

Trabajo afectivo y explotación: procesos de subjetivación en el sector de la hostelería

Affective Labor and Exploitation: Subjectivation Processes in the Hospitality Industry

Diana García Catena

Universidad de Granada

RESUMEN

El trabajo afectivo, definido por Hardt y Negri como la gestión y producción de experiencias, vínculos y emociones, desempeña un papel central en el capitalismo contemporáneo. Este artículo examina cómo la práctica del trabajo afectivo difumina los límites entre lo laboral y el resto de esferas, y su vinculación con formas sutiles de explotación. Centrado en el sector de la hostelería, se basa en entrevistas en profundidad a 36 trabajadores/as con experiencia en distintos contextos y roles (restaurantes, pubs, bares, discotecas y casinos). El análisis muestra que el trabajo afectivo no solo exige la movilización de la subjetividad de los trabajadores, sino que también la constituye. A menudo, la producción de experiencias de ocio para la clientela requiere que el trabajador asuma simultáneamente los roles de productor y consumidor. Prácticas como flirtear, compartir chupitos o salir de fiesta con la clientela antes y después del cierre del local son formas de producción que se extienden más allá de la jornada laboral y del espacio de trabajo. Estas son también formas de subjetivación, a través de las cuales los trabajadores redefinen los límites entre ocio y trabajo, y entre lo íntimo y lo laboral, contribuyendo así a justificar su propia explotación.

PALABRAS CLAVE: Trabajo afectivo, explotación, ocio/trabajo, consumidor/productor, hostelería, subjetivación.

ABSTRACT

Affective labor, defined by Hardt and Negri as the management and production of experiences, relationships, and emotions, plays a central role in contemporary capitalism. This article examines how the practice of affective labor blurs the boundaries between work and other spheres of life, as well as its connection to subtle forms of exploitation. Focusing on the hospitality sector, it is based on in-depth interviews with 36 workers with experience in different contexts and roles (restaurants, pubs, bars, nightclubs, and casinos). The analysis shows that affective labor not only requires the mobilization of workers' subjectivity but also actively shapes it. Often, the production of leisure experiences for customers requires workers to simultaneously assume the roles of both producer and consumer. Practices such as flirting, sharing drinks, or going out partying with customers before and after closing time are forms of production that extend beyond working hours and the workplace. These are also processes of subjectivation, through which workers redefine the boundaries between leisure and work, and between the intimate and the professional, thereby contributing to the justification of their own exploitation.

KEY WORDS: Affective labor, exploitation, leisure/work, consumer/producer, hospitality, subjectivation.

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo analiza cómo la práctica del trabajo afectivo en el sector de la hostelería tiende a disolver las fronteras entre ocio y trabajo, producción y consumo, generando formas sutiles de explotación que se suman a la precariedad estructural del sector en términos de salarios, contratos y horarios. El análisis se centra en el modo en que, durante el proceso laboral, no solo se moviliza la subjetividad del trabajador, sino que esta se constituye y reconfigura en un proceso de subjetivación mediante el cual las prácticas laborales configuran las disposiciones, identidades y marcos de interpretación a través de los cuales los trabajadores perciben y delimitan los límites del trabajo (Threadgold, Farrugia y Coffey, 2021; Farrugia, Threadgold y Coffey, 2018; Dowling, 2007; Lazzarato, 1996). Se examina cómo este proceso incide en las formas de implicación emocional de los trabajadores y cómo esta implicación se traduce en la dedicación de tiempo y energía a la producción de atmósferas y experiencias afectivas consumibles. De este modo, el artículo contribuye a la literatura sobre trabajo afectivo al mostrar cómo los procesos

de subjetivación que se desarrollan en el trabajo pueden constituir un mecanismo central de explotación en el sector de la hostelería.

Para desarrollar este argumento, el artículo se sitúa en los debates sobre trabajo afectivo, neoliberalismo y mercantilización de la vida social, prestando especial atención a las transformaciones introducidas por el neoliberalismo en el modo de producir y en la ampliación de aquello que puede ser mercantilizado (Illouz, 2017; Hochschild, 2004), así como en las cualidades que pueden considerarse fuerza de trabajo (Warhurst y Nickson, 2020; Nixon, 2009). Este proceso ha redefinido la forma en que, desde la perspectiva industrial, se establecían los límites entre el trabajo y el resto de la vida. Centrado en el sector de la hostelería, el artículo se propone identificar las lógicas de las “nuevas” formas de explotación basadas en la disolución de esos límites (Gerrard y Farrugia, 2021; Kolehmainen y Mäkinen, 2021; Moreno Pestaña, 2020; Weeks, 2007). Para ello, se ha empleado una metodología cualitativa basada en entrevistas en profundidad que han explorado las trayectorias laborales de 22 trabajadoras y 14 trabajadores con experiencia en distintos establecimientos de hostelería (bares, restaurantes, discotecas, pubs, salones de juegos y *beach clubs*) y diversos roles.

En los resultados, se identifican y analizan diferentes formas de trabajo afectivo y se ilustra cómo estas prácticas pueden implicar la disolución de los límites de lo laboral. Con ello, el artículo busca identificar y comprender las formas de explotación vinculadas a la configuración de la subjetividad de los trabajadores a través del proceso de trabajo y, en particular, el papel que adquiere la redefinición de lo “*divertido*” como eje central de las tensiones en torno a los límites del trabajo en el sector.

