

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΟΣ.
ΕΥΘΡΑΥΣΤΕΣ ΙΣΟΡΡΟΠΙΕΣ ΑΝΑΜΕΣΑ
ΣΤΙΣ ΦΙΛΟΔΟΞΙΕΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΕΠΙΘΥΜΙΕΣ

Δήμητρα Κονδύλη

Η αντίληψη για την ομορφιά, την ευεξία και την υγεία χαρακτηρίζουν και επηρεάζουν τα πρότυπα κατανάλωσης σε κάθε εποχή και σε κάθε κοινωνία. Η ομορφιά του σώματος και του προσώπου συνδέθηκε με διάφορες δοξασίες, τη μαγεία και το «μιάνα»¹ και παρήγαγε προϊόντα ποικίλων μορφών τέχνης, από τα εκμαγεία του προκυκλαδικού πολιτισμού μέχρι τους αναγεννησιακούς πίνακες και τα γλυπτά του Μιχαήλ Αγγέλου, στα οποία η ομορφιά προέκυπτε, αφού πρώτα αποτύπωνε πάνω στο υλικό μια ιδέα, μια μορφή.² Κατά τον Έκο³ διαφορετικές αντιλήψεις για την ομορφιά αναπτύχθηκαν και συγκρούστηκαν όχι μόνο σε διαφορετικές χρονικές περιόδους και κοινωνίες, αλλά και κατά την ίδια χρονική περίοδο, εντός της ίδιας κοινωνίας. Φθάνοντας στον 21ο αιώνα, τα πρότυπα ομορφιάς τα οποία προβάλλουν και επιβάλλουν τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, εξειδικεύονται ανάλογα με την τάξη, την εκλεπτυσμένη η μη αισθητική, την ηλικία και άλλους παράγοντες. Τα πρότυπα αυτά συγκλίνουν στη διαμόρφωση του τριγώνου ομορφιά, υγεία, ευεξία που αποτελεί βασικό στόχο των σύγχρονων δυτικών κοινωνιών, τουλάχιστον, και διαμεσολαβούνται μεταξύ άλλων και από την επιστήμη και τέχνη της αισθητικής. Γράφοντας για τον καλλωπισμό με όρους του 19ου αιώνα, ο Baudelaire⁴ αναφέρει ότι «το καλό είναι πάντα το προϊόν μιας τέχνης». Ο καλλωπισμός υπηρετείται στις σύγχρονες κοινωνίες, μεταξύ άλλων και από το επάγγελμα της αισθητικού.

1. Mauss, 1990.

2. Έκο, 2004.

3. Έκο, 2004.

4. Baudelaire, 2009.

Η αισθητική στην Ελλάδα εμφανίζεται κατά τον μεσοπόλεμο, με τις πρώτες επαγγελματίες αισθητικούς οι οποίες προέρχονται από τη Γαλλία και εισάγουν στην τοπική κοινωνία γαλλικά προϊόντα περιποίησης για τον καθαρισμό προσώπου, την αποτρίχωση και το μασάζ. Η πελατεία τους προέρχεται από την υψηλή αστική τάξη, καθώς και από τον καλλιτεχνικό χώρο και είναι αποκλειστικά γένους θηλυκού. Με την πάροδο του χρόνου, τις συντελούμενες κοινωνικο-οικονομικές αλλαγές και την αλλαγή της θέσης της γυναίκας, διευρύνονται οι προσφερόμενες υπηρεσίες των «ινστιτούτων καλλονής», καθώς και η κοινωνικο-οικονομική προέλευση των γυναικών πελατών.⁵

Οι πρώτες ιδιωτικές σχολές μονοετούς φοίτησης για την απόκτηση διπλώματος αισθητικής ιδρύονται στην Ελλάδα το 1962, με σπουδαστές απόφοιτους του Εξαταξίου Γυμνασίου. Στη συνέχεια το 1963 ιδρύεται η Ένωση Διπλωματούχων Αισθητικών Ελλάδος με στόχο την κατοχύρωση των επαγγελματικών δικαιωμάτων και την έκδοση ειδικής άδειας άσκησης.⁶ Μόλις το 1969 με τον Νόμο 361/69 τίθενται οι προϋποθέσεις απόκτησης πτυχίου αισθητικού και άσκησης του οικείου επαγγέλματος. Το 1978, το επάγγελμα εντάσσεται στα επαγγέλματα υγείας στη σχολή Στελεχών Υγείας και Κοινωνικής Πρόνοιας, ενώ οι σπουδαστές εισάγονται στη σχολή μέσω των πανελληνίων εξετάσεων. Η φοίτηση είναι μεγαλύτερη των τριών ετών, συμπεριλαμβανομένης της πρακτικής άσκησης και οι εξετάσεις προσδίδουν πλέον στο επάγγελμα της αισθητικής τη σημασία και βαρύτητα των λοιπών επαγγελμάτων υγείας.⁷ Με την ίδρυση των ΤΕΙ το 1983 (Ν.1404/83), η Αισθητική εντάσσεται στη Σχολή Επαγγελμάτων Υγείας και Πρόνοιας του ΤΕΙ Αθήνας. Οι σπουδές στο Αισθητικής και Κοσμητολογίας σήμερα διαρκούν οκτώ εξάμηνα στα οποία οι σπουδαστές διδάσκονται θεωρητικά και εργαστηριακά μαθήματα, πραγματοποιούν

5. Gerson, 1994, όπως παραπέμπεται στο Σιδηροπούλου και Χαλόφτη, 2013.

6. Σε σχετικά αιτήματα του Συλλόγου προς το υπουργείο Κοινωνικής Πρόνοιας αναφέρεται ότι χρειάζεται «και εν Ελλάδι Ειδική Σχολή Αισθητικής, ανεγνωρισμένη, επιβλεπόμενη και ενισχυμένη υπό του Κράτους» και «να επιβληθεί όπως το επάγγελμα τούτο ασκείται εις ειδικά καταστήματα Αισθητικής από πάσης σχετικής πλευράς, ούτως ώστε να μη φθάσωμεν στο σημείο καθώς θα ασκείται το επάγγελμα μας υπό αισθητικών επισκεπτόμενων τους πελάτες των κατ' οίκων δίκης γυρολόγων». Gerson, 1994, στο Σιδηροπούλου και Χαλόφτη, 2013.

7. Ιστοσελίδα Τμήματος Αισθητικής και Κοσμητολογίας, ΤΕΙ Αθήνας <http://www.teiath.gr/seyp/aesthetics/articles.php?id=31952&lang=el>

πρακτική άσκηση κατά τη διάρκεια του τελευταίου εξαμήνου σπουδών και μπορούν να ιδρύσουν κέντρα ή/και εργαστήριο αισθητικής. Οι βασικότερες ειδικότητες των αισθητικών αποφοίτων ΤΕΙ περιλαμβάνουν δραστηριότητες όπως περιποιήσεις προσώπου και σώματος, χρήση μηχανημάτων και παρασκευή καλλυντικών προϊόντων, μακιγιάζ. Ένας ανερχόμενος τομέας είναι επίσης της κοινωνικής αισθητικής⁸ που συνιστά παροχή υπηρεσιών αισθητικής φροντίδας σε άτομα και ομάδες ανθρώπων οι οποίοι για λόγους κοινωνικούς, οικονομικούς, ψυχολογικούς και άλλους αδυνατούν να μεταβούν σε ινστιτούτα αισθητικής. Μεταξύ αυτών των ομάδων συγκαταλέγονται ασθενείς σε ψυχιατρικά νοσοκομεία, ένοικοι οίκων ευγηρίας και άλλων συναφών ιδρυμάτων, άτομα με χρόνιες ή νόσο σε τελικό στάδιο κ.ά.

