

El cuerpo mercancía una forma de precarización en el trabajo: el caso de las chicas Hooters

The body merchandise a form of precarization at work: The case of Hooters Girls

Rocío Carolina González Alcaraz¹

Resumen: En México el sector servicios ha ido creciendo en particular los restaurantes hooters, que ha logrado posicionarse por medio de la contratación de las denominadas “chicas hooters” quienes poseen distintas características, entre ellas el capital erótico, que utilizan de manera objetiva y subjetiva. Estas chicas experimentan un proceso de precarización laboral a partir de utilizar su imagen corporal que carece de reconocimiento salarial. Esta propuesta forma parte de una investigación en curso, con una metodología de tipo cualitativa, con la intención de vincular a los estudios del cuerpo con los estudios laborales.

Abstract: In Mexico the services sector has been growing in particular Hooters restaurants, which has managed to position itself by hiring the so-called “hooters girls”, who have different characteristics among them the erotic capital, which they use in an objective and subjective way. These girls experience a process of precarization work from using their body image that lacks pay recognition. This proposal is part of an ongoing research, with a qualitative-type methodology, with the intention of linking the body's studies with the labour studies.

Palabras clave: capital erótico; precarización laboral; dominación simbólica.

Introducción

Las tareas de sistematización y exploración sobre como nuestro cuerpo es objeto de representación, ocultamiento, insinuación, supresión o afirmación, hacen creer que los recursos corporales se deben incluir en la vida cotidiana como valores al formar parte de la cultura y el contexto laboral. Comprender estos recursos corporales no se limitan a las apariencias, sino a lo más íntimo del sujeto. Las características estéticas las difunden los medios de comunicación, la aportación de la socióloga Catherine Hakim con su concepto de capital erótico ayuda a entender un poco más los efectos del cuerpo en el trabajo.

Obtener cualificaciones estéticas exige modulación de la personalidad que no se reduce a

¹ Tesista de la licenciatura en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, línea de investigación Sociología del Cuerpo, pollytory19@hotmail.com.

los instantes que representa ante el empleador o el cliente, por tanto, cualquier análisis sobre el trabajo estético debe explicar cómo se adquiere y mantiene en el trabajador. Así mismo, la noción de capital erótico radica en cualidades estéticas en la materialidad del cuerpo en su conjunto y no sólo en su apariencia.

En este estudio de caso se pretende explicar la precarización de la imagen en el trabajo, pues un cuerpo esclavizado estéticamente puede ser más fácil de controlar, pero además los sujetos no deben percibir que se está utilizando su belleza, es una idea de plasticidad del cuerpo. El mundo del trabajo y la producción económica han formado objetos destacados de reflexión y análisis en el campo del pensamiento sociológico. El trabajo se relaciona con diversos factores sociales, es decir no es un factor independiente, se encuentra mezclado a la vida de las personas y funciona como un espacio organizador de ellas.

En algunos casos la actividad laboral es un elemento que ordena el tiempo y genera identidades, el trabajo es fundamental para la sobrevivencia de los seres humanos en este sistema capitalista, pues siendo una actividad remunerada, en la historia ha adoptado distintas características transformando así al mundo. Además, genera relaciones que abren nuevos modos de vida, lo que produce diversos cambios como: la vivienda, las rutinas de convivencia, la organización del tiempo, la imagen y el tipo de corporalidad.

Capital erótico y precarización laboral

Las empresas y el mercado laboral exigen una serie de características corporales y estéticas, estas características las difunden los medios de comunicación y la socióloga Catherine Hakim con su propuesta de “Capital Erótico” ayuda a entender los efectos del trabajo en el cuerpo, y así comprender al trabajo estético propuesto por Joanne Entwistle y Elisabeth Vissingner (2006: 774-794) esta noción sustituye al trabajo emocional acuñada por Hochschild. Obtener cualificaciones estéticas exige modulación de la personalidad que no se reduce a los instantes que representa ante el empleador o el cliente, por tanto, cualquier análisis sobre el trabajo estético debe explicar cómo se adquiere y mantiene en el trabajador. Así mismo, la noción de capital erótico radica en cualidades estéticas en la materialidad del cuerpo en su conjunto y no sólo en su apariencia (Moreno, José 2016, 53).

Si bien, las compañías exigen una imagen y Hakim pone al capital erótico en un

significado más amplio, ya que no sólo depende de la apariencia que las empresas imponen a sus trabajadoras, sino en las anticipaciones futuras de quien desee trabajar. Al insistir en los valores de los recursos corporales en la actividad cotidiana, la socióloga Catherine Hakim aporta la existencia de un tipo de capital distintos a los que expone Bourdieu, y es *el capital erótico*, este se relaciona con los otros capitales (capital económico, capital cultural y capital social) y además los potencia.

Hakim considera que el capital erótico depende en gran medida del azar biológico, pues desafía las jerarquías sociales y puede poseerlo cualquier persona así sea de escasos recursos económico, sociales y culturales. Hakim define al capital erótico como: una combinación de elementos estéticos, visuales, físicos, sociales y sexuales que resultan atractivos para los otros miembros de la sociedad, especialmente los del sexo opuesto, en todos los contextos sociales (Hakim. 2012:32).