En este proceso, los trabajadores pueden desarrollar estrategias que les permitan sistematizar su comportamiento y mantener una clara separación entre lo que es y no es trabajo, o verse inmersos en contextos productivos que les exigen participar activamente en las experiencias y atmósferas generadas. Ello implica poner en juego su intimidad, consumir alcohol y otras sustancias e, incluso, invertir su tiempo libre. En consecuencia, a medida que se difuminan los límites entre ocio y trabajo, consumo y producción, el espacio y el tiempo de trabajo se expanden indefinidamente, con efectos sobre los cuerpos y las mentes de los trabajadores. Estas prácticas de producción son percibidas por empleadores, clientes e incluso por los propios trabajadores como formas de ocio y, por tanto, no son reconocidas ni remuneradas como trabajo, generando así formas de explotación sutiles y difíciles de identificar (Gerrard y Farrugia, 2021; Kolehmainen y Mäkinen, 2021; Moreno Pestaña, 2020).

Con esto no se pretende invisibilizar las dimensiones de la explotación en el sector vinculadas a las condiciones de trabajo (horarios nocturnos, jornadas extenuantes, salarios precarios y contratos irregulares), sino analizar las lógicas subyacentes a otras formas de explotación, más sutiles, derivadas del trabajo afectivo. El objetivo es señalar las prácticas productivas que no suelen reconocerse como tales, pero que generan plusvalía para las organizaciones, y examinar cómo se configura la explotación en estos casos: basada en la movilización de la personalidad, los gustos, el sentido del humor. Por tanto, esta forma de explotación no se basa únicamente en la posesión de los medios de producción por parte de los empleadores, sino también en la puesta en juego de la corporalidad y la subjetividad de los trabajadores en la producción de valor (Moreno Pestaña, 2020). Así, el artículo explora los procesos de subjetivación a los que los trabajadores se ven sometidos en la práctica laboral. A partir de ello, se analizan las motivaciones que les llevan a participar en estos procesos productivos y las formas en que justifican su propia explotación.

1.1. Neoliberalismo, subjetividad y la disolución de los límites del trabajo

A principios de los años setenta, debido a la crisis de los modelos de organización económica como el taylorismo y el fordismo, relacionada con su ineficacia, la sobreproducción y la sobreacumulación (López Álvarez, 2023; McDowell, 2009), comenzaron a surgir nuevas formas de pensamiento económico y político y, con ello, nuevas propuestas de gestión económica que acabarían instaurándose como un nuevo modelo económico y filosofía política conocido como neoliberalismo. Caracterizado por la terciarización de la economía y la descentralización de la producción (Harvey, 2007), el neoliberalismo generó transformaciones tanto en las formas de producción como en sus resultados. Por una parte, como ideales políticos y económicos, se propusieron nuevas formas de implicación en el trabajo basadas en la individuación del trabajo, donde la autogestión y la autonomía cobraron especial relevancia (López Álvarez, 2023; McDowell, 2009; Lazzarato, 1996). Por otra, se multiplicaron los servicios, incluyendo en el mercado aquellos trabajos que antes se realizaban en el hogar y “por amor” (McDowell, 2009: 9). Se difuminaron las fronteras entre aquello que podía ser consumido y lo que no, es decir, entre aquello que podía definirse como una mercancía (Hochschild, 2004). Las experiencias, las atmósferas y las sensaciones se convirtieron en mercancías o *emodities* que pueden producirse y consumirse (Illouz, 2017; Anderson, 2009). También, se redefinieron aquellas habilidades y cualidades que podían considerarse fuerza de trabajo (McDowell, 2009; Nixon, 2009). Todo ello ha llevado a que, como expresan Chiapello y Boltanski (2005), en la economía posfordista se movilice al trabajador en su totalidad; su

corporalidad y su subjetividad son, al mismo tiempo, recurso y resultado del proceso de producción (Hardt y Negri, 2007; Hardt, 1999; Lazzarato, 1996). El aspecto físico, el sentido del gusto, el humor, el carisma, la capacidad de empatía, la amabilidad, las habilidades para relacionarse y vincularse son elementos centrales en la producción de servicios (Warhurst y Nickson, 2020; Farrugia, Threadgold y Coffey, 2018; Dowling, 2007; Weeks, 2007; Hardt, 1999). Estas cualidades adquieren valor y se convierten en formas de capital variable (Moreno Pestaña, 2016, 2020) y, por ende, comienzan a percibirse como susceptibles de gestión (Lazzarato, 1996). En este contexto, delimitar las tareas que constituyen el trabajo se vuelve cada vez más complicado (López Álvarez, 2023). Los límites entre lo personal y lo laboral, así como entre producción y consumo, se difuminan (Moreno Pestaña, 2016; Pettinger, 2005; Manolis et al., 2001). El tiempo y el espacio productivo se extienden de forma indeterminada (Kolehmainen y Mäkinen, 2021; Weeks, 2007).

El lugar de trabajo siempre ha constituido un contexto de producción de subjetividad. Burawoy (1979), a partir de su etnografía en un taller de máquinas-herramienta, mostró cómo el espacio laboral genera reglas sociales y una cultura fabril en la que los obreros construyen consensos sobre normas y modos de conducta. Mediante el “juego de arreglárselas”, buscaban estrategias que les permitirían obtener estatus y reconocimiento, lo que le permitió identificar que la motivación para participar en el proceso productivo iba más allá del beneficio económico. Precisamente, la participación en estos juegos es lo que contribuía a la reproducción del sistema fordista de producción (Burawoy, 1979).