Η ένταξη της αισθητικής στην τριτοβάθμια εκπαίδευση άνοιξε το πεδίο και σε άνδρες υποψηφίους των εισαγωγικών εξετάσεων οι οποίοι επιθυμούσαν να εισαχθούν σε σχολές όπως η φυσικοθεραπεία και η νοσηλευτική και δεν συγκέντρωσαν τα απαιτούμενα μόρια. Εισάγονταν στα τμήματα αισθητικής και κοσμητολογίας συνδυάζοντας στη συνέχεια την αισθητική με το εμπόριο προώθησης εξειδικευμένων προϊόντων.⁹ Σε καταγραφή του 2011¹⁰ οι άνδρες αισθητικοί αποτελούσαν το 2% των εργαστηριακών αισθητικών και εξακολουθούν να παραμένουν μειοψηφία. Σύμφωνα με τον Bourdieu¹¹ «δεν είναι τυχαίο ότι στην πράξη επιφυλάσσονται για τις γυναίκες επαγγέλματα προσφοράς υπηρεσιών και προσωπικών φροντίδων, κοινωνικοϊατρικές υπηρεσίες, εμπόριο προσωπικών φροντίδων, παλιό, όπως οι κομμώτριες, ή νέο, όπως οι αισθητικοί, και προπαντός οικιακές υπη-

8. Η Κοινωνική Αισθητική αποσκοπεί στη βελτίωση της ψυχικής υγείας των εξυπηρετούμενων, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της αυτοεκτίμησης των ατόμων που δέχονται τις περιποιήσεις, αλλά και στην κοινωνική αποδοχή των ατόμων αυτών από το περιβάλλον τους. Οι υπηρεσίες αισθητικής στους παραπάνω χώρους προσφέρονται εθελοντικά, και το ιδανικό θα ήταν η μελλοντική δημιουργία τομέα κοινωνικής αισθητικής σε αυτά τα ιδρύματα, όπου θα εργάζονται επαγγελματικά διπλωματούχοι αισθητικοί, με την ανάλογη εκπαίδευση για το συγκεκριμένο γνωστικό αντικείμενο.

9. Για τα επαγγελματικά δικαιώματα πτυχιούχων του Τμήματος Αισθητικής βλ. Π.Δ. 183/89, άρθρο 1 (ΦΕΚ 37/Α/7-2-89). Για τα περί ασκήσεως του επαγγέλματος βλ. Υπουργική Απόφαση ΑΠ Υ7/014/3971, τροποποίηση της Γ43/5258 αποφάσεως «Περί ρυθμίσεως λεπτομερειών του υπ' αριθμ. 361/69 (ΦΕΚ 433/Β/9-6-1994).

10. ΟΣΕΔΑΕ-Ομοσπονδία Συλλόγων Επαγγελματιών Διπλωματούχων Αισθητικών Ελλάδας, 2011.

11. Bourdieu, 2002.

ρεσίες που σωρεύουν τις δυο διαστάσεις του παραδοσιακού ορισμού των γυναικείων καθηκόντων, την υπηρεσία και το σπίτι».

Στην αγορά εργασίας δραστηριοποιούνται επίσης απόφοιτοι ιδιωτικών ή δημοσίων ΙΕΚ ως Ειδικοί Εφαρμογών Αισθητικής που μπορούν να εργαστούν σε κέντρα αισθητικής. Με τον Ν.3919/2011 θεσμοθετούνται δύο βασικές αλλαγές. Η ίδρυση κέντρου αισθητικής μπορεί να πραγματοποιηθεί από οποιονδήποτε επιχειρηματία, υπό την προϋπόθεση ότι θα απασχολεί πτυχιούχο αισθητικό, τερματίζοντας έτσι τον πρότερο περιορισμό σύστασης εταιρείας αποκλειστικά μεταξύ αδειούχων αισθητικών. Η διεύρυνση των εταιρικών σχημάτων, μεσούσης της οικονομικής κρίσης, φαίνεται ότι συνέβαλε και αυτή στον ανταγωνισμό και το κλείσιμο πολλών εργαστηρίων αισθητικής.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα, εν μέσω κρίσης, σε ένα περιρρέον οικονομικά ευάλωτο περιβάλλον θέτει αφ' εαυτής προκλήσεις και δυσκολίες ανεξαρτήτως του ιδίου του αντικειμένου της δραστηριότητας.¹² Σημειώνεται ότι σύμφωνα με δεδομένα για το δυναμισμό των επαγγελματιών, ο κλάδος της αισθητικής και της κομμωτικής παρουσιάζει σημαντική πτώση λαμβάνοντας υπόψη ένα σύνολο επιμέρους δεικτών.¹³ Οι αναμενόμενες, λόγω του πλαισίου, δυσκολίες επαυξάνονται στις περιπτώσεις γυναικών με παιδιά που πρέπει να ισορροπήσουν μεταξύ των επαγγελματικών τους υποχρεώσεων και της οικογενειακής ζωής.

1. Η έρευνα

Η μελέτη περίπτωσης για τις γυναίκες αισθητικούς και μπρέρες, απόφοιτες ΤΕΙ με δικό τους «εργαστήριο αισθητικής», όπως οι ίδιες οι αισθητικοί αποκαλούν το χώρο εργασίας τους, έθεσε ως ειδικότερους

12. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) που κλείνουν καθημερινά τα δύο τελευταία χρόνια τεκμηριώνουν την παραπάνω κατάφαση βλ. Ιούλιος 2016: Εξαμηνιαία αποτύπωση οικονομικού κλίματος στις μικρές επιχειρήσεις. Έρευνα ΓΣΕΒΕΕ (Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδος). Στο <http://www.gsevee.gr/meletes-2/701-2016>.

13. Δεδομένα του Εθνικού Ινστιτούτου Εργασίας και Ανθρώπινου Δυναμικού (2016). Τα δεδομένα παρουσιάζονται συνολικά για τα επαγγέλματα της κομμωτικής και αισθητικής, ωστόσο η μείωση του δυναμισμού αφορά σε αμφότερα τα επαγγέλματα.

στόχους τη διερεύνηση των επαγγελματικών επιλογών των γυναικών αυτών μεσούσης της κρίσης, των σχεδίων καριέρας και της πορείας της ζωής τους, καταγράφοντας το βίωμα του σύνθετου συνδυασμού επαγγελματικής και οικογενειακής σφαίρας, καθώς και τις επαγγελματικές προοπτικές τους για το μέλλον.

Ο πληθυσμός της έρευνας επελέγη με την τεχνική της χιονοστιβάδας. Τελικά διεξήχθησαν συνεντεύξεις με δέκα γυναίκες νεαρής σχετικά ηλικίας, οι οποίες έχουν παιδιά μικρής ηλικίας. Ειδικότερα, η ηλικία των συμμετεχουσών στην έρευνα κυμαίνεται μεταξύ 32 και 38 ετών, με εξαίρεση δύο αισθητικούς ηλικίας 46 και 50 ετών. Όλες οι συμμετέχουσες βρίσκονταν σε έγγαμη συμβίωση. Η πλειοψηφία των παιδιών (δώδεκα σε σύνολο δεκαέξι παιδιών) ήταν προσχολικής ηλικίας, ενώ οι επτά από τις δέκα συμμετέχουσες είχαν από δύο παιδιά. Διεξήχθη επίσης και μια συνέντευξη με κύρια πληροφορήτρια μέλος του Συλλόγου Διπλωματούχων Αισθητικών, οι πληροφορίες της οποίας ήταν καθοριστικές για τη χαρτογράφηση του χώρου έρευνας μας.

Ως προς το μέγεθος των εργαστηρίων και των ινστιτούτων των ερωτωμένων αισθητικών, αυτά συγκαταλέγονται στις μικρές επιχειρήσεις με μία ιδιοκτήτρια στις περισσότερες περιπτώσεις, ενώ σε τέσσερις περιπτώσεις τα κέντρα είχαν δύο ιδιοκτήτες και έναν ή δύο βοηθούς. Επίσης, σε δύο περιπτώσεις τα κέντρα συστεγάζονταν και συνεργάζονταν με ιατρό ή φυσικοθεραπευτή, συνεργασία που στηριζόταν σε οικογενειακούς δεσμούς. Σημειώνεται ότι για μεθοδολογικούς λόγους, απευθυνθήκαμε σε εργαστήρια και ινστιτούτα, τα οποία κατά την περίοδο της έρευνας διατηρούσαν ενεργή και δηλωμένη την επιχειρηματική δραστηριότητά τους.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μηνών Μαΐου-Ιουλίου 2016. Διεξήχθησαν συνολικά δέκα ημιδομημένες συνεντεύξεις στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, είτε δια ζώσης, είτε με απόσταση συνέντευξη μέσω «skype». Το ιδιαίτερα επιβαρυνόμενο πρόγραμμά των υποκειμένων της έρευνας και οι αυξημένες επαγγελματικές και προσωπικές τους υποχρεώσεις κατέστησαν δύσκολη την εξεύρεση διαθέσιμου χρόνου για την κάθε συνέντευξη. Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν σε διάφορες περιοχές της Αττικής, είτε σε κάποιο διάλειμμα μεταξύ των προγραμματισμένων επαγγελματικών τους ραντεβού, είτε το πρωί πριν την έναρξη της εργασίας τους, είτε αργά το βράδυ. Στη

διάρκεια όλων σχεδόν των συνεντεύξεων, η πίεση χρόνου εκ μέρους των ερωτωμένων ήταν εμφανής, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις οι συναντήσεις χρειάστηκε να μετατεθούν. Σε όλες τις περιπτώσεις η ανταπόκριση και συνεργασία κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων ήταν πολύ θετική.¹⁴