El capital erótico puede ser femenino o masculino, pero estos últimos tienen cierto déficit para explotarlo, lo que provoca que estigmaticen a las mujeres que se benefician de su belleza corporal. Según Hakim hay siete elementos clave que caracterizan a este capital, pues no es idéntico a la belleza física, pero es una parte que la integra, después está el atractivo sexual que es parte de la personalidad en conjunto, otra deriva de la capacidad para atraer a los demás con nuestro comportamiento, que denomina como don de gentes, seguido de la vitalidad, el tipo corporal y la forma física, que acompaña a la inversión de ropa y accesorios, para complementar con la habilidad sexual y el último es la fertilidad.

Algo importante que hará destacar el capital erótico es: la cultura y el contexto laboral. Comprender estos recursos corporales no se limitan a las apariencias, sino a lo más íntimo del sujeto. El trabajador no puede representar inmediatamente la imagen de una corporación u empresa, sino que debe calcular como alimentar los deseos de su empleador, debe tener las capacidades mínimas de simbolización y articularlas de manera flexible para adecuarse a las exigencias de capital variable de empleos entre los que tendrá una gran posibilidad de rotación por lo que se encontrará en conflicto por identificar que una buena imagen.

En la propuesta de Hakim hay varios puntos para discutir, ya que la forma en que describe al capital erótico puede ser incluida como capital cultural. La mayoría de las actividades que describe en su definición tiene una base física, pero se encuentran formadas por la capacidad de

dominar ciertos códigos y de saber usarlos en las situaciones correctas. Este capital es vinculado al sexo y tiene una carga convirtiendo ciertas zonas del cuerpo en objetos compartidos. La sexualidad depende de modelos de exhibición controlada del cuerpo y de ciertas habilidades lo que provoca establecer una jerarquía desde ciertos atributos, tal erotización exige reconocer una estructura compartida de deseo erótico.

El capital erótico puede utilizarse en distintos lugares, pero con objetivos específicos y no puede entrar en ciertos espacios de mayor institucionalidad. Hakim desconoce los precios de ofrecer el propio cuerpo como capital variable, el cuerpo no es cualquier cualificación que brindar como mercancía y en distintas culturas, muchas personas, relacionan a él un sentimiento de dignidad muy profundo que resulta dañado con la absoluta mercantilización.

Los mercados donde los individuos necesitan afrontar los cuerpos con cierta precaución, despertar el interés de un cuerpo requiere de relaciones de negociación y no es el caso de la prostitución, ya que son entornos laborales que imponen exigencias estéticas y filtran los distintos tipos de cuerpo en jerarquías específicamente profesionales. Tener una serie de recursos cognitivos, de conducta, estéticos, pero también un vigor físico, son la condición de acceso al mercado, esos recursos pueden encontrarse en los modelos corporales, modelos que configuran un *habitus* y este se produce y refuerza si encuentra en su vida cotidiana condiciones que lo permitan (Moreno, José L.2016:50).

Las competencias corporales no siempre son objetivas al capital variable, pues durante el proceso de reclutamiento, surgen ciertos problemas alimentarios, lo mejor es que para adaptarse a las morfologías corporales de demanda se mantengan ritmos de trabajo sin alimentarse cuantiosamente. Los trabajos que exigen una alta cualificación pueden ser penosos y estar mal pagados, pero facilitan un refuerzo dentro de las interacciones del trabajo, con compañeros y clientes, sobre todo en la experiencia laboral. Aunque no todos cumplen esta regla, pues el salario puede ser mayor a lo esperado.

El mundo del trabajo y la producción económica han formado objetos destacados de reflexión y análisis en el campo del pensamiento sociológico. La sociología del trabajo como área de estudio ha tenido un desarrollo particular marcado por las lógicas de los procesos de producción que se dan con el desarrollo industrial. El trabajo se relaciona con diversos factores sociales, es decir no es un factor independiente, se encuentra mezclado a la vida de las personas y

funciona como un espacio organizador de ellas.

En algunos casos la actividad laboral es un elemento que ordena el tiempo y genera identidades, el trabajo es fundamental para la sobrevivencia de los seres humanos en este sistema capitalista, pues siendo una actividad remunerada, en la historia ha adoptado distintas características transformando así al mundo. Además, genera relaciones que abren nuevos modos de vida, lo que produce diversos cambios como: la vivienda, las rutinas de convivencia, la organización del tiempo, la imagen y el tipo de corporalidad.

La sociología del trabajo ha marcado una apertura a la gran importancia en la interacción de los servicios, en la cual el cuerpo desempeña un papel fundamental. El mercado laboral adquiere fuerza de trabajo y para ello convoca a específicos tipos de cuerpo como condición para la producción de plusvalía. Cuando se aumenta el tiempo de trabajo del obrero lo que se conoce como plusvalía absoluta o aumentando la cualificación del trabajo se extrae así la plusvalía relativa.

El capital variable es heterogéneo, ya que el cuerpo humano puede moldearse en función de las necesidades de la producción y en el marxismo se le llama reproducción de la fuerza de trabajo. La influencia del capital variable en el cuerpo del trabajador deriva de ciertas características como: las habilidades incorporadas en los procesos de cualificación, la cultura adquirida en las actividades cotidianas del trabajo, el efecto de las tareas en el cuerpo los deseos subjetivos del trabajador, el modo en el que el cuerpo responde o se adapta a los procesos jerárquicos el efecto en conjunto de las tareas mentales y manuales (Moreno, José L.2016:47)

Según Juan Carlos Rodríguez (2003b:40), la moda se ha convertido en el centro de la extracción de plusvalía relativa, esto es, las cualificaciones en la apariencia corporal son un eje vertebrador del capitalismo contemporáneo. Con la moda el capitalismo encuentra una nueva versión del sujeto libre, que realiza su alma excelsa en su cuerpo. Conecta así con lo que fue signo distintivo del modo de producción capitalista: la generación de un sujeto que se refleja en sus obras y que desconoce las relaciones de explotación en las que se encuentra inmerso.