A partir de los años ochenta, con la expansión de los servicios, Arlie Hochschild (1983) muestra en *The Managed Heart* cómo se constituye la subjetividad a través del trabajo, en este caso, a través de su conceptualización del *trabajo emocional* definido como la capacidad de las trabajadoras no solo de suscitar emociones en la clientela, sino también en ellas mismas. Así la autora destaca la importancia de que las expresiones emocionales de las trabajadoras sean percibidas y sentidas como genuinas - *deep acting*- tanto por la clientela como por las propias trabajadoras. Para ello, estas debían desarrollar formas específicas de percepción y pensamiento. Así, Hochschild (1983) fue la primera en analizar cómo el trabajo emocional no solo moviliza la personalidad, sino que también la configura, difuminando los límites entre el yo “auténtico” y el yo “en el trabajo” (Weeks, 2007). En una línea complementaria, Lazzarato (1996) propondría que el *trabajo inmaterial*, que definiría como las prácticas de producción de bienes no materiales, como la información, los signos, los símbolos, las emociones, los vínculos o los afectos, produce como resultado último normas de consumo. La constitución de hábitos de consumo a través del trabajo es también un tema fundamental en la literatura del *trabajo estético*.

La puesta en juego del aspecto físico del trabajador requiere, por tanto, la contratación de personas que encarnan la imagen de la organización o de la adopción de hábitos de consumo que permitan a estos ajustarse a los requisitos estéticos de la empresa. Adquirir o mantener un aspecto físico determinado requiere invertir tiempo y recursos, lo que a su vez amplía el tiempo y el espacio productivos, disolviendo el límite entre la producción y el consumo (Warhurst y Nickson, 2020; Moreno Pestaña, 2016; 2020; Butler y Harris, 2015; Pettinger, 2008).

Michael Hardt y Antoni Negri (2007), desde la perspectiva marxista-autonomista, acuñan el concepto de *trabajo afectivo* para referirse a una forma de trabajo inmaterial centrada en la producción y manipulación de afectos, emociones y relaciones humanas. Este concepto permite seguir reflexionando sobre la disolución de los límites de lo laboral, ya que se centra en formas de trabajo que configuran subjetividades colectivas y generan vínculos que facilitan la sociabilidad, algo que puede ser apropiado por el capital, pero también utilizado en su contra (Hardt, 1999). Desde esta perspectiva, los límites entre consumidores y productores se difuminan, ya que para producir, los trabajadores deben participar activamente en las experiencias que generan (Ralph et al., 2024; Kolehmainen y Mäkinen, 2021; Buvik y Scheffels, 2020; Cameron, 2018; Guerrier y Adib, 2003), convirtiéndose en “consumidores parciales” (Manolis et al., 2001). Asimismo, los vínculos con compañeros de trabajo y con la clientela constituyen un elemento productivo (Farrugia et al., 2023; Cameron, 2018; Pettinger, 2005). Alineado con lo anterior, la literatura centrada en el trabajo afectivo coincide en señalar cómo se requiere de la movilización y producción de la subjetividad de los trabajadores, y cómo esto implica un emborronamiento de los límites tradicionales del trabajo definidos desde una perspectiva industrial (Gerrard y Farrugia, 2021). Al difuminar los límites entre el yo “auténtico” y el yo “en el trabajo”, se genera un proceso de producción indefinido (Woodcock y Johnson, 2019; Weeks, 2007).

Sin embargo, son pocas las investigaciones que han profundizado en la relación entre el emborronamiento de la distinción entre las dimensiones internas y externas del trabajo y la explotación (Gerrard y Farrugia, 2021; Kolehmainen y Mäkinen, 2021). Centrado en el trabajo corporal, Moreno Pestaña (2020), dialogando con el modelo de explotación de Wright (2000), ofrece una perspectiva valiosa sobre cómo estas formas de producción “inmaterial” implican diversas formas de explotación. Para el autor el trabajo corporal se vuelve explotador cuando: 1) requiere que los trabajadores inviertan tiempo y esfuerzo adicionales sin que se les proporcionen las condiciones necesarias para cumplir con los requisitos estéticos, formales o informales, de la performance del trabajo; y 2) se utilizan sus atributos físicos y conocimientos para producir un servicio sin reconocimiento ni recompensa, generando así plusvalía.

Para profundizar en las dimensiones de la explotación vinculadas a la puesta en juego de los afectos en el trabajo, este artículo explora cómo se producen y negocian los límites entre lo laboral y lo no laboral —en particular, los que separan el tiempo y el espacio de ocio y trabajo, así como la producción y el consumo— a través de los procesos de trabajo. A partir del análisis de distintas trayectorias laborales, se muestra cómo la performance del trabajo afectivo puede implicar una (re)definición de lo “divertido” y con ello, una movilización parcial o tal de la corporalidad y la subjetividad de los trabajadores como parte del proceso de producción del servicio. De esta forma, el trabajo puede transformarse en una especie de “institución total” (Goffman, 2019), para el trabajador: donde nada queda fuera. La vinculación afectiva de los trabajadores con el local, con sus compañeros y con la clientela, su participación activa en experiencias de “fiesta” durante, antes y después de la jornada laboral y la relación directa entre el valor que adquieren sus cualidades personales en el proceso de producción y su valor como persona, se convierten en la base para la aparición de formas de explotación sutiles, muy difíciles de reconocer.