2. Ευρήματα

2.1. Κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτωμένων

Στη συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης οι γυναίκες επαγγελματίες που συμμετείχαν ήταν γυναίκες νέων σχετικά ηλικιών, οι οποίες έχουν παιδιά μικρής ηλικίας. Η ηλικία των γυναικών αυτών κυμαίνεται μεταξύ 32 έως 38 ετών, με εξαίρεση δύο αισθητικούς ηλικίας 46 και 50 ετών αντίστοιχα. Οι οκτώ συμμετέχουσες ήταν απόφοιτοι τμημάτων ΤΕΙ αισθητικής, ενώ δύο αισθητικοί ήταν απόφοιτοι ιδιωτικών σχολών. Όλες οι συμμετέχουσες βρίσκονταν σε έγγαμη συμβίωση. Η πλειοψηφία των παιδιών (δώδεκα σε σύνολο δεκαέξι παιδιών) ήταν προσχολικής ηλικίας και οι επτά από τις δέκα συμμετέχουσες είχαν από δύο παιδιά. Φαίνεται ότι η ηλικία, τα χρόνια άσκησης της επιχειρηματικής και επαγγελματικής δραστηριότητας, η ευρύτερη περιρρέουσα ατμόσφαιρα οικονομικής αβεβαιότητας και το επιστημονικό αντικείμενο του επαγγέλματος αποτελούν παράγοντες που καθορίζουν τη στάση των γυναικών αισθητικών όχι μόνο ως προς την αντιμετώπιση της παρούσας κατάστασης, αλλά και ως προς τις προοπτικές εξισορρόπησης επαγγελματικής και ιδιωτικής σφαίρας.

2.2. Η επιρροή της οικογένειας στην επιλογή του επαγγέλματος

Η επιλογή σπουδών, σε κάποιες περιπτώσεις, φαίνεται ότι επηρεάστηκε έντονα από το οικογενειακό περιβάλλον της ερωτώμενης και συναρτάται άμεσα με την επαγγελματική απασχόληση του στενού

14. Θα ήθελα να ευχαριστήσω τις αισθητικούς που συμμετείχαν στην έρευνα, καθώς και μέλη της Ομοσπονδίας Συλλόγων Διπλωματούχων Αισθητικών που βοήθησαν στην ανίχνευση του τοπίου.

οικογενειακού περιβάλλοντος. Σε τέσσερις περιπτώσεις, η μητέρα ή κάποια θεία (αδελφή των γονέων), που διατηρούν εργαστήριο αισθητικής, επιδρούν στην επιλογή σπουδών. Έτσι, πραγματοποιείται η μεταβίβαση, καταρχήν συμβολικά, του πολιτισμικού και κοινωνικού κεφαλαίου που εξασφαλίζει την οικογενειακή συνέχεια,¹⁵ και, κυριολεκτικά, η μεταβίβαση της επιχειρηματικής δραστηριότητας που περιλαμβάνει, αντίστοιχα, από το εργαστήριο αισθητικής ως υποδομή και πελατεία, προδιαγράφοντας την επαγγελματική τους τροχιά. Σε δύο μάλιστα περιπτώσεις, ενώ οι ερωτώμενες είχαν ολοκληρώσει σπουδές σε άλλο κλάδο, απέκτησαν ένα δεύτερο πτυχίο στο ΤΕΙ αισθητικής προκειμένου να αναλάβουν «στρωμένη επιχείρηση». Οι τέσσερις αυτές αισθητικοί δηλώνουν ικανοποιημένες από την επιλογή που έκαναν και μάλιστα φαίνεται να αισθάνονται μεγαλύτερη ασφάλεια σε σχέση με τις υπόλοιπες ερωτώμενες ως προς την άσκηση της επαγγελματικής δραστηριότητας και του μέλλοντος της επιχείρησής τους. Επίσης, στην περίπτωση, που το επάγγελμα του συζύγου ανήκει στα επαγγέλματα υγείας και που οι χώροι εργασίας τους συστεγάζονται, η κλίμακα των παρεχόμενων υπηρεσιών εμφανίζεται διευρυμένη.

Σε κάποιες άλλες περιπτώσεις, η πρώτη επιλογή δεν ήταν η φοίτηση στα τμήματα αισθητικής των ΤΕΙ και τούτο διότι, με βάση την ταξινόμηση των σχολών στις πανελλαδικές εξετάσεις, οι υποψήφιες είχαν προσπαθήσει να εισαχθούν στην ιατρική σχολή.¹⁶ Οι συγκεκριμένες περιπτώσεις δήλωσαν ευχαριστημένες και ικανοποιημένες από τις σπουδές τους, εφόσον σπούδασαν σε κλάδο των επιστημών υγείας, την αισθητική και κοσμητολογία. Κατά δήλωσή τους υπήρξαν πολύ καλές φοιτήτριες. Φαίνονται δε ιδιαίτερα καταρτισμένες και ενθουσιασμένες με το επιστημονικό κομμάτι της δουλειάς τους. Μεταξύ των αισθητικών δύο στις δέκα ήταν απόφοιτες ιδιωτικών σχολών με άδεια άσκησης επαγγέλματος. Στο λόγο τους περί επαγγελματικών προσόντων και δεξιοτήτων, οι απόφοιτες ΤΕΙ άφηναν να διαφαίνεται η υπεροχή της ανώτατης εκπαίδευσης σε σχέση με την εκπαίδευση στις ιδιωτικές σχολές:

«Έχω ήδη τέσσερα χρόνια κατάρτισης ως ΤΕΙ. Αντίθετα τα ΙΕΚ, από τα οποία προέρχονται κάποιοι συνάδελφοι έχουν χαμηλό

15. Bourdieu, 1999.

16. Η σχολή αισθητικής και κοσμητολογίας ανήκει στις επιστήμες υγείας.

επίπεδο. Άρα το επίπεδο γνώσεων και επαγγελματικών ικανοτήτων των ΤΕΙ είναι πολύ πιο υψηλό».

Οι αισθητικοί που συμμετείχαν στην έρευνά μας δεν έχουν παρόμοια κοινωνική προέλευση και το κοινωνικό τους κεφάλαιο ποικίλλει. Οι σύντροφοί τους, όπως και οι γονείς τους έχουν διαφορετικό εκπαιδευτικό επίπεδο και εντάσσονται σε διαφορετικές επαγγελματικές κατηγορίες. Σε τέσσερις περιπτώσεις, η επιλογή σπουδών φαίνεται ότι επηρεάστηκε έντονα από το οικογενειακό περιβάλλον των συμμετεχουσών στην έρευνα, συγκεκριμένα από την επαγγελματική απασχόληση γονέων ή στενών συγγενών. Στην περίπτωση αισθητικών που είχαν μητέρες που ασκούσαν ελεύθεριο επάγγελμα, φαίνεται ότι αυτές αναπαρήγαγαν το ίδιο μοντέλο λειτουργίας ζωής και οικογένειας:

«Θυμάμαι που έλεγα της μητέρας μου ότι εγώ δεν θα γίνω οδοντίατρος να δουλεύω τόσες ώρες και τώρα είμαι στην αιχμή του δόρατος με νταντάδες συνέχεια για το παιδί».

Οι ερωτώμενες ήταν διπλωματούχες αισθητικοί, οι οκτώ από τμήματα ΤΕΙ αισθητικής. Πέραν των σπουδών τους και της δραστηριότητάς τους ως αισθητικοί με δικό τους ινστιτούτο ή εργαστήριο, έχουν στην πλειοψηφία τους και άλλες σχετικές δραστηριότητες, εκτός ή εντός χώρου εργασίας, κυρίως εκείνες που εργάζονται λιγότερα χρόνια και διανύουν τη δεκαετία των τριάντα. Οι δραστηριότητες αυτές συνίστανται σε εκπαιδευτικές δραστηριότητες, όπως διδασκαλία σε σεμινάρια επιμόρφωσης οργανισμών επαγγελματικής κατάρτισης. Κάποιες εξ αυτών δραστηριοποιούνται ως «free lancers» σε παραγωγές τηλεοπτικών εκπομπών και συναφών δραστηριοτήτων. Επιδεικνύουν μια «πολυπραγμοσύνη» αντικειμένων και ενασχόλησης που φαίνεται να προέρχεται από την επιδίωξη αύξησης των εσόδων, καθώς και την ανάγκη εμπλοκής σε διαφορετικούς τομείς του επαγγέλματός τους. Είναι δε χαρακτηριστικό των νεότερων ηλικιών που μπορεί να ερμηνευθεί ως μέριμνα και επιθυμία εδραίωσης των επαγγελματικών τους διαπιστευτηρίων στο χρόνο. Επιχειρηματικοί λόγοι και ποικίλα επαγγελματικά ενδιαφέροντα δημιουργούν επίσης αυτόν το συνδυασμό που οφείλεται στην ηλικία της έντονης επαγγελματικής ανέλιξης.