Ahora bien, la circulación del capital transmite ciertos prototipos corporales a través de la

ropa y de iconos estéticos, donde el trabajador puede rehacer no sólo su cuerpo, sino los contextos corporales en los que se implanta, ya que deberá cambiar su rutina y alimentación para vestir de modo que pueda encontrar una conexión con la empresa y así llegar a los consumidores en ese camino se desconectará de sus familiares ya amigos. La empresa necesita asegurar determinadas morfologías corporales y también la adaptación a las diferentes funciones a realizar. Así las competencias en las que el trabajador debe ingresar se sustentan en un conjunto de recursos cognitivos y estéticos para el acceso al mercado laboral.

Esto favorece a la precarización del trabajo, según MÜckemberg, (1996:683-695) el trabajo precario es aquel en el que la empresa y el Estado trasladan el riesgo a los empleados, sin que éste sea retribuido. Otras características que se le atribuyen es que deja de estructurar el tiempo cotidiano, así como su inestabilidad, flexibilidad e inconsistencia, tanto material como inmaterial. De este modo, los beneficios se ubican más en la posibilidad de trabajo independiente o en opciones de tipo personal. Mediante programas de flexibilización o formas de trabajo que en apariencia son por cuenta propia, las empresas logran deshacerse de los costos y compromisos del trabajo asalariado. De allí se deduce que los rasgos esenciales de la precariedad son la inestabilidad y el riesgo individual.

El análisis del cuerpo se puede comprender en términos de capital que se encuentra arraigada dentro del capital humano, de ahí deriva la idea del empresario de sí mismo. La gente se cultiva estéticamente porque cree que invierte en un mercado de valores, lo que para el trabajador sus competencias resultan inversiones racionales ya que el trabajador es responsable de su cultivo de capital humano. El modelo neoliberal exige cuidados permanentes, por el comportamiento competitivo, lo que invertir en el propio cuerpo a partir de lo que la naturaleza nos proporciona es un compromiso de inversión de capital. Aunque estas acciones no reciban de forma directa precio en el mercado, no significa que no tengan valor.

La idea de plasticidad del cuerpo pone la idea de que este puede ser manejado a gusto del sujeto, un cuerpo esclavizado estéticamente puede ser más difícil de controlar, pero además los sujetos sobre los que se pretende actuar no deben percibir que se está utilizando su belleza. Este sector encargado de los servicios, encarna el discurso de la empresa puesto que no es el trabajo a desempeñar solamente lo relevante, sino que el cuerpo es el estandarte de la empresa, por ello las exigencias corporales desempeñan un requisito vital.

Al respecto, Bourdieu afirma que actualmente la precariedad se encuentra dispersa en todas partes, pues existe un proceso (flexibilización del trabajo) que pretende convertir a la mayoría de los trabajadores en precarios. Pone especial atención en los efectos de este fenómeno: “La precariedad genera invisibilidad, porque desarticula y presiona, hace que los seres humanos vivan en constante incertidumbre. Es una inseguridad administrada que destruye todo lo que toca” (Bourdieu, 1990:120-128). Estos efectos son nuevas formas de organización social y nuevas formas de vida.

Imagen corporal

El cuerpo ha ganado un papel fundamental en la actualidad, pues la relación que existe entre las condiciones de acceso a los mercados de trabajo y el culto al cuerpo en las sociedades contemporáneas hacen reflexionar a partir de elementos empíricos y teóricos, para analizar el papel de la apariencia corporal como filtro de ingreso al mercado laboral contemporáneo desde una perspectiva sociológica. El culto al cuerpo joven, saludable y bello, se difundió desde la mitad del siglo XX a partir de discursos mediáticos y biomédicos. Estos últimos discursos difunden estilos de vida saludables y estereotipos físicos a través de médicos y nutricionistas quienes, valiéndose de la autoridad de la ciencia, imponen sus definiciones de naturalidad corporal (Bourdieu, 2006:120-128). En este caso, se analiza a la empresa denominada Hooters, y la importancia de la imagen para la contratación de su personal, en particular las chicas hooters.

Hooters es un restaurante que nació en Estados Unidos, para ser más específicos en Florida, inicio como un pequeño proyecto y poco después fue creciendo inimaginablemente hasta volverse una marca internacional. Su éxito radica en que conservaron los elementos fundamentales: las chicas, el concepto del uniforme que se ha modificado levemente, su menú principal las alitas y el logotipo que ha evolucionado con el tiempo. En México está representado por franquicias y bajo la razón social de grupo Dival A.C. quienes tienen el mayor porcentaje en el país, excepto las dos franquicias que se encuentran en Cancún, Quintana Roo. Disponible en www.hooters.com.mx [consultado el 28 de diciembre de 2015].