2. METODOLOGÍA

Se ha aplicado una metodología cualitativa basada en entrevistas semiestructuradas en profundidad a trabajadores y trabajadoras del sector de la hostelería. Esta técnica ha resultado fundamental para acceder a sus experiencias y perspectivas subjetivas. En total, se ha entrevistado a 36 personas (22 mujeres y 14 hombres), algunas de ellas en más de una ocasión. La edad de las personas entrevistadas oscila entre los 21 y los 60 años, con una media de 29 años. Su experiencia profesional es diversa: desde recién llegados al sector, con un mínimo de 3 meses de experiencia, hasta trabajadores con alrededor de 40 años de experiencia en el caso más longevo. Los relatos dan acceso a experiencias en diferentes espacios de trabajo: cafeterías, bares, restaurantes, pubs, locales de comida rápida, discotecas, *beach clubs* exclusivos¹, casinos, casetas de feria o salones de juego. Las personas entrevistadas tienen experiencia en diferentes puestos de trabajo: camarero/a, encargado/a, relaciones públicas, chica de imagen, cocinero/a, ayudante de

¹ Con el término *beach club* se hace referencia a complejos hosteleros que agrupan una amplia variedad de espacios, tales como restaurantes con diferentes ambientaciones, bares, discotecas o pubs con piscina, ubicados en zonas turísticas orientadas a un público de alto poder adquisitivo. En el caso de las entrevistadas, estos se localizan en Ibiza y Marbella.

cocina y friegaplatos. No obstante, aquí se centrará la atención en los cuatro primeros roles, ya que son aquellos en los que predomina la interacción con la clientela. La gran mayoría de las personas entrevistadas han sido o son empleadas y solo algunas, propietarias de un local y, por ende, empleadoras. Las trayectorias de las personas entrevistadas son muy variadas, lo que dificulta determinar con precisión si contaban con contrato, ya que en algunos establecimientos sí lo tenían y en otros no. Lo más habitual es que hayan trabajado bajo contratos que reflejaban muchas menos horas de las realmente realizadas o, incluso, sin contrato. Esto no ocurría en locales vinculados a grandes empresas (como los *beach clubs*) u hoteles, así como en restaurantes de alta cocina. Muchas participantes han trabajado en dos o más lugares de forma simultánea y algunas trayectorias son nómadas, es decir, implican desplazamientos por distintas regiones de España o la realización de temporadas en distintos emplazamientos. Los relatos recogen experiencias principalmente en Andalucía, la Región de Murcia, la Comunidad Valenciana, Madrid, las Islas Baleares y las Islas Canarias. Asimismo, no se incluyó la variable de origen migrante, dado que solo uno de los participantes (James) lo es y su experiencia, centrada en cocina con escaso contacto con el público, no constituye el foco del análisis [para más detalle ver tabla 1].

Las entrevistas han constituido una herramienta fundamental para comprender cómo los trabajadores organizan y dotan de sentido su experiencia laboral y emocional (Pugh, 2013; Guber, 2011). Dado que el trabajo afectivo implica la movilización de la corporeidad y la subjetividad, y atraviesa distintas dimensiones de la vida (Kolehmainen y Mäkinen, 2021; Weeks, 2007), algunas prácticas pueden permanecer implícitas o no reconocerse como trabajo (Dowling, Nunes y Trott, 2007). Para evitar imponer categorías previas, se optó por un enfoque cronológico en el que los participantes narraban su trayectoria laboral completa (Gaete y Soto, 2012). Considerando los espacios laborales como campos sociales con sus propias jerarquías y conflictos (Becker, 2009; Martín Criado, 2008; Strauss, 2001), las entrevistas exploraron las percepciones de los trabajadores sobre sus posiciones, relaciones y modos de afrontar tensiones. Este formato facilitó la reflexión sobre sus trayectorias, los puntos de inflexión y los aprendizajes vinculados al trabajo, incluso entre quienes tenían menor experiencia.

Tabla 1. Características sociodemográficas y ocupacionales de las personas²

SEUDÓNIMO	EDAD	GÉNERO	EXPERIENCIA LABORAL (AÑOS)	ROLES**	TIPOS DE LOCAL**	NIVEL DE ESTUDIOS***
Lidia	25	Mujer	3	Camarera; Azafata en eventos	Restaurante hotel	Estudios universitarios (grado)
Cassy*	30	Mujer	3	Camarera	Restaurante; Tapas bar; Pub	Estudios universitarios (grado en curso)
Julia*	27	Mujer	3	Camarera	Bolera	Formación profesional
Jenny*	27	Mujer	10	Camarera; Relaciones públicas de Pub; Friegaplatos	Pub; Restaurante; Discoteca; Casino	Estudios de universitarios (grado en curso)
Sofía	27	Mujer	7	Camarera	Restaurante; Cafetería; Discoteca	Estudios universitarios (grado)
Lola	46	Mujer	20	Camarera; Relaciones públicas de Pub; Encargada	Pub; Discoteca; Beach club; Restaurante	Formación profesional
Merche	30	Mujer	10	Camarera; <i>Bartender</i> ; Encargada; Propietaria pub	Pub; Discoteca; Beach club	Formación profesional
Marina	31	Mujer	2	Camarera	Salón de eventos	Estudios posgrado (máster incompleto)
Laura*	27	Mujer	3	Camarera; Relaciones públicas de Pub	Pub; Discoteca; Chiringuito	Estudios universitarios (grado en curso)

² (*) Persona entrevistada en dos o más ocasiones a lo largo del proyecto. (**) Dado que las trayectorias laborales de los participantes son discontinuas e irregulares resulta difícil representarlas de manera lineal. Por ello, los roles desempeñados y los tipos de establecimiento no se presentan en orden cronológico y pueden haberse repetido en diferentes etapas. (***) El nivel de estudios indicado corresponde al que tenían en el momento de la entrevista y puede no coincidir con el que poseían durante sus experiencias laborales en hostelería, que a menudo se remontan a etapas anteriores de su trayectoria vital y profesional.