2.3. Διαφοροποιήσεις ως προς την έναρξη της δραστηριότητας

Φαίνεται να υπάρχει μια διαχωριστική γραμμή στην περιγραφή των επαγγελματικών συνθηκών και της κατάστασης του επαγγέλματος ανάλογα με την ηλικία των ερωτώμενων και το χρονικό διάστημα που εργάζονταν. Δεδομένου ότι οι περισσότερες επαγγελματίες άρχισαν να δραστηριοποιούνται εντός της κρίσης, ο λόγος τους αποτυπώνει μια τάση συμβιβασμού με τα τρέχοντα δεδομένα. Οι επαγγελματίες με περισσότερα χρόνια υπηρεσίας αναπτύσσουν στρατηγικές που θα τους επιτρέψουν να επιβιώσουν της τωρινής κρίσης και εκφράζουν μεγαλύτερη απογοήτευση και ανησυχία για την παρούσα κατάσταση. Φαίνεται πως η οικονομική κρίση διχοτομεί το επάγγελμα στο «πριν» και το «τώρα». Η σχέση πελάτη – επαγγελματία καθορίζει την ίδια τη δραστηριότητα και φαίνεται ότι η συμπεριφορά των πελατών αλλάζει, αλλάζοντας και τις συνθήκες λειτουργίας της επιχείρησης. Η συγκρότηση της επαγγελματικής ταυτότητας της αισθητικού συγγενεύει με τα επαγγέλματα που ασκούν αμιγώς επιχειρηματική δραστηριότητα ως προς τον τρόπο που αντιλαμβάνονται το επάγγελμα και τις αξίες που εκφράζουν, όπως το να μην υπολογίζουν τις ώρες εργασίας, το να παρέχουν γενικευμένες συμβουλές επαγγελματικές και προσωπικές ταυτόχρονα, το να υπογραμμίζουν την πρωταρχική σημασία των «χεριών» στην άσκηση της εργασίας τους, το να εκφράζουν την επιθυμία να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση εξ αρχής.¹⁷

«Ακόμη και να ήξερα ότι θα ερχόταν τέτοια κρίση, δεν μετανιώω που έχω τη δική μου δουλειά. Παίρνω το χρόνο μου με τις πελάτισσες, δεν μπορείς να μετράς αν εκείνη έχει μια δύσκολη περίπτωση και πρέπει να αφιερώσεις παραπάνω χρόνο από συνήθως. Απλά τώρα με τις λιγότερες αμοιβές, γίνεται πιο συχνό και ο επαγγελματίας δυσκολεύεται πιο πολύ».

«Εμείς επιτελούμε και έργο πολλαπλό, καταφεύγουν σε μας για λίγη φροντίδα και ηρεμία και ξέρουμε ότι οι οικονομίες τους είναι πολύτιμες, όπως είναι και το δικό μας εισόδημα από αυτές. Εν μέσω κρίσης, αυτό που συνέβη είναι ότι οι συνθήκες έγιναν

17. Cochenne, 2001.

ιδιόρρυθμες, δύσκολες, περισσότερη δουλειά με λιγότερα χρήματα, πιο δύσπιστοι πελάτες, λιγότερο χαρούμενοι και πιο απαιτητικοί. Ακυρώνουν επίσης πολύ εύκολα τα ραντεβού σε σχέση με το παρελθόν».

Οι νεώτερες στο επάγγελμα αισιοδοξούν περισσότερο και θεωρούν ότι «θα υπάρχει πάντα δουλειά». Οι μεγάλες αλλαγές αφορούν στη μείωση της συχνότητας επισκέψεων και τη φύση των περιποιήσεων κυρίως κατά τους εποχιακούς μήνες, στον ανταγωνισμό με τους δερματολόγους που υπεισέρχονται σε πεδία της αισθητικής, [*«σε μένα θα κάνουν ενυδατώσεις ας πούμε, ενώ με την ίδια τιμή θα κάνουν μια επέμβαση botox από τον χειρουργό»*], στον ανταγωνισμό από τις μη δηλωμένες πλέον αισθητικούς που παρέχουν τις υπηρεσίες τους σε κατ'οίκον φροντίδα χωρίς το βάρος της δηλωμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας.¹⁸

Η παροχή υπηρεσιών αισθητικής αποτελούσε ανέκαθεν μια φροντίδα που παραμένει ιδιωτική, εκείνο που μετρά είναι το αποτέλεσμα:

«Η γυναίκα που έρχεται να την περιποιηθώ έχει εξοικονομήσει χρήματα από τις δικές της οικονομίες, χρήματα που δεν εμφανίζονται στον οικογενειακό προϋπολογισμό».

Όπως γράφει και ο ιστορικός Jablonka σε πρόσφατη μελέτη του «Όλοι πάνε, αλλά κανείς δεν μιλά για αυτό. Το ινστιτούτο αισθητικής είναι ένας ξεχωριστός κόσμος».¹⁹ Η κρίση επηρεάζει τόσο την ποσότητα όσο και την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών, την ποιότητα με την έννοια της παροχής ακριβών υπηρεσιών:

«Οι υπηρεσίες μας έχουν φτηνύνει πολύ, δεν μπορούμε να έχουμε ακριβές υπηρεσίες, άρα πέφτουμε σε πιο οικονομικές πελατείες».

18. Σε συνέντευξη με μέλη της Ομοσπονδίας Συλλόγων Διπλωματούχων Αισθητικών μας επισημάνθηκε επίσης ότι συνάδελφοι τους κλείνουν την επιχείρηση και συνεχίζουν την δραστηριότητα κατ'οίκον. Φαίνεται πώς αποτελεί πλέον πρακτική που εντάθηκε με τα πρόσφατα φορολογικά μέτρα και την συνέχιση της οικονομικής κρίσης

19. «Tout le monde y va, mais personne n'en parle. L'institut de beauté est un monde à part». Βλ. Jablonka, 2015, p. 32.

«Έχει πέσει πολύ η δουλειά και υπάρχει πολύ ανταγωνισμός, αυτό επηρεάζει. Το σκέφτονται να δώσουν αυτά τα χρήματα, προσπαθούν μόνες τους να φτιάξουν το πρόσωπό τους. Θα έρθουν και σε μας, αλλά πιο αργά, κοιτάνε τα πρωτεύοντα, τις ανάγκες».

Όταν έχουν αρχίσει την επαγγελματική δραστηριότητα εν μέσω κρίσης η εμπειρία τους και η πρόσληψη της κρίσης εκφέρεται με άλλους όρους:

«Επειδή άνοιξα το 2009 αναγκαστικά υπήρξε άνοδος, οπότε δεν μπορώ να σχολιάσω την κρίση, εργάζομαι μέσα σε αυτήν. Αρχισα με ένα μόνο πελάτη και στη συνέχεια υπήρξε συνεχής άνοδος. Δεν είχα όμως ποτέ μεγάλα κέρδη, όπως οι παλιότερες αισθητικοί».

«Οι τιμές έχουν αλλάξει, έχουν πέσει αρκετά, πάμε στο άλλο άκρο».

Στο πεδίο της αισθητικής υπεισέρχονται σήμερα και νέοι πρωταγωνιστές. Ιατρικές ειδικότητες, όπως αυτή του πλαστικού χειρουργού ή του δερματολόγου, δημιουργούν νέα δεδομένα στο πεδίο του ανταγωνισμού και των επιχειρηματικών στρατηγικών και πρακτικών. Η κρίση εντείνει αυτόν τον ανταγωνισμό, διότι η πελατεία αναζητά γρήγορα αποτελέσματα με μια χειρουργική επέμβαση ή μέσω των μηχανημάτων laser και εν γένει τεχνολογικού εξοπλισμού του οποίου τον χειρισμό αναλαμβάνουν οι δερματολόγοι. Δύο από τις συνηθέστερές μας συνεργάζονται και συστεγάζονται είτε με δερματολόγο, είτε με φυσικοθεραπευτή, διότι ανήκουν στην ίδια οικογένεια. Ως αποτέλεσμα της συνένωσης των ειδικοτήτων διευρύνεται η πελατεία τους. Εξαιτίας αυτού του ανταγωνισμού κάποιες αισθητικοί πέτυχαν να μεταβάλουν την αδυναμία σε ευκαιρία εξοπλίζοντας το εργαστήριο αισθητικής με μηχανήματα και στελεχώνοντας την επιχείρησή τους με εκπαιδευόμενες σε νέες τεχνικές. Αξιοποιώντας τους παραπάνω αναδυόμενους τομείς και κλάδους των επιστημών υγείας, φαίνεται ότι ανοίγουν νέες προοπτικές στην επαγγελματική τους δραστηριότητα που προσδίδουν κοινωνικό χαρακτήρα στις παρεχόμενες από αυτές υπηρεσίες. Τέτοιο παράδειγμα είναι η ανάδυση, τα τελευταία

χρόνια, της κοινωνικής αισθητικής, της παροχής περιποιήσεων σε οίκους ευγηρίας, σε ασθενείς για λόγους υγείας καθώς και περιποιήσεις σε άτομα, κυρίως γυναίκες που έχουν υποβληθεί σε θεραπείες αντιμετώπισης του καρκίνου.