Este restaurante posee un ambiente divertido y desenfadado, de tema casual y playero, además de que es un ambiente pensado en su mayoría para los hombres, es un oasis donde pueden ver sus deportes favoritos, comer alitas que es la especialidad del lugar y beber cerveza,

eso con el plus de que los atenderá una chica guapa con un escote pronunciado y servicial.

Es importante señalar que para hooters la imagen corporal es fundamental, porque estas mujeres representan directamente a la empresa y son la vía de conexión con el cliente. En este lugar, la estética corporal lo es todo, pues su perfil es el balance morfológico y estético con la belleza y la salud, quienes son aceptadas en este lugar deben pasar una serie de filtros para poder trabajar allí; Desde la contratación o casting se les pide a las chicas ir con cabello suelto, bien maquilladas y de preferencia tenis o zapato bajo, gusto por hacer ejercicio, excelente presentación, mantener una buena condición física, facilidad de palabra, atención al cliente y ser extrovertida. Disponible en www.hooters.com.mx [consultado el 28 de diciembre de 2015].

La empresa determina la imagen de estas mujeres con un estilo americano de tipo porrista o surfista, para que puedan encajar con el uniforme que ellos proporcionan como: short corto, blusa ajustada, medias, todo en licra y el calzado que es tenis blancos que ellas deben comprar u otra opción es la de usar patines, pero para ellas este aditivo no es remunerado por la empresa, sino por el cliente, que es una actividad que les sorprende. Hooters establece una edad promedio que va de los 18 a los 27 años para poder ser chica hooters, por lo que si rebasas la edad te sugieren “crecer” laboralmente en otra área. La apariencia de estas jóvenes es determinada por un manual que dicta como vestir, formas de comportamiento y reglas. Dentro del manual vienen las siguientes sugerencias:

- Determina como es el arreglo del cabello detalladamente.
- Cuidados de la piel, pues el rostro es la presentación de su imagen.
- Forma de maquillarse, buscan un aspecto natural, pero cuidado.
- Su condición física y salud deben ser impecables, ya que el manual sugiere que tipo de actividades pueden realizar. (manual Hooters)

Otra de las características importantes en la imagen de estas mujeres es la relación entre el peso y la estatura, pues deben ser equitativos para dar un aspecto estético a la vista. Un tabú que identifica a este restaurante es la morfología que deben cubrir las chicas con ese uniforme tan ajustado, ya que ese gran escote que las caracteriza hace pensar que un requisito importante son los senos grandes, pero no es así, solo se necesita tener armonía corporal. Aunque algunas de las chicas optan por realizarse cirugías estéticas para mejorar su aspecto, puesto que así van a destacar de las demás chicas, las más comunes son: implantes de senos, liposucciones, aumento

de nalgas y cirugías de nariz, siempre y cuando notificando a la empresa de los cambios que se harán, incluso si se trata de un corte de cabello o cambiar su tono.

Investigaciones señalan que los individuos contemporáneos no viven con alegría en sus cuerpos naturales, sino que constantemente deben redefinir y alterar sus entidades somáticas para asemejar sus cuerpos ‘imperfectos’ según los estereotipos de los cuerpos ‘bellos’ legitimados socioculturalmente y difundidos a través de los medios audiovisuales y de comunicación (Le Breton, 2002:325)

Una vez que las chicas son contratadas, deben aprender una serie de hábitos para poder laborar y las primeras dos semanas son capacitadas por otra chica denominada: entrenadora. Ella será la encargada de que las nuevas integrantes aprendan la forma de trabajo y hábitos de una chica hooters, tal como:

- Uñas cortas y con brillo transparente si son largas tienen que tener un estilo denominado “francés” (punta blanca), no se permiten otro tipo de decoración y deben ser naturales.
- No se permite llegar sin arreglar a la empresa pues las chicas son la imagen principal.
- La empresa determina el tipo de ropa interior que se deberá usar para poder portar el uniforme.
- Al terminar la jornada laboral no se permite portar el uniforme como ropa casual, de lo contrario serán sancionadas. (manual hooters)

En este sentido el culto al cuerpo contemporáneo agiliza la tendencia de compra y venta de productos y servicios, contribuyendo a crear así un mercado de consumo valioso en el actual régimen de producción capitalista. Para Fanjul (2007), el moldeamiento del cuerpo según las características instauradas por el canon de belleza contemporáneo implica sacrificios físicos —por ejemplo, dietas y ejercicios— y tareas de adecuación externa a partir de indumentarias y productos cosméticos tanto para el rostro como para el cuerpo. Por eso las chicas hooters deben cuidar su imagen y son responsables de eso, de lucir siempre bellas aún con mucho trabajo, además de regular su comportamiento con los comensales.

Así la empresa exige a estas jóvenes estar siempre bellas de una manera estricta y exonerarse de las características que demanda. Las personas que logran adecuar sus cuerpos conforme a los requerimientos anatómicos como la juventud, la esbeltez y el cuerpo deportivo,

cuentan con una especie de capital corporal que se refleja en la obtención de beneficios subjetivos como la sensación de bienestar que se obtiene debido a la aceptación de la propia imagen corporal. Todo este nuevo interés que despierta el cuerpo está estrechamente ligado con profundas transformaciones sociales, cambios en los modos de producción y en las formas de interacción social, que traen simultáneamente nuevas formas de dominación mercantil (Martínez, 2004:127-152).