Carla	28	Mujer	< 1	Camarera	Pub	Formación profesional (en curso)
Catalina	38	Mujer	22	Camarera	Restaurante; bar; Discoteca; Restaurante de carretera	ESO (Educación Secundaria Obligatoria)
Olga	27	Mujer	< 1	Camarera	Comida rápida	Estudios universitarios (grado)
Nina	25	Mujer	2	Camarera; Friegaplatos	Cafetería; Casetas de feria; Camión de churros	Formación profesional (en curso)
Vera	32	Mujer	8	Camarera; Encargada; <i>Bartender</i>	Restaurante en hotel; Pub en hotel	Formación profesional
Aura	29	Mujer	5	Camarera; <i>Bartender</i>	Pub; Discoteca; Beach clubs; Bar; Salón de eventos	Estudios universitarios (grado en curso)
María	60	Mujer	40	Camarera; Encargada; Propietaria vinoteca	Pub; Bar; Vinoteca	Educación General Básica (EGB)
Alba	28	Mujer	7	Camarera; Socorrista en un beach club privado; Chica de imagen en discoteca	Discoteca; Beach club; Pub	Formación profesional (en curso)
Adriana	32	Mujer	5	Camarera	Restaurante; Taberna	Estudios posgrado (doctorado en curso)
Alicia	29	Mujer	10	Camarera; <i>Bartender</i>	Bar; Restaurante; Casetas en feria	Estudios universitarios (grado incompleto)
Noa	23	Mujer	3	Camarera; <i>Bartender</i>	Bar; Restaurante-pub; Discoteca	Estudios universitarios (grado en curso)
Eva	30	Mujer	10	Camarera; <i>Bartender</i> ; Encargada	Chill-out; Pub; Discoteca	Estudios universitarios (grado)
Lara	27	Mujer	3	Camarera	Bar en parque acuático	Estudios posgrado (doctorado en curso)
Lucas*	31	Hombre	12	Camarero; <i>Bartender</i> ; Encargado; Friegaplatos	Comida rápida; Pub; Bar; Chiringuito; Restaurante en hotel	Estudios universitarios (grado en curso)

SOCIOLOGIA HISTORICA (SH)

Fran	30	Hombre	13	Camarero; Encargado	Casetas en feria; Bar; Pub	ESO (Educación Secundaria Obligatoria)
Miguel	27	Hombre	10	Camarero	Casetas en feria; Bar; Pub	ESO (Educación Secundaria Obligatoria)
Carles	29	Hombre	3	Camarero; Ayudante de cocina; Cocinero	Restaurante; Bar	Estudios universitarios (grado en curso)
Manuel	27	Hombre	10	Camarero; Friegaplatos	Chill-out en hotel; Restaurante; Bar	
Antón	29	Hombre	<1	Friegaplatos; Camarero	Tapas bar	Estudios posgrado (doctorado en curso)
Rafa	27	Hombre	8	Camarero; <i>Bartender</i> ; Encargado	Restaurante; Chiringuito; Pub; Salón de eventos	Estudios universitarios (grado)
Pedro	58	Hombre	30	Camarero; Propietario de bar	Restaurante; Bar	Educación General Básica (EGB)
James	30	Hombre	5	Camarero; Ayudante de cocina; Cocinero	Bar; Restaurante	Educación básica
Juan*	21	Hombre	3	Camarero; Encargado	Restaurante; Bar de tapas; Pub	Formación profesional (en curso)
Jesús	30	Hombre	1	Camarero	Taberna	Estudios posgrado (master en curso)
Mario	32	Hombre	14	Camarero; <i>Bartender</i> ; Encargado	Cafetería; Restaurante; Bar; Pub	ESO (Educación Secundaria Obligatoria)
Pablo*	31	Hombre	10	Camarero; Encargado	Casetas en feria; Discoteca; Pub	ESO (Educación Secundaria Obligatoria)
Andrés	24	Hombre	3	Camarero	Restaurante; Chiringuito; Restaurante de alta cocina	Estudios posgrado (master en curso)

Con el fin de profundizar en la forma en que los trabajadores definen los límites entre lo laboral y lo no laboral, se identificaron, mediante múltiples etapas de codificación, los marcos subjetivos a través de los cuales los participantes interpretaban, daban sentido y organizaban sus experiencias y su mundo social; es decir, la clasificación que hacían de personas, situaciones, relaciones y de sí mismos en relación con su lugar de trabajo (Pugh, 2013; Guber, 2011). Por otra parte, al considerar que los discursos se enmarcan en situaciones sociales concretas y responden a fuerzas que configuran la posición de los actores dentro de las estructuras sociales e institucionales (Sølvberg y Jarness, 2019; Martín Criado, 2014; Conde, 2009), el análisis también se centró en las contradicciones y ambivalencias discursivas, con el fin de identificar las tensiones y las fuentes de conflicto moral o social en el trabajo diario. Esto permitió identificar las formas en que se expresan las tensiones generadas por la identificación de los límites del servicio en cada situación.

A continuación, se presentan diferentes formas de trabajo afectivo. Estas van desde las estrategias básicas de fidelización, en las que los límites del servicio están claramente definidos, hasta la inclusión de la corporalidad y la subjetividad del trabajador como parte del propio servicio, donde dichos límites están completamente diluidos.

3. RESULTADOS

3.1. Productores del ocio de otros

El sector de la hostelería se caracteriza por una gran heterogeneidad (Farrugia, Threadgold y Coffey, 2018; Dowling, 2007). Según el tipo de establecimiento, los límites del servicio —es decir, las tareas que se consideran formal o informalmente parte del trabajo— pueden variar considerablemente. Cada local puede entenderse como un pequeño campo social inserto en otros más amplios. Por ello, la manera en que los trabajadores ponen en juego su subjetividad y corporalidad dependerá de cómo se definan, tanto organizacional como socialmente, las experiencias y atmósferas que se pretende generar, así como de las reglas —formales o informales— que estructuran las interacciones entre los distintos actores (empleadores, empleados y clientela). Estas definiciones también determinan qué expectativas y demandas son legítimas por parte de la clientela o los empleadores.