2.4. Το σχέδιο ζωής και καριέρας

Το σχέδιο ζωής των γυναικών επαγγελματιών αισθητικών σκιαγραφείται τρισδιάστατα, μέσω του επιθυμητού αριθμού παιδιών, του ρόλου του συζύγου στη ρύθμιση της καθημερινότητας και της αναζήτησης ισορροπιών ανάμεσα στην οικογενειακή και επαγγελματική σφαίρα.

α) *Ο επιθυμητός αριθμός παιδιών*: Η πλειοψηφία των αισθητικών διανύει την τρίτη δεκαετία ζωής, περίοδο που σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία²⁰ είναι καθοριστική ως προς την επαγγελματική ανέλιξη και πληρότητα της προσωπικής ζωής, καθώς και τη δρομολόγηση του σχεδίου ζωής και καριέρας. Το γεγονός αυτό επηρεάζει την οπτική τους και την αφήγηση σε ό,τι αφορά το πλάνο ζωής και καριέρας. Η προσέγγιση που έχουν ως προς το επάγγελμα και την επιχειρηματική τους δραστηριότητα έχει έντονο το στοιχείο του πειραματισμού και νέες ιδέες, ενώ ταυτόχρονα υποδηλώνει την ανησυχία τους ως προς το αν θα καταφέρουν να εκπληρώσουν τα σχέδια τους. Στο λόγο τους συνυπάρχει ο ντετερμινισμός της εδραίωσης της επαγγελματικής δραστηριότητας και ταυτόχρονα η αμφιβολία για τη διασφάλιση αυτής της ισορροπίας. Όντας σε παραγωγική ηλικία οι συμμετέχουσες κατανοούν ότι τα χρόνια που διανύουν είναι αποφασιστικά για την παγίωση ή διεύρυνση του οικογενειακού σχήματος. Πρόκειται, δηλαδή, για ένα «ανοιχτό» ακόμη ζήτημα, το οποίο ενισχύεται από τη συγκυρία της σχέσης συμβίωσης με σύντροφο για όλες τις ερωτώμενες, την μικρή ηλικία των παιδιών τους, καθώς και την παραγωγική ηλικία των ιδίων.

Στο λόγο τους ο κυριότερος παράγοντας ρύθμισης και αποκρυστάλλωσης του αριθμού παιδιών φαίνεται πως είναι οι αυξημένες επαγγελματικές υποχρεώσεις, οι μειωμένες αποδοχές σε συνάρτηση με τις συνεχώς αυξανόμενες ώρες εργασίας, καθώς και το ευρύτερο περιβάλλον της τρέχουσας οικονομικής κρίσης. Αδιαμφισβήτητο εύρημα

20. Clark, 2001, Pickard, 2016.

αποτελεί η διαχωριστική γραμμή μεταξύ εκείνων που έχουν αποφασίσει και έχουν θέσει ως προτεραιότητα την ανάπτυξη και εδραίωση της επαγγελματικής τους δραστηριότητας με την επένδυση πόρων και ανάλογων δυνάμεων σε αυτό το στόχο σε σχέση με εκείνες που την ίδια περίοδο θέτουν ως προτεραιότητα την προσωπική, οικογενειακή σφαίρα και αφιερώνουν χρόνο στην ανατροφή του/των παιδιού/ών τους και την πιθανή απόκτηση και άλλου παιδιού. Η επιχειρηματική δραστηριότητα και στην περίπτωση της δεύτερης κατηγορίας δεν σημαίνει διακοπή της επαγγελματικής δραστηριότητας τους, αλλά «συντήρηση της πελατείας μου χωρίς να αναζητώ νέα πελατεία και υπηρεσίες, να μεγαλώσουν τα παιδιά». Συγχρόνως, όμως, αναδύονται και εσωτερικές αντιφάσεις:

«Θα ήθελα να εξελιχθώ, να αποκτήσω κάποια περαιτέρω εξειδίκευση, έτσι ώστε να εξασφαλίσω καλύτερα τη ροή πελατών, να είμαι ανταγωνίσιμη».

Κάποιες γυναίκες αισθητικοί αποφασίζουν συνειδητά να αναστείλουν για συγκεκριμένη περίοδο τα επαγγελματικά ή εκπαιδευτικά τους σχέδια «υπαναχωρούν για λίγο», προκειμένου να ανταποκριθούν στις οικογενειακές ανάγκες. Την συνειδητή αυτή επιλογή της προσωπικής και οικογενειακής ζωής έναντι της επαγγελματικής, εκλογικεύουν θεωρώντας ότι «μεγαλώνοντας τα παιδιά, η δουλειά θα πάει καλύτερα. Τώρα δεν νομίζω ότι έχω χρόνο για κάτι παραπάνω». Στην αντίθετη όχθη, οι ερωτώμενες που προκρίνουν την επαγγελματική σφαίρα και το σχέδιο καριέρας έχουν ήδη αποφασίσει τη σταθεροποίηση του οικογενειακού σχήματος:

«Δεν πάω για δεύτερο παιδί με τίποτα, είμαι πωρωμένη με τη δουλειά μου. Εννοείται όμως ότι με κόβει η απόφαση γιατί ήθελα πολλά παιδιά, στην πορεία όμως είδα ότι δεν γίνεται, γιατί ήδη ο μικρός μου με αποζητά παρόλο που ο τόπος εργασίας μου είναι στο ίδιο κτίριο».

«Έχω ενοχές γιατί νοιώθω ότι δεν δίνω όσα θα ήθελα στα παιδιά. Επειδή την αγαπάω πολύ τη δουλειά, νοιώθω ότι, όταν φεύγω, ξεφεύγω, αφήνω τη μπτέρα πίσω».

Και στις δύο επιλογές ζωής ασκείται έντονη κριτική στην ανεπαρκή υποδομή σε δημόσιους βρεφονηπιακούς σταθμούς που θα υποστήριζαν τις γυναίκες αυτές και τις οικογένειές τους:

«Λες και με τιμωρούν με τα ωράρια που έχουν, μα οι παιδικοί σταθμοί είναι τελικά για μη εργαζόμενες;»

«Η μητέρα μου εργάζεται, δεν έχω πεθερά και άρα δεν υπάρχει κάποιος να κρατά το παιδί, δεν έχω πλέον τη δυνατότητα να έχω baby sitter κατ'οίκον».

Το αίσθημα ότι, μαζί με τη μητρότητα και την ευθύνη των παιδιών, συνυπάρχει και η μέριμνα φύλαξής τους ως καθαρά ιδιωτική ευθύνη και υπόθεση εκφράζεται από το σύνολο σχεδόν των ερωτώμενων. Επίσης το γεγονός ότι οι νεώτερες σε ηλικία συμμετέχουσες άρχισαν την επαγγελματική τους δραστηριότητα εντός της κρίσης λειτούργησε εξ αρχής αποτρεπτικά ως προς τη δυνατότητα εξασφάλισης αμειβόμενων υπηρεσιών κατ'οίκον φροντίδας των παιδιών βρεφικής ηλικίας. Έτσι, όταν οι ανιόντες συγγενείς δεν είναι παρόντες, η επιθυμία περιορίζεται, συνυπολογίζοντας επίσης το γεγονός ότι καμία εκ των ερωτώμενων δεν διέκοψε την εργασία της κατά την κύηση ή την περίοδο λοχίας πέραν των είκοσι ημερών. Αντίθετα, οι ερωτώμενες μεγαλύτερης ηλικίας, οι οποίες ανέθρεψαν τα παιδιά τους σε ευνοϊκότερη κοινωνικο-οικονομική συγκυρία είχαν σταθερή βοήθεια στη φροντίδα του σπιτιού.