Competencias laborales y atractivo físico

El mercado laboral ha presentado fuertes cambios, estos han sido afrontados por los mercados laborales contemporáneos llevando a la redefinición y ampliación de los filtros tradicionales que se usaban para ingresar y mantenerse en el mundo laboral remunerado. El filtro tradicional que fue utilizado para determinar el ingreso al mercado laboral fue la educación, pues era considerada como una señal de la capacidad productiva de los individuos (Riomaña, 2013:1-32). No basta con tener un título académico, pues los empresarios exigen un parámetro de selección más específicos que han sido establecidos por psicólogos organizacionales y otros profesionales para una mano de obra cualificada, por lo cual, ahora es necesario contar con una serie de competencias de tipo racional y actitudinal sobre todo en el ámbito de los servicios.

La actitud para hooters es parte integral del trabajo, pues en su manual son muy puntuales en la descripción de sus actividades y lo catalogan como “actitud, imagen y conocimientos” desde el saludo a los compañeros e invitados, además de sugerir que siempre deben estar listas para alguna foto. La imagen es un referente para portar el uniforme adecuadamente y en cuanto a conocimientos se refiere es memorizar el menú y acudir a las capacitaciones indicadas. Mantener un servicio es fundamental ya que para trabajar en este restaurante se requiere de flexibilidad para cambiar horarios cada semana, pues no llevan un horario fijo, deben ser enérgicas y extrovertidas sobre todo porque estas características aumentaran la duración del empleo, además de las propinas.

Una chica hooters no sólo es la camarera que lleva alimentos a las mesas, sino que es la anfitriona y debe ser carismática, por lo cual no es un trabajo fácil, se necesita cierta inteligencia emocional para lidiar con sus compañeras y con los clientes, incluso debe ser organizada para poder llevar acabo su trabajo y siempre debe mantener una sonrisa aún bajo presión y con

clientes exigentes. Así que no es un trabajo tan sencillo pues no requiere de mucho esfuerzo físico, pero sí de un gran conjunto de competencias emocionales que ayudará a mantener su trabajo y lucir siempre perfectas. En el mercado laboral, una característica es incentivar la flexibilización de las relaciones laborales, dado que proporciona la oportunidad a los empleadores de disponer del personal necesario, dispuesto a trabajar bajo las condiciones que ellos establezcan (Brewster, 1997:133-151).

Las chicas hooters no solo reciben a los comensales, también son las encargadas de que la estancia de los clientes sea agradable cuidando que los alimentos lleguen bien a su mesa, por eso cada chica tiene un entrenamiento previo para que pueda ofrecer un servicio excelente, por ello es importante que durante su entrenamiento aprueben los exámenes a los que son sometidas. Así la precariedad se hace presente en los cambios y mutaciones en las dinámicas internas como respuesta del capital a su propia crisis.

Mientras un enfoque de flexibilidad laboral significa una modificación de las relaciones laborales en torno a la disminución de los costos productivos por parte de la empresa con la finalidad de hacer frente a la creciente competencia mundial, otra cuestión representa una adaptación de estas mismas relaciones a las necesidades de los individuos, por ejemplo; en el caso de las mujeres, que dada su condición social requieren de trabajos de medio tiempo o jornadas discontinuas, que por un lado les permitan allegarse de recursos económicos necesarios para el sustento de su familia, así como tener la oportunidad de realizar las actividades propias de su género (Morales, Berenice, 2015:7-40).

Si bien, las chicas desempeñan otras actividades para la empresa, las cuales son: participar en las campañas publicitarias como modelos, animación, presencia de marca en eventos externos a la empresa, participar en los concursos de belleza que se realiza una vez al año, además de cubrir cualquier puesto en el área que se le necesite. Al haber tanta rotación en cuanto al puesto de trabajo, provoca que exista mayor flexibilidad, por lo tanto, hay más rotación laboral (Tokman, 2006:70).

En este oasis empresarial las chicas tienen un reglamento, pero como toda regla estas suelen romperse y al hacerlo las chicas se vuelven más astutas para poder burlar todos esos “ojos” que las observan como: los jefes de piso, los gerentes, los supervisores e incluso el mismo dueño de la franquicia en México. Una de las condiciones más importantes es que las chicas no

pueden relacionarse con los clientes y en consecuencia pueden perder su trabajo, aunque este no es impedimento para que ellas decidan con quienes desean socializar de manera más personal, además que esta conducta permite una mejor propina, incluso tener “clientes” quienes pagarán por saber más de ellas, convirtiéndose en un juego de flirteo y donde ellas utilizan la seducción y hacen uso de su capital erótico para mantener ese interés de relación imaginaria.

Más allá de una comprensión sociológica del trabajo inmaterial, algunos investigadores pretenden encontrar en el concepto una dimensión política, indagando sobre la dinámica de poder del trabajo vivo en las sociedades llamadas post-fordistas. Para ello, centran su análisis en la subjetividad del trabajo inmaterial, porque es allí en donde se experimenta el nuevo orden de explotación, la “experiencia corporizada” (Barattini, Mariana, 2009:20).

