabilidad de la empresa –quizá la mayor debilidad de muchas iniciativas culturales-, La Peluquería se puede considerar también un caso notable de autosustentabilidad. Para ello, ha sido capaz de integrar servicios complementarios bajo actividades fundamentalmente culturales. En específico, se manejan dos figuras legales más bien comerciales: corte de cabello y cafetería, cuyos ingresos constituyen el soporte básico para la realización del resto de los proyectos artísticos.

Esto es importante porque, al igual que sucede en el caso de México, existen muchas iniciativas que desarrollan un trabajo cultural muy importante pero tienen, predominantemente un giro comercial (cantinas donde se realizan presentaciones de libro; bares donde se presentan exposiciones de pintura; por ejemplo). Es decir, a pesar de que se encuentran acercando la cultura a públicos no

***La Peluquería se puede considerar, igualmente, un modelo de gestión cultural en donde se ha integrado exitosamente una política cultural de apoyo a los emprendimientos por parte del gobierno, a través de programas de apoyo a iniciativas novedosas y donde participa también el sector privado

tradicionales, cuentan con pocas facilidades y apoyos para continuar esta labor de manera que los auspicios desplegados por los dueños de los negocios se asumen como simple hobby o mecenazgo.

En este sentido, algunos bares de la Ciudad de México que fomentan la lectura, han solicitado que se les reconozca como “antros culturales”, es decir, como una nueva figura que permita contener el desbordamiento de la creatividad bajo la figura del emprendurismo cultural que también prolifera en nuestro país.