Το ίδιο το επάγγελμα απαιτεί φυσική αντοχή ως σημαντικό προσόν για αποτελεσματική άσκηση της δραστηριότητας και, ως εκ τούτου, το προσόν αυτό φαίνεται να βαρύνει σε κάποιο βαθμό στην τελική επιλογή προτεραιοτήτων:

«Η πελάτισσα έρχεται να την φροντίσεις, να ασχοληθείς μαζί της, να μην σε αποσπά τίποτε άλλο, να αποπνέεις και να παρέχεις ηρεμία και ομορφιά».

Όλες οι επαγγελματίες με τις οποίες συνομιλήσαμε αισθάνονται κινητοποιημένες απέναντι στις ανάγκες των πελατών τους. Όταν μιλούν μάλιστα για την γυναικεία πελατεία, υπάρχει μεγαλύτερη ταύτιση αφε-

νός γιατί κτίζουν μια σχέση που κρατά τις πελάτισσες στο συγκεκριμένο ινστιτούτο και αφετέρου γιατί και οι πελάτισσες αυτές φροντίζουν κατά τη διάρκεια της ημέρας άλλα εξαρτώμενα μέλη, παιδιά ή γονείς. Από αυτήν τη σκοπιά, η αισθητικός, παρέχοντας υπηρεσίες αισθητικής φροντίδας, δημιουργεί ταυτόχρονα κοινωνικούς δεσμούς.²¹ Οι θεραπείες ομορφιάς συνδέονται με το σώμα και τα συναισθήματα και για το λόγο αυτό μπορεί να εκληφθούν ως μια μορφή «συναισθηματικής εργασίας».²²

Πέραν των τεχνικών και εξειδικευμένων γνώσεων, η ικανότητα επαφής, πειθούς και ηρεμίας που αποπνέει ο χώρος εργασίας προσελκύει ή απωθεί τους πελάτες. Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων οι γυναίκες αισθητικοί με τις οποίες συνομιλήσαμε επανέρχονται κατ'επανάληψη όλες στο θέμα της εμπιστοσύνης που αναπτύσσεται ανάμεσα στην πελατεία και την επαγγελματία και τούτο ανεξαρτήτως της συχνότητας επισκέψεων. Ένα χαρακτηριστικό που δεν άλλαξε κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης είναι η σχέση με τον πελάτη και η ανάγκη εξασφάλισης σταθερής σχέσης:

«Η σχέση με τον πελάτη σταματάει να είναι πελατειακή, γίνεται προσωπική».

Η κρίση φαίνεται πως επηρέασε την κερδοφορία των εργαστηρίων και ινστιτούτων αισθητικής ως προς τη συχνότητα και το είδος των υπηρεσιών που ζητούνται. Τις προκλήσεις αυτές αντιμετωπίζουν οι ερωτώμενες με ανάπτυξη της επιχειρηματικής τους πρωτοβουλίας. Είτε δραστηριοποιούνται πολλά χρόνια, είτε λιγότερα, οι επαγγελματίες αισθητικοί προσπαθούν να βελτιώνουν τις παρεχόμενες υπηρε-

21. Jablonka, 2015.

22. Η Α. Hochschild (1983) στο βιβλίο της *The Managed Heart* εισάγει τον όρο «συναισθηματική εργασία» (emotional labour), δουλειά δηλαδή που κινητοποιεί τα συναισθήματα, ως μέρος της μισθωτής εργασίας σε επαγγέλματα που παρέχουν προσωπικές υπηρεσίες όπως αυτά των αεροσυνοδών στις αεροπορικές εταιρείες, ή των υπαλλήλων υπηρεσιών εστίασης και συναφών δραστηριοτήτων που καλούνται «να επενδύσουν» στην επαγγελματική τους δραστηριότητα και τα συναισθήματά τους. Παρατηρείται δε συνεχής αύξηση επαγγελμάτων αυτού του τύπου και μάλιστα αυτών που υπερεκπροσωπούνται από γυναίκες. Βλ. A Dictionary of Sociology 1998, originally published by Oxford University Press. Στο <http://www.encyclopedia.com/social-sciences/dictionaries-thesauruses-pictures-and-press-releases/emotional-labour>

σίες, να αποκτήσουν κάποια εξειδίκευση αντικειμένου περιποίησης ή να συνεργάζονται με άλλες ειδικότητες στο χώρο του εργαστηρίου τους. Οι τρεις από τις δέκα αισθητικούς συστεγάζονται με ιατρό ή φυσικοθεραπευτή (οι δυο εξ αυτών), ενώ η τρίτη περίπτωση έχοντας και τα δυο πτυχία μπορεί να καλύπτει περιποιήσεις φροντίδας που αξιοποιούν και τις ιατρικές γνώσεις. Η κρίση μείωσε, σε κάποιες περιπτώσεις, τον αριθμό των επαγγελματιών και βοηθών που απασχολούνταν στην επιχείρηση. Βοηθοί αισθητικοί απασχολούνταν σε τρεις εκ των δέκα περιπτώσεων, αναλαμβάνοντας ταυτόχρονα και καθήκοντα γραμματείας.

Οι νεώτερες επαγγελματίες άρχισαν τη δραστηριότητα τους χωρίς προσωπικό ή σε συνεργασία με συγγενικό πρόσωπο, αναλαμβάνοντας στην πραγματικότητα τη διαδοχή της επιχείρησης με τη μεσολάβηση ενός διαστήματος κατά το οποίο συνεργάζονταν μεταξύ τους και η πελατεία εξοικειώνονταν με την αλλαγή. Άλλος τρόπος εξοικονόμησης πόρων, τόσο σε επίπεδο προσωπικής, όσο και επαγγελματικής σφαίρας, είναι η στρατηγική που ακολουθούν οι νέες επαγγελματίες-μπτέρες. Συγκεντρώνουν τα ραντεβού μετά το μεσημέρι, έτσι ώστε το πρωί να ασχολούνται με τις οικογενειακές υποχρεώσεις και από το μεσημέρι έως το βράδυ να εργάζονται στο εργαστήριο αισθητικής. Κατά τις ώρες της επαγγελματικής απασχόλησης ο σύντροφος, κάποια τροφός ή συγγενικό πρόσωπο, αναλαμβάνει τη φύλαξη του/των παιδιού/ών. Ο χώρος εργασίας των γυναικών αισθητικών με τις οποίες συνομιλήσαμε βρίσκεται συνήθως είτε στο ίδιο κτίριο, είτε σε πολύ κοντινή απόσταση για την εξοικονόμηση χρόνου και την αντιμετώπιση του «απρόβλεπτου», ενός ραντεβού που ακυρώνεται, μιας ξαφνικής αδιαθεσίας του παιδιού. Υπάρχει, δηλαδή, αλληλεπίδραση ανάμεσα στα συστήματα της οικογένειας και της εργασίας²³ τα οποία, ήδη από τη δεκαετία του 1980, σε κάποιες ερευνητικές προσεγγίσεις προσδιορίζονται ως «ανοιχτά συστήματα».²⁴

Οι επαγγελματίες αισθητικοί είναι επιφορτισμένες με υποχρεώσεις που απορρέουν από την εργασιακή τους δραστηριοποίηση με αυξημένες ευθύνες, ενώ παράλληλα στην οικογενειακή σφαίρα αναλαμβάνουν το μεγαλύτερο βάρος, τουλάχιστον κατά τις εργάσιμες ημέρες. Η επιμονή τους και η επίτευξη τελικά διατήρησης της ανε-

23. Clark, 2000.

24. Katz and Kahn, 1978.

ξάρτητης εργασία τους εν μέσω κρίσης οφείλονται, σύμφωνα με τα λεγόμενά τους, στην ευελιξία προγραμματισμού και στην αυτονομία των επιχειρηματικών τους κινήσεων. Αναπτύσσουν, δηλαδή, στρατηγικές επί τούτου ή βάσει σχεδιασμού, ακροβατώντας σε «τεντωμένο σχοινί». Τα συμπεράσματα αυτά συνάδουν με αντίστοιχα ευρήματα στη διεθνή βιβλιογραφία. Σε μελέτες που ασχολούνται με μισθωτές εργαζόμενες και μητέρες μικρών παιδιών αναδύεται ότι, σε επιχειρήσεις που παρείχαν εποχική ευελιξία σε νέες μητέρες, η ευελιξία αυτή επέδρασε θετικά στην αύξηση της παραγωγικότητάς τους καθώς και του αισθήματος ικανοποίησης που ένοιωθαν στον χώρο εργασίας τους.²⁵ Στην περίπτωση μας δεν πρόκειται για μισθωτές, αλλά αυτοαπασχολούμενες και επιχειρηματίες που επιλέγουν την ευελιξία ρύθμισης της επαγγελματικής και οικογενειακής σφαίρας προκειμένου να επιβιώσουν επαγγελματικά και να ανταποκρίνονται στις οικογενειακές υποχρεώσεις.