Cuando el servicio se concibe como una transacción directa —por ejemplo, la entrega de comida o bebida a cambio de dinero—, la interacción con la clientela tiende a estandarizarse: es breve y requiere una inversión afectiva mínima por parte del trabajador. Un ejemplo de ello es el caso de Olga (27), quien trabajaba en un local de comida rápida perteneciente a una cadena y comentaba: “Aquí no tengo que hacer mucho. O sea, la gente viene, pide, te hace el pedido y se lo das”. En cambio, en otros contextos donde la interacción con la clientela es central, pero el servicio está estandarizado o se rige por normas claras, la afectividad se despliega dentro de unos límites definidos. Tal y como lo expresan Sofía (27), camarera en un restaurante italiano, “a veces, es como si estuviera actuando, es como estar en un escenario”, y Andrés (24), camarero en un restaurante de alta cocina: “yo tengo que adoptar un tipo de personalidad concreta: el Andrés camarero [...] Yo separo mucho el trabajo de mi vida personal, si estoy trabajando, estoy trabajando, nada más”. A pesar de poner en juego las propias cualidades sociales, ajustar la propia personalidad y las formas de expresión al servicio, el despliegue emocional puede ser interpretado a través del concepto de *surface acting* (Hochschild, 1983). Así, los límites entre lo laboral y lo no laboral se mantienen claros. También en contextos laborales donde el servicio se define como cercano, más íntimo y donde no hay reglas claras que lo estructuren, los trabajadores pueden desplegar estrategias que les permitan sistematizar sus propias prácticas afectivas. Tal y como comenta, Vera (32), camarera en restaurante-pub de hotel en Tenerife:

“Si estás fuera de la barra, recogiendo copas es: “ ¡Cuánto tiempo! ¡Amigo, volviste!” o... “Usted es nuevo”. Tú no le conoces de nada, pero les das a conocer que eres simpática y que quieres que vuelva. Sin necesidad de que te pague caro, sino hacer que vuelva. [...] Eso es importante. Llenarle el corazón de tal manera que vuelva”.

También, Lola (46), camarera con mucha experiencia en el sector del ocio nocturno en la Costa del Sol cuenta:

“[...] Si tú quieres que un cliente se quede con tu cara, trátalo como si fuera el único cliente que tienes y el más importante. Por ejemplo [simula una conversación un cliente]:

- ¿Has probado el Johnny Walker etiqueta negra?
- No, pero ahora...no me apetece Coca-Cola.
- ¿Te gusta ese whisky con agua? ¿Lo has probado alguna vez con Appeltiser?
- Pues mira, no lo he probado nunca.

- Pues vamos a hacer una cosa: yo te lo pongo, si no te gusta te lo retiro y no te lo cobro. Pero si te gusta, luego vengo y te pregunto qué tal”.

Luego viene otro día:

- “Coño, ponme uno como el del otro día”.

Desarrolladas a través de la experiencia, estas estrategias de fidelización permiten a los trabajadores generar en la clientela sensaciones específicas, como sentirse escuchada, atendida o valorada, que constituyen la base del servicio en hostelería (Kandampully, Zhang y Bilgihan, 2015; Williamson et al., 2009), y todo ello sin necesidad de realizar una inversión emocional significativa. Incluso aquellas prácticas que implican gestionar la intimidad del cliente pueden desplegarse de forma sistemática y distancia emocional por parte de los trabajadores, tal y como expresa Miguel (27), camarero en un bar-pub en un pueblo de Granada: “Siempre va a haber alguien con problemas. [...] ¿a quién se lo va a contar? Pues al camarero y tú tienes que escuchar sus problemas. Y tú con tortícolis: sí, sí, sí”. La estandarización del servicio – ya sea formal o informal– proporciona a los trabajadores unas reglas claras para interactuar con la clientela, lo que puede actuar como una forma de protección frente a demandas afectivas excesivas de la clientela (Leidner, 1993). De esta forma, aunque la afectividad forme parte del servicio, los trabajadores pueden mantener una clara separación entre su rol como productores de experiencias de ocio y su “sí mismo” fuera del trabajo. Cuando esta línea no está claramente definida, se somete a continua negociación, y es en esta tensión donde lo que realmente está en juego es la mercantilización de la corporalidad y la subjetividad, es decir, la conversión de estas cualidades en parte de la experiencia de consumo.

3.2. La puesta en juego de la propia intimidad ¿cliente o amigo?

Tal como explica Cameron (2018), los trabajadores pueden verse afectados por las mismas atmósferas y experiencias que contribuyen a producir. Cuando la afectividad entra en juego, los límites del servicio tienden a volverse más ambiguos y la implicación emocional del trabajador en la interacción con la clientela puede intensificarse. En algunos casos, la práctica comúnmente denominada dentro del sector como “hacer de psicólogo” deja de ser un ejercicio de escucha unilateral y se transforma en un intercambio en el que el trabajador pone en juego aspectos de su propia intimidad. Merche (30), encargada y camarera en un pub en Jaén, ofrece un ejemplo de esta dinámica:

“El otro día estuve hablando con una chica casi una hora [...]. Yo vi que necesitaba hablar y terminamos hablando de que se había separado y de que estaba súper mal. Yo le dije: “ah, pues yo también me separé”. Pues la chica luego vuelve. [...] La gente, al final, busca sentirse protagonista, que les des bola [...] Hay que hacer clientes y la manera es esa: tener cosas en común, llevarte bien con la gente, caer bien. Yo pienso que me sale solo”.