La competencia entre las chicas, no sólo es en la imagen y en quien tiene mejores propinas, también radica en la posibilidad de encontrar un “marido que las saque de trabajar” entonces todo es una lucha constante de sobresalir de entre las demás, tanto en la cuestión laboral como en la personal. La seducción que se maneja en el mundo contemporáneo constituye una práctica eminentemente femenina que se impone al malentendido, y el derroche de la lógica productiva que adquirió la sexualidad en Occidente, trayendo consigo una lógica del “desvío” y de la “muerte” a cargo de la mujer que estaría haciéndose dueña del juego, mientras que históricamente no fue más que objeto del sexo (Baudrillard, 2005).

Otra característica es que por ningún motivo las chicas pueden exigir propinas, pues no es obligatorio para los comensales y si alguien se queja de que una chica le exigió propina es causa de baja definitiva, pues en su manual esta puntualizado y es algo que ellas deben ganarse con su trabajo y sus habilidades, las cuales deben aprender solas, pues tampoco existe un compañerismo voluntario, todo está determinado por el manual.

Entonces, las chicas tienen que hacerse de ciertas técnicas para ayudarse en su trabajo, y estas son: la empatía, la cual deben desarrollar desde el momento en que empiezan a trabajar, así que la timidez no tiene lugar en este empleo, por lo tanto, es una herramienta para romper el hielo con los comensales. Pero la manera en que la aprenden es a través de la práctica, la observación y algunos consejos de sus “entrenadoras” basándose en la experiencia de estas chicas que llevan tiempo trabajando en este lugar y han aprendido de la misma forma.

Otra característica es el autocontrol la cual gestiona las emociones negativas generando

así emociones positivas, esto se refiere a la capacidad de que estas mujeres deben aprender en momentos críticos como la frustración hacia alguna decisión de algún gerente o con algún cliente, incluso si ellas han tenido un mal día o si tienen problemas personales, las chicas lo deben poner en práctica, pues siempre están trabajando bajo presión y constantemente son evaluadas en su servicio.

Al ser mujeres que todo el tiempo deben estar “perfectas” la carga emocional y su autoestima están en constante inestabilidad, pues tanta “atención” les causa estrés y al mismo tiempo el estar comparándose y compitiendo entre ellas por tener un cuerpo perfecto o ser más bella, por lo tanto, la empresa refuerza estos sentimientos constantemente al utilizarlas como imagen de marca y modelos, sin olvidar el certamen de belleza y sus calendarios anuales. Todas estas actividades son un factor de presión y estrés lo que provoca en las chicas que desarrollen resiliencia ante estas situaciones.

También las habilidades sociales juegan un papel importante en este lugar, por esta razón deben de aprender a solucionar problemas y esto se da a menudo con clientes exigentes, los cuales no cederán a los encantos de estas chicas, sino que, deberán lidiar con el carácter de estas personas que no serán amables con ellas y hasta groseros o mal encarados, pero ellas siempre deberán mantener una sonrisa y una buena actitud, pues están contratadas para servir.

Si bien el ambiente de trabajo es primordial para mantener una calidad en el servicio que es uno de los objetivos de la empresa, y esto a través de que sus empleadas mantengan una armonía laboral, al trabajar con tantas mujeres por turno y en constante competencia esto podría desatar un caos, pero no es así, la empresa logra mantener este ambiente casi imposible a partir de *la asertividad* que mantiene en sus trabajadoras, lo cual es un habilidad social que implanta en sus políticas y reglamento, pues les genera un habilidad social que permite comunicar puntos de vista y emociones desde una perspectiva pasiva y con respeto hacia los demás, de lo contrario si esto no puede solucionarse entonces la empresa puede despedirlas.

Una de estas habilidades es la de mantener conversaciones con lapsos de 5 min. máximo y no sentarse en la mesa con el cliente y tampoco pueden aceptar bebidas o comida por parte de ellos, ellas deben generar un lenguaje para no hacer sentir agraviados a los comensales con sus invitaciones e insinuaciones, sean personales, coqueteos y sexuales, porque aquí radica parte de su salario que son las propinas y este tipo de características no se hace responsable directamente

la empresa, más bien son ellas quienes tienen la responsabilidad de aprender.

La empresa juega con una serie de características psicológicas como las competencias emocionales que se insertan en un dispositivo de reglas para mantener controlados a sus empleados como son: la autoconciencia y la autorregulación que mantendrá la adaptabilidad en sus empleadas, motivación que ayudara a la confianza de estas jóvenes y a su autoestima, pues la empatía y el desarrollo de destrezas sociales que genera el mismo contexto laboral actúan como catalizador de conflictos y mantiene un equipo de trabajo productivo y controlado.

Empleo y salario

Resulta que ser una chica hooters, no sólo es sonrisa y lindos cuerpos paseando en patines, una mesera que trabaja en este lugar debe aceptar las condiciones laborales y emocionales que la empresa solicita. Como el uniforme que es totalmente licra y entallado, pero que resulta atractivo para quienes visitan este lugar. Otra cuestión es que al lugar acuden clientes de todo tipo entre ellos los que van a contar sus problemas personales, en su mayoría hombres y es una razón por la cual en cada turno trabajan más de 10 chicas hooters.

Si bien, el estigma al que deben enfrentar estará presente por el resto de su vida, pues las personas que nunca han visitado dicho lugar se encargan de popularizarlo de manera negativa. Por lo tanto, la habilidad emocional para manejar con clientes que siempre estarán observando el pecho de las meseras y soportar insinuaciones un tanto provocativas se vuelve en una responsabilidad de estas para mantener su trabajo y asegurar una buena propina.