β) Ο ρόλος του συζύγου στη ρύθμιση της καθημερινότητας. Στις περισσότερες περιπτώσεις, σύμφωνα με τις ερωτώμενες, το ζευγάρι συνεισφέρει ισότιμα στο οικογενειακό εισόδημα. Η διαχείριση, όμως, της καθημερινότητας και των πρακτικών διευθετήσεων δεν συνεπάγονται αντίστοιχο ισότιμο καταμερισμό, συνήθως γιατί οι σύντροφοι εργάζονται σε μακρινή από τη συζυγική εστία απόσταση με αποτέλεσμα η συνδρομή τους να περιορίζεται στις βραδινές ώρες. Αντίθετα, η κατανομή των υποχρεώσεων και ευθυνών είναι συνήθως πιο ισότιμη κατά τη διάρκεια του Σαββατοκύριακου. Σε δύο περιπτώσεις αξίζει να σημειωθεί ότι οι σύζυγοί τους άλλαξαν θέση απασχόλησης και μετακινήθηκαν σε μισθωτές θέσεις εργασίας, προκειμένου να συμμετέχουν πιο ενεργά στη φύλαξη και ανατροφή των παιδιών τους, καθώς οι γυναίκες αισθητικοί σύντροφοι τους διένυσαν τον πρώτο χρόνο λειτουργίας των εργαστηρίων τους. Ακόμα και στην περίπτωση που οι σύντροφοι παρουσιάζονται υποστηρικτικοί σε ό,τι αφορά τα επαγγελματικά τους σχέδια, στο τέλος της ημέρας, όπως αποτυπώνεται μέσα από τη διήγησή τους, οι γυναίκες αισθητικοί νεώτερης ηλικίας νιώθουν και αυτές ότι έχουν καταβάλει την ίδια προσπάθεια με τις υπόλοιπες.

25. Clark, 2001.

γ) Σε αναζήτηση ισορροπιών ανάμεσα στην οικογενειακή και επαγγελματική σφαίρα. Το επάγγελμα της αισθητικού, σύμφωνα με τις συμμετέχουσες στην έρευνα, απαιτεί γνώσεις, φυσική αντοχή, ειλικρίνεια, ευγένεια, διακριτικότητα, επικοινωνιακή δεινότητα, ειλικρίνεια προκειμένου να ανταποκριθούν με επιτυχία στον επαγγελματικό τους ρόλο. Μετακινούνται συνεχώς ανάμεσα στο ρόλο του επαγγελματία και της μητέρας, «ακροβατώντας ανάμεσα στα ραντεβού και τα μπιμπερό». Το σύνθετο δίπολο παιδιά-οικογένεια από τη μία πλευρά και πελάτες από την άλλη, στο τέλος της ημέρας «έχει απομυζήσει όλη την ενέργεια». Ο τελικός απολογισμός, άλλοτε γέρνει υπέρ των οικογενειακών υποχρεώσεων και άλλοτε υπέρ των επαγγελματικών, προσπαθώντας το ακατόρθωτο, να είναι όλοι ικανοποιημένοι.

Η καθημερινότητα, κάποιες φορές, φαντάζει διαχειρίσιμη, ελεγχόμενη και, κάποιες άλλες, δημιουργεί συναισθήματα ματαίωσης και απογοήτευσης, όταν οι ερωτώμενες αισθάνονται πως δεν πληρούν ικανοποιητικά κανένα ρόλο, ούτε αυτόν της εργαζόμενης, ούτε της μητέρας και συντρόφου. Αυτή τη ματαίωση δεν τη βιώνουν ως απόρροια σύγκρουσης ρόλων, αλλά ως απόρροια αδυναμίας να ανταπεξέλθουν στους πολλαπλούς ρόλους, μέχρις ότου συμβιβαστούν με την ιδέα ότι «η τακτοποίηση του σπιτιού» θα υποβιβαστεί στην ιεράρχηση των προτεραιοτήτων για τις «δύο επόμενες ημέρες» έναντι των υπολοίπων υποχρεώσεων. Το τίμημα, σε κάποιες εκ των περιπτώσεων, είναι έντονες εκδηλώσεις άγχους και δερματικά νοσήματα. Στις περιπτώσεις συνδρομής από τα άτυπα συγγενικά δίκτυα ή από αμειβόμενες υπηρεσίες, η σωματική κόπωση υποχωρεί παραχωρώντας, παρά ταύτα, τη θέση της στις «τύψεις και ενοχές» ως προς την οικογένεια, και στην «ικανοποίηση» ως προς την επαγγελματική δραστηριότητα. Εντούτοις, σε καμία από τις δύο περιπτώσεις δεν υπάρχει η έννοια του ελεύθερου χρόνου.

Η αφήγηση για το πρόγραμμα μιας καθημερινής ημέρας είναι χαρακτηριστική:

«Ξυπνάω στις 6 και μισή το πρωί που ετοιμάζεται να φύγει ο σύζυγός μου. Εγώ σηκώνομαι στις επτά η ώρα. Αν ξυπνήσει το παιδί μαζί μου είναι δύσκολα. Αν δεν ξυπνήσει, θα φάω πρωινό, θα βαφτώ και θα ετοιμαστώ για να έρθει η κοπέλα που φυλά το παιδί μου για να κατέβω στη δουλειά. Αν έχει ξυπνήσει η μι-

κρή, θα ετοιμάσω πρώτα το παιδί και το πρωινό του και μετά θα ετοιμαστώ. Εργάζομαι μέχρι το απόγευμα στις πέντε – προσπαθώ να βάζω κενό πέντε με έξι που φεύγει η νταντά και έρχεται ο σύζυγός μου, γιατί, αν καθυστερήσει, τότε δεν υπάρχει κάποιος να φυλάξει το παιδί. Και μετά συνεχίζω από τις έξι και όσο πάει. Δουλεύουμε επίσης περισσότερο απόγευμα».

Κοινωνικές σχέσεις δεν χωρούν μέσα στην εβδομάδα και σπανίως το Σαββατοκύριακο, όσο τα παιδιά είναι μικρά. Πολλές φορές οι επαγγελματίες αισθητικοί με τις οποίες συνομιλήσαμε μπορεί να δεχθούν ραντεβού και αργά το βράδυ. Σε αυτές τις περιπτώσεις, ο σύντροφος συνήθως αναλαμβάνει τη φροντίδα του παιδιού/ών. Η περίοδος θηλασμού υπήρξε επίσης μια περίοδος συνεχών διευθετήσεων, όπως αφηγούνται κάποιες μπτέρες, γιατί οι περισσότερες εξ αυτών δεν μπορούσαν να διακόψουν για ικανό αριθμό μηνών την επαγγελματική τους δραστηριότητα.

Η έμμισθη βοήθεια στο σπίτι είναι λιγότερο συχνή στην καθημερινότητα των ερωτώμενων. Λόγω της οικονομικής κρίσης η βοήθεια αυτή έχει αντικατασταθεί, σε αρκετές περιπτώσεις, από τη συνδρομή ενός μέλους της οικογένειας, μπτέρας ή πεθεράς ή του συντρόφου αποκλειστικά με συνδυασμό ωραρίων. Η συνδρομή του συντρόφου απαντάται στις επαγγελματίες αισθητικούς που προκρίνουν την οικογενειακή από την επαγγελματική σφαίρα κατά την παρούσα φάση.

2.5. Οι προοπτικές

Η αρχική τοποθέτηση όλων των ερωτώμενων ως προς τις προοπτικές του κλάδου προτάσσει τις οικονομικές δυσκολίες και τη δυσπραγία του κοινωνικού σώματος εκφράζοντας παράλληλα την ελπίδα ότι η γυναικεία πελατεία θα αναζητά πάντα τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Ένα επιπλέον πλεονέκτημα αποτελεί η αύξηση της ανδρικής πελατείας, καθώς προκύπτει ότι οι άνδρες είναι συνεπείς στις προγραμματισμένες συναντήσεις, σταθεροί στη συχνότητα των επισκέψεων τους, δεν αλλάζουν επαγγελματία και γνωρίζουν τι θέλουν. Η πρόσφατη κρίση ρευστότητας τον Αύγουστο 2015, οι συνεχείς αυξήσεις των παγίων δαπανών και της φορολογίας στις παρεχόμενες υπηρεσίες, όπως το 24% στον ΦΠΑ, επιβαρύνουν τις λειτουργικές δαπάνες των εργαστη-

ρίων αισθητικής και αυξάνουν τις ώρες εργασίας προκειμένου οι γυναίκες αισθητικοί να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις τους. Εκ των πραγμάτων αναγκάζονται να προβούν πλέον και σε διευκολύνσεις πληρωμής προς τους πελάτες τους.