También, Pedro (58), propietario de un bar y camarero comenta: “Mis clientes son como una familia. También...cuantos más clientes tienes, mejor para el negocio”. La afectividad y la vinculación con la clienta se mezclan con la producción del servicio, con la generación de capital, son movilizadas por y para éste. La creación de vínculos se convierte, en estos casos, en una parte esencial de la experiencia del servicio y se relaciona estrechamente con las dinámicas de consumo de la clientela. De hecho, estas interacciones íntimas y cercanas pueden generar un sentimiento de lealtad por parte de la clientela que se dirige no hacia el local en sí, sino hacia un o una trabajadora en concreto. Adriana (32), que lleva siendo camarera por más de siete años y ha trabajado en varias tabernas de Madrid, señala que:

“Hay clientela que se mueve por el camarero. En bares pequeños, donde yo he trabajado en barra siempre, hay un tipo de cliente parroquiano, del barrio, que va a los sitios por el trato exclusivamente. Si tu trato se va de un sitio a otro, pues ellos se van donde esté el trato. [...] Donde trabajo ahora me preguntan cuándo va a venir Sara, mi compa y, a ella, otros le preguntan por mí, porque quieren venir a verme a mí”.

Aquí el servicio depende de la puesta en juego del “sí mismo” de los trabajadores. Su humor, su carisma, sus gustos, su empatía se insertan en el proceso de producción del servicio, adquiriendo valor y constituyendo formas de capital variable (Moreno Pestaña, 2020; Farrugia, Threadgold y Coffey, 2018). El límite entre el “yo-trabajador” y el “yo-fuera del trabajo” se emborrona, tal y como expresa, Juan (21), encargado y camarero en un pub en Jaén: “en la hostelería la forma en la tú eres fuera es la misma forma en la que eres cuando estás trabajando. Es complicado un local depende mucho de tu persona”. Es entonces, cuando la producción afectiva implica la participación activa de los/as trabajadores/as en las experiencias y atmósferas afectivas que ellos/as mismos/as producen, y éstos se convierten en consumidores parciales (Manolis et al., 2001). En este sentido, Laura (27), camarera en un pub de Granada, expresa cómo:

“Yo me hice con los clientes. Por ejemplo, un cliente me pedía música de Justin Bieber y estaban ahí los clientes pasándoselo genial. Pues yo se la ponía y yo era la primera que cantaba y que bailaba con ellos. Porque ya que estás trabajando que menos que pasártelo bien”.

Ella misma consume la atmósfera afectiva que contribuye a producir. Así, los límites entre trabajo y ocio, entre lo íntimo y lo laboral, se desdibujan, convirtiéndose en una fuente de tensión para las trabajadoras. En este contexto, Adriana (32) describe las relaciones que se generan entre camareros y clientela en las tabernas donde ha trabajado como vínculos difíciles de clasificar:

“No he tenido relaciones así fuera de la hostelería. Ni siquiera con el concepto de colegas lejanas [...] son relaciones extrañas: fuertes pero precarias, oscilantes, intensas, pero efímeras a la vez. [...] Son relaciones muy intensas, generalmente, más de la otra persona hacia mí”.

Cuando los límites del servicio no están bien definidos, resulta más difícil delimitar sus competencias y hasta qué punto pueden —o deben— implicarse y poner en juego su “sí mismo”, por ejemplo, su intimidad o su sentido del humor:

“Es muy difícil tener un mal día siendo tabernera. A mí se me valora mucho porque soy divertida. Si yo un día estoy bien, de broma, pues todo el mundo muy bien. Pero, he tenido días más en los que he estado mal y los clientes me han preguntado: “¿Qué te pasa hoy?”, “salimos fuera y me cuentas un rato” [...]. A lo mejor un día les cuentas porque lo quieres hacer y porque vas a explotar y no puedes más, lo haces con el primero que pase o con ese cliente que te cae bien. [...] Yo quiero poder algún día hacer mi trabajo en silencio, neutral y que no se me apele”.

La ambigüedad de los límites entre lo íntimo y lo laboral puede llevar a parte de la clientela —para quienes la afectividad resulta central— a formular demandas emocionales y afectivas excesivas hacia los trabajadores. Así, en ocasiones, la línea que separa al cliente del amigo se difumina para la clientela, y son los trabajadores quienes se ven obligados a trazarla sin confrontar directamente a la clientela. Merche (30) ilustra bien esta idea:

“Cuando trabajas en la noche la gente se cree que es tu amiga. Cuando me casé, hice una boda íntima, y muchos clientes me decían: ‘Yo esperaba que me invitasen’ ‘estoy aquí todos los días tomándome algo

contigo”. Y yo: “Pero, vamos a ver, que yo estoy trabajando. [...] Tú vienes al sitio en el que estoy trabajando porque te caigo bien y vienes a tomarte copas. Pero no somos amigos. Tú y yo nunca nos hemos tomado un café”.

De forma similar, Laura (27) cuenta:

“Hay mucha gente que confunde las relaciones entre camarero y cliente. Yo a lo mejor puedo estar dentro, mientras estoy trabajando, y ser un amor contigo y tú creer que yo soy tu amiga, cuando yo realmente no soy tu amiga”.