En México el sector de los servicios no es del todo muy beneficiado y hooters es uno de los pocos restaurantes que mantienen un salario promedio bueno, arriba de la media de otras cadenas restauranteras, pues para las actividades físicas que se requiere es escaso el esfuerzo físico, puesto que sus actividades se limitan a atender pocas mesas y en sus “tiempos muertos” platican con los clientes, la siguiente tabla detalla entre las demás cadenas restauranteras un promedio salarial.

Salarios de Meseros en México	
\$ 3,666 al mes (media salarial)	\$1,300 -----(distribución salarial) ----- \$9,700
Empresas populares	Media salarial mensual
SUPER SALADS	\$ 4,490.00
ITALIAN COFFE	\$ 2,816.00
SAMBORS	\$ 3,423.00
CMR	\$ 3,630.00
WINGSTOP	\$ 3,904.00
HOOTERS	\$ 7,337.00
MARRIOT INTERNATIONAL, INC.	\$ 3,143.00
MARISQUERIA	\$ 3,595.00
ALITAS	\$ 4,938.00
PETER PIPER PIZZA	\$ 3,328.00
NOTA: media salarial obtenida por 55 salarios declarados en promedio	

Elaboración propia con fuente de www.ineed.com.mx [consultado 8 de enero de 2018].

No obstante, aunque por regla general se tiende a asociar a la flexibilidad con la precariedad del empleo, sobre todo cuando la misma se identifica con los contratos “atípicos”, los dos términos no son sinónimos; dado que existen trabajadores comprendidos en el ámbito de algunas de las formas de flexibilidad de trabajo que no por ello son precarios; y sí algunos trabajadores incluidos en el campo de una relación de trabajo supuestamente regular (Bronstein, 2005 y Guerra, 1995).

Existen distintas vacantes de “chica hooters”, las principales son las meseras, después las “Hostess”, a continuación “las chicas de bar” o “bartender” y por último las chicas “To-go” quienes están en el área de servicio a domicilio, por lo cual los salarios son variados de acuerdo al área que ocupe. La jornada laboral en general consta de 9 horas y la hora de comida es antes de iniciar su turno a menos que haga horas extra, el lugar abre los 365 días del año, por lo tanto, la empresa determina los horarios de las chicas. Su salario es determinado en su contrato colectivo conforme a la ley de acuerdo al trabajo que desempeñe en el área asignada, en estas cuatro

vacantes están:

Las denominadas “chicas hooters o Hooteritas” estas mujeres desempeñan el trabajo de meseras y son las encargadas de que los comensales pasen un rato agradables, además de ser utilizadas para sus campañas de publicidad, pues son la principal imagen y quienes tienen mayor interacción con los comensales. Ellas sólo laboran 4 días a la semana pues la plantilla de meseras es bastante numerosa y pueden llegar a ser por turno hasta 12 chicas, se maneja 3 tipos de turno, apertura, intermedios y cierres.

Su salario es el que marca la ley federal del trabajo y es el mínimo para las meseras, porque su ganancia radica en las propinas que reciben por brindar el servicio. Por lo que, si estas chicas se esmeran y hacen uso de todas sus capacidades emocionales y corporales, logran mantener un promedio de salario total al final del día, pues la empresa hace su pago de forma quincenal, además de sus propinas “libres” que reciben al término de su jornada por día laborado.

Pero ellas deben de repartir por turno un 3.8% de propina para todas las demás áreas, que son cocina, hosstes, gerentes y mantenimiento, así el sobrante será su total de ganancia. Existe el caso de que, si algún cliente no desea dejar propina, ella deberá asumir su responsabilidad de cualquier forma y pagar el 3.8% estipulado. Por esto siempre están en constante competencia y estrés, pues su ganancia radica en el total de mesas que puedan atender por turno y de la calidad del servicio que brinden (entrevista 1, 7 de marzo de 2016).

Ahora están las hosstes, quienes son las encargadas de recibir a los comensales, pues son la primera imagen al llegar al restaurante y su lugar de trabajo siempre será en la entrada, ellas registran y reservan las mesas de los clientes, estas mujeres también realizan una logística de la cantidad de mesas que atenderá cada “chica hooters” por turno, además de acompañar a los comensales a su mesa y sugerir los platillos de temporada.

En esta área la plantilla se reduce a sólo 4 chicas máximo pues se distribuyen dos hosstes por turno. Las hosstes trabajan 6 días a la semana con un día de descanso, por lo cual su salario es un poco más de dos salarios mínimos más propina, aunque esta de manera indirecta, porque ellas no reciben directamente propinas de los comensales, son las meseras las encargadas de juntar el porcentaje de propina que las hosstes reciben a la semana (entrevista 2, 6 de junio de 2016).

Existe otra área denominada barra o bar, aquí las chicas son las encargadas de elaborar las bebidas y de servir dentro de la barra a aquellos clientes que gustan de ir solos, pues pueden

platicar con ellas mientras atienden, entre sus actividades se encuentran: hacer inventario de bebidas, realizar pedidos de productos, limpiar, lavar cristalería y hacer corte general de las ganancias totales que también incluye el 3.8 % de propinas. Estas chicas ganan un promedio de casi tres salarios mínimos más sus respectivas propinas diarias y laboran al igual que las hosstes 6 días a la semana más un día de descanso, por lo que su plantilla se reduce a 5 chicas que laboran 2 en apertura y 3 en cierre (entrevista 3, 14 de julio de 2016).