Ο αθέμιτος ανταγωνισμός απαντάται συχνά στο λόγο τους και συνδέεται έμμεσα ή άμεσα με τις προοπτικές επιβίωσης τους, όπως και εν γένει με τις προοπτικές του κλάδου. Στον αθέμιτο ανταγωνισμό περιλαμβάνονται η παροχή υπηρεσιών από μη πιστοποιημένους επαγγελματίες που έχουν μερίδιο στην αγορά και ο αυξανόμενος αριθμός των μη δηλωμένων αισθητικών που παρέχουν τις υπηρεσίες τους στους πελάτες κατ'οίκον χωρίς το βάρος της δηλωμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας,²⁶ εν μέρει λόγω της οικονομικής κρίσης.

Οι ερωτώμενες αμύνονται διατηρώντας την επιθυμία πραγμάτωσης των επαγγελματικών τους στόχων και αναπτύσσοντας νέες στρατηγικές επιλογές. Κάποιες αποφάσισαν να μην αποκτήσουν δεύτερο παιδί, ώστε να επενδύσουν περισσότερο χρόνο στην εργασία τους, ενώ σε άλλες περιπτώσεις περιορίζουν το «ρίσκο» διατηρώντας μια σταθερή, αλλά περιορισμένη πελατεία, χωρίς πρόσθετες επενδύσεις όπως, για παράδειγμα, απόκτηση νέων μηχανημάτων. Ορισμένες στοχεύουν σε μεταπτυχιακή εκπαίδευση για την απόκτηση εξειδικευμένης τεχνογνωσίας.

Συμπεράσματα

Η άσκηση του επαγγέλματος της αισθητικού με ιδία επιχείρηση προϋποθέτει αυξημένες γνώσεις και δεξιότητες, δεδομένου ότι η διατήρηση και διεύρυνση της πελατειακής βάσης εν μέσω κρίσης καθίσταται δύσκολο εγχείρημα. Στην επαγγελματική σφαίρα η παρούσα κρίση συνετέλεσε στην αύξηση των ωρών εργασίας και στη μείωση του κόστους των παρεχομένων υπηρεσιών, ενώ διατάραξε την ήδη εύθραυ-

26. Σε συνέντευξη με μέλη της Ομοσπονδίας Συλλόγων Διπλωματούχων Αισθητικών μας επισημάνθηκε επίσης ότι συνάδελφοι τους κλείνουν την επιχείρηση και συνεχίζουν την δραστηριότητα κατ'οίκον. Φαίνεται πώς αποτελεί πλέον πρακτική που εντάθηκε με τα πρόσφατα φορολογικά μέτρα και την συνέχιση της οικονομικής κρίσης. Η μείωση του υψηλού φόρου των παρεχόμενων υπηρεσιών, οι οποίες θεωρούνται ως προϊόν πολυτελείας, θα συνέβαλε στη βελτίωση της δραστηριότητας.

στη ισορροπία επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής. Αν και στα νέα νοικοκυριά ο σύντροφος φαίνεται πως ενθαρρύνει τη σύντροφό του στην επιλογή καριέρας, η ουσιαστική βοήθεια στην καθημερινότητα είναι περιορισμένης εμβέλειας. Οι γυναίκες αισθητικοί είναι αυτές που αναλαμβάνουν τη διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ των δύο σφαιρών, της εργασίας και της οικογένειας. Φαίνεται ότι η επικοινωνία μεταξύ των δύο αυτών σφαιρών είναι κυρίως «γυναικεία υπόθεση» στην πράξη εφόσον τα δύο συστήματα είναι «ανοιχτά» μόνο για τις γυναίκες.

Ως εκ τούτου, τα διλήμματα ως προς την ιεράρχηση των προτεραιοτήτων και αναγκών ανάμεσα στην επαγγελματική και οικογενειακή σφαίρα οδηγούν κάποιες γυναίκες αισθητικούς σε αναγκαστική μείωση της επαγγελματικής δραστηριότητας για πεπερασμένο διάστημα προς όφελος της οικογενειακής ζωής. Αντιθέτως, η προοπτική ανάπτυξης της επαγγελματικής δραστηριότητας τις ωθεί σε μεταβολή ή αναστολή του σχεδίου ζωής και οικογένειας που μεταφράζεται κυρίως με περιορισμό του αριθμού παιδιών. Εκείνο που παραμένει ενθαρρυντικό σε κάθε περίπτωση είναι η επιμονή των επαγγελματιών του κλάδου αυτού να ονειρεύονται και να προασπίζονται το επαγγελματικό τους αντικείμενο. Η δε νεαρή σχετικά ηλικία τους δείχνει μια προσαρμοστικότητα στα δεδομένα της κρίσης, καθώς όχι μόνο ανέλαβαν το «ρίσκο» έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα ρευστό περιβάλλον, αλλά και εμμένουν στην επιλογή τους. Τα δεδομένα αυτά υποστηρίζονται και από τη διεθνή βιβλιογραφία, σύμφωνα με την οποία οι γυναίκες έλκονται από την επιχειρηματικότητα, διότι την εκλαμβάνουν και ως μέσον που ευνοεί την ευελιξία στη διευθέτηση των οικογενειακών υποχρεώσεων στη διάρκεια της καριέρας τους.²⁷

Βιβλιογραφία

- Annink, A. and den Dulk, L. (2012). Autonomy: the panacea for self employed women's work-life balance?. *Community, Work & Family*, 15 (4), pp. 383-402 DOI: 10.1080/13668803.2012.723901.
- Baudelaire, Ch. (2009). *Το εγκώμιο του μακιγιάζ*, Αθήνα: Άγρα.
- Bourdieu, P. (2002). *Η διάκριση: Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*. Αθήνα: Πατάκης.

27. Smith, 2000, Annick and den Dulk, 2012.

- Bourdieu, P. (1999). Οι τρεις διαστάσεις του πολιτισμικού κεφαλαίου. Στο Ν. Παναγιωτόπουλος (επιμ.), *Πιερ Μπουρντιέ. Κείμενα Κοινωνιολογίας*. Αθήνα: Στάχυ.
- Jablonka, I. (2015). *Le corps des autres*. Paris: Seuil.
- Clark, S.C. (2000). Work/family border theory: a new theory of work/family balance. *Human Relations*, 53 (6), pp. 745-770.
- Clark, S.C. (2001). Work cultures and work/family balance. *Journal of Vocational Behavior*, 58, pp. 348-365. DOI: 10.1006/jvbe.2000.1759.
- Cochennec, M. (2004). Le soin des apparences. L'univers professionnel de l'esthétique-cosmétique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 154, pp. 80-91. DOI: 10.3917/arss.154.0080
- Διαμαντή, Α. (2013). Ανάλυση του κλάδου ινστιτούτων αισθητικής. Πανεπιστήμιο Πειραιά, Διπλωματική Εργασία.
- Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας και Ανθρώπινου Δυναμικού (2016). *Διάγνωση αναγκών της αγοράς εργασίας: Δυναμισμός των Κλάδων και Παραγωγικότητα*. Αθήνα.
- Εκο, Ο. (επιμ.) (2004). *Ιστορία της ομορφιάς*. Αθήνα. Καστανιώτη.
- Katz, D. and Kahn, R.L. (1978). *The social psychology of organizations*. NewYork: Willey.
- Mauss, M. (1990). *Σχεδιάσμα μιας γενικής θεωρίας για τη μαγεία*. Αθήνα: Praxis.
- Σιδιροπούλου, Ε. και Χαλόφτη, Χ. (2013). Συγκριτική μελέτη παροχών υπηρεσιών ινστιτούτων αισθητικής και κέντρων θαλασσοθεραπείας SPA. Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, Τμήμα Αισθητικής και Κοσμητολογίας, πτυχιακή εργασία. Στο http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/4198/Sidiropoulou_Xalofti.pdf?sequence=3
- Smith, C. (2000) Managing work and family in small "copreneurial" business: an Australian study. *Women in Management Review*, 15(5-6), pp. 283-289. Στο <http://dx.doi.org/10.1108/09649420010372940>, αποθήκευση 10/10/2016
- Pickard, S. (2016). *A sociological examination of how we age and are aged through the life course*. London: Sage. Στο <https://us.sagepub.com/en-us/nam/age-studies/book242948>