

# Racismo, un tema que se combate en las peluquerías de Río de Janeiro - Noticias de Latinoamérica - Mundo

AFP

## Intentan desvirtuar la idea de que el pelo crespo es 'malo' y otros tabúes frente al tema 'afro'.

Nada como un buen peinado para combatir el racismo arraigado en una de las mayores potencias emergentes del mundo. En la periferia de Río de Janeiro, equipada con tijeras e hidratantes para el cabello, una red de peluquerías que se dedica exclusivamente a atender a negras y mulatas de clase baja y media experimenta un éxito fenomenal.

¿Cuál es la base del éxito de esta empresa que transforma el "afro" en rulos suaves y que niega categóricamente la afirmación popular de que el cabello crespo es "malo"?

'Usted es linda porque es negra'

"Este salón es para la consumidora olvidada, invisible, para levantar la autoestima de la clienta de bajos ingresos. Una mujer acostumbrada a servir, pero que merece ser servida y bien servida", explica la presidenta de la firma, Leila Velez, una mulata de 38 años que a los 16 ya era gerente de un McDonald's en Rio.

Velez fundó con dificultades 'Beleza Natural' (BN) hace 20 años junto a familiares. Hoy dirige las trece sucursales de la empresa y una fábrica de productos para el cabello, con 1.700 empleados. La fábrica produce cada mes 250 toneladas de productos para el cabello, incluido el "super relajante" de rulos creado por su cuñada Zica Assis, una exempleada doméstica que experimentó durante 10 años con frutas como el açaí en el patio de su casa, en una favela.

Los ingresos de BN, la mayoría de cuyos salones están situados en la periferia de Rio, han crecido en promedio un 30% anual en los últimos ocho años, según Velez, que no revela las ganancias de la empresa.

Su éxito es tal que caravanas de ómnibus con cientos de mujeres de otros estados llegan cada fin de semana para atenderse en sus salones. "El 100% de su éxito está ligado al tema de la raza. Existe en Brasil una carga cultural de mujeres negras que no aceptan su cabello porque no es liso, que es el ideal de belleza más conocido", dijo Víctor Cunha da Almeida, profesor de la escuela de negocios de la Universidad Federal de Rio de Janeiro y coautor de una tesis sobre BN y su apuesta por la "base de la pirámide" social, la clase C, que abarca a un 54% de la población.

"Y ahí está la diferencia de BN, que no quiere alisar el cabello, quiere relajarlo, suavizar los rulos. Le dice a la mujer: 'Usted es linda porque es negra, es linda porque tiene los cabellos así'". "Usaba siempre el cabello liso; aquí me convencieron de que mis rulos quedarían bonitos, y es más natural", afirma Bruna Mara, una clienta.

Princesas

"No había un lugar donde se tratara a una mujer negra de cabello crespo como a una princesa", señala el

profesor Cunha. Cuando uno entra al mundo de BN, decorado en rojo y rosa, lleno de espejos y focos, con flores frescas y café gratis, podría estar en cualquier barrio rico del mundo o en el escenario de una telenovela.

"Hay espejos de cuerpo entero porque muchas clientas no los tienen en sus casas", explica Velez. José Jorge de Carvalho, un antropólogo experto en temas raciales de la Universidad de Brasilia, señala que pese a ser visto en el extranjero como un ejemplo de diversidad, Brasil "es un país muy racista".

"Estas peluquerías son parte de un esfuerzo de combate al racismo para mejorar la autoestima de las mujeres negras de clase popular", afirma Carvalho, que deploró el extendido uso en Brasil de planchas de hierro para alisar el pelo, algunas de las cuales se calientan directamente sobre el fuego y "fríen el cabello".

#### Una nueva clase media

Actualmente, BN atiende a 90.000 mujeres por mes. "Esta es la nueva clase media produciendo para la nueva clase media", se congratuló Marcelo Neri, ministro interino de Asuntos Estratégicos. Los ingresos de negros y mulatos brasileños son los que han crecido más en Brasil entre 2001 y 2009, un 43% y 48%, respectivamente, contra un 21% para los blancos, según Neri, el mayor experto en la clase media brasileña.

No obstante, las desigualdades aún son enormes: 125 años después de la abolición de la esclavitud, los blancos en Brasil ganan en promedio casi el doble que los negros. Atenderse en BN es accesible, pero no barato. Cuesta 38 dólares (un 10% del salario mínimo) y para mantener el peinado en casa se requieren productos que cuestan 25 dólares mensuales. Pese a ello, la mayoría paga en efectivo, otra señal del aumento real de poder adquisitivo de la nueva clase media brasileña.

Un 50,7% de los 194 millones de brasileños son negros o mulatos, y los dueños de Beleza Natural (BN), esta peculiar red de peluquerías, estiman que el 70% de las brasileñas tienen el cabello crespo.

AFP