Estas formas de vinculación —la generación de “confianza” entre camarero y cliente en un contexto de servicios estructuralmente configurado por relaciones de poder desiguales— pueden dar lugar a una intensificación del trabajo. Esto se suma aquella ya presente en este tipo de trabajo— marcados por unas condiciones laborales precarios y horarios extenuantes e irregulares. Esta intensificación se manifiesta, por un lado, en lo que Adriana (32) define como “un cansancio emocional y social del recopón bendito”, y, por otro, en una extensión irregular del tiempo de trabajo en base a la afectividad, tal y como Lucas (31), camarero con experiencia en diversos bares de tapas y chiringuitos de playa en distintas ciudades de Murcia y Almería, señala:

“Con los que vienen todos los días, puede que forjes cierta amistad, por llamarla de alguna forma. Esto tiene una contrapartida: el exceso de confianza es igual a la pérdida de respeto. [...] Cuando el cliente te conoce mucho puede pasarse de confianza. A veces, estás cerrando el bar, estás hasta las pelotas de trabajar, todos tus clientes, amigos y no amigos, saben que estás reventado... Pero ¿qué pasa? Que llega la hora de cerrar y te dicen: “ponme otra”, “coño, Lucas, ¡no seas cabrón!”. Toda la bondad que tenías conmigo, desaparece. Da igual que me veas que me sale humo de los pies, tú lo que quieres es tu cubata”.

De esta forma, el trabajo afectivo no solo puede implicar un sobreesfuerzo social, sino también un incremento del esfuerzo físico y dificultar la posibilidad de descanso. Esto está relacionado con formas de explotación que acaban afectando a los cuerpos y las mentes de los trabajadores (Moreno Pestaña, 2016; 2020). Se trata de una dimensión de la explotación relacionada con los límites del trabajo y su indefinición, en este caso, de los roles de cliente y amigo, y de las demandas subjetivas flexibles por parte de la clientela (López Álvarez,

2023), que se suman a las formas de explotación ya identificadas en el sector en relación con sus condiciones laborales (Baum et al., 2024; Booyens et al., 2022).

3.3. Consumir alcohol ¿gusto o parte del trabajo?

Participar activamente en la experiencia o en la atmósfera producida implica, en ocasiones, tomar parte en el consumo. El consumo de alcohol se convierte así en una práctica no solo común entre los trabajadores del sector, sino también naturalizada e, incluso, institucionalizada. Alicia (29), camarera de un bar de tapas en Granada explica: “[...] cuando bebes cerveza te vuelves más simpática, más amable, tienes menos vergüenza, más seguridad, incluso más energía y eso viene genial”.

Tal y como muestran investigaciones previas (Farrugia et al., 2023; MacLean et al., 2021; Buvik y Scheffels, 2020), para algunos trabajadores el alcohol llega a ser un elemento percibido como fundamental para desempeñar adecuadamente su trabajo. Funciona como herramienta para gestionar el estrés, enmascarar el cansancio y responder a la exigencia implícita de mostrar un estado emocional “adecuado”, en sintonía con el de la clientela. Para Juan (21):

“Cuando te tomas un par de copas ya te animas más. Es que, tú imagínate, a las tres de la mañana y llevas desde las cuatro de la tarde ahí metido... La gente, en ese momento, está arriba y tú tienes que darle juego. [...] Mi trabajo es ser simpático veinticuatro horas. Lo peor que te puede pasar es que tus clientes estén en un lado y tú estés en otro [...]”.

Cuando el jefe de Noa (23), camarera en un restaurante-pub de Madrid, intentó prohibir el consumo de alcohol entre los trabajadores, debido tanto al elevado consumo como a la práctica generalizada de invitar a chupitos a la clientela, ella le respondió: “Luca, si quieres que demos fiesta, nosotros también tenemos que estar en modo fiesta” y argumenta:

“Yo trabajo mejor cuando me tomo un par de chupitos que cuando no. Porque llega un momento en el que el estrés es máximo, con todo el mundo en plan “eh, eh, eh” [...] y si estoy con un par de chupitos me lo tomo... mejor”.

Ante su argumento, su encargado optó por no prohibir la práctica, sino establecer reglas para regularla y asegurar su rentabilidad:

“Ahora lo que hacemos los fines de semana es mermar dos botellas de Tequifresi y dos de Fireball para invitaciones. Ahí sí que podemos coger y no avisar a los encargados. Nos podemos tomar un chupito siempre con el cliente”.

Esta práctica, lejos de responder a una elección puramente individual de la trabajadora, es generada y movilizada por el capital, y desempeña un papel central en la configuración de las relaciones de producción. Se define y negocia en el seno de la tríada característica del sector servicios: empleador-empleado-clientela. Los encargados, y aún más los empleadores, pueden desempeñar un papel decisivo en su consolidación: normalizándola, regulándola e, incluso, iniciándola o imponiéndola. En una de las discotecas donde trabajó Lola (46) como camarera, su jefe promovía activamente esta práctica como parte de las dinámicas orientadas a la producción de privilegio para los “buenos clientes”. Ella comenta: “mi jefe invitaba a los clientes buenos a bourbon y te tomabas los chupitos con ellos. Yo salía de allí con unas borracheras...”. De una forma similar, en la bolera donde Julia (27) trabajaba como camarera, beber con la clientela era parte de un juego que instituido por su empleador y encargado:

“[...] si la gente hacía un pleno en los bolos, la invitábamos a “un cubalibre a trago”. Eso a la gente que venía así mucho o que se gastaba mucho. [...] No lo hacíamos solo para ellos [clientela], sino que lo hacíamos para todos. Como si fuéramos...una familia ¿sabes? Nos lo tomábamos todos juntos: el jefe, Anto, Carol, yo y los clientes. Había veces que subían la foto, lo poníamos en Instagram. Eso le tocaba mucho a la gente”.

En estas situaciones, el consumo de alcohol también constituye una práctica orientada a la producción de privilegio, que adopta la forma de un ritual social en el que personal y clientela participan conjuntamente, difuminando así sus respectivos roles. Este desdibujamiento tiene un impacto directo en la forma en que Julia (27) percibe estas actividades. Al igual que en la investigación de Kolehmainen