Otra área es la de servicio a domicilio donde estas chicas son denominadas “to-go” ellas son las encargadas de atender por teléfono los pedidos y de vender souvenirs en el restaurante, de manera general todas ganan un salario promedio más propinas, cada área cuenta con el mismo manual donde especifica las tareas y funciones detalladamente, así como una serie de pasos de comportamiento y reglas. Todas las chicas deben aprender el funcionamiento de todas las áreas por si alguna llega a faltar cualquiera pueda cubrirla, aunque por poco tiempo, pues en su contrato se estipula la vacante (entrevista 4, 30 de julio de 2016).

Además de las entrevistas realizadas para la descripción de las áreas laborales de las chicas, la siguiente tabla describe un promedio general del salario mensual de las distintas áreas.

Salarios de Hooters en México	
Alimentos y restaurantes	Media salarial mensual
Hooters (Meseras, Hostess, To-go)	8466
Bartender	10068
Mesero/a	7337
Cocina	6923
Parrillero/a	7961
NOTA: media salarial obtenida por 26 salarios declarados en promedio	

Elaboración propia con fuente de www.ineed.com.mx [consultado 8 de enero de 2018].

Hooters se mantiene dentro de los estándares legales pues al ser una empresa extranjera los cánones de seguridad y obligaciones son bastante estrictos, además de contar con un contrato

colectivo, también tienen un documento denominado aviso de privacidad, en el cual estipula una serie de puntos conforme al uso de datos personales y aplica para los clientes al utilizar tarjetas de cliente frecuente entre otros promocionales de mercadotecnia. Los trabajadores están afiliados a un sindicato, el cual por ser un sector de servicios se encuentran en la CROC (Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos), la mayoría de las mujeres que laboran aquí no saben que se encuentran afiliadas y menos conocen el sindicato, por lo que ellos tampoco hacen presencia para amparar a estas trabajadoras en caso de ser necesario.

Bibliografía

- Barattiini, Mariana, 2009, “*El trabajo precario en la era de la globalización. ¿Es posible la organización?*”, Polis, Revista Bolivariana, n. 24, v.8, pp. 17-37.
- Baudrillard, J. 1974. “*La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*”, Barcelona, España: Plaza & Janés editores S.A.
- Bourdieu, P. “*Sociología y Cultura*”, Grijalbo, México.1990. y Bourdieu, P. “*ACTUALMENTE LA PRECARIEDAD ESTÁ EN TODAS PARTES*”, Contrafuegos, Anagrama. Barcelona, pág. 120-128.
- Bourdieu, P. (2006). A distinção. *Crítica social do julgamento*. Porto Alegre, Brasil: Editora Zouk.
- Brewster C., L. Mayne y O. Tregaskis (1997): “Flexible Working in Europe”, *Journal of World Business*, 32 (2): 133-151
- Bronstein, A. (2005): La Flexibilidad del Trabajo: Panorama General, informe para la OIT, disponible en formato electrónico en la página web de la Organización Internacional del Trabajo: www.oit.or.cr/oit/papers/estudio2.shtml.
- Fanjul, C. (2007). *La apariencia y características físicas de los modelos publicitarios: códigos no verbales de la realidad en el discurso publicitario, como factor de influencia social mediática en la vigorexia masculina*” (tesis de postgrados), Universidad Jaume, España.
- Hakim, C. (2012) “*Capital erótico. El poder de fascinar a los demás*”. Barcelona, España: Random House Mondadori, S.A.
- Le Breton, D. (2002). “*Antropología del cuerpo y la modernidad*”. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

- Martínez, A. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. *Coruña. Papers*, 73, 127-152
- Morales, Berenice, Castro, David. 2015. “La Flexibilidad del Mercado de Trabajo: Causas, Conceptualización y expresión”. *Revista de Economía, Política y Sociedad*. vol.1. n 39.pp. 7-40.
- Moreno, Jose L., 2006, *la cara oscura del capital erótico: capitalización del cuerpo y trastornos alimentarios*, AKAL, Madrid, España, pp.400.
- MÜCKEMBERG, U. *HACIA UNA NUEVA DEFINICIÓN DE LA RELACIÓN DEL EMPLEO RELACIÓN* En: *International Labour Review*, vol. 135, núm. 6, pág. 683-695.
- Riomaña, Ó. (2013). *Incidencia del nivel educativo sobre los procesos de búsqueda y la duración del desempleo en Colombia: un análisis desde la óptica de la señalización*. Cali, Colombia: CIDSE
- Solano, J. y Ortiz, V. (2015). La estetización del mercado laboral: modelos estéticos demandados por el trabajo en las sociedades contemporáneas. *Revista de Antropología y Sociología: VIRAJES*, 17 (2), 15-36.
- Tokman, V. (2006): “Inserción laboral, mercados de trabajo y protección social”, Documento de proyectos CEPAL, Naciones Unidas: 72.

Citas de internet

Disponible en www.ineed.com.mx [consultado 8 de enero de 2018].

Disponible en www.hooters.com.mx [consultado el 28 de diciembre de 2015].

Entrevistas

Entrevista 1, 7 de marzo de 2016.

Entrevista 2, 6 de junio de 2016.

Entrevista 3, 14 de julio de 2016.

Entrevista 4, 30 de julio de 2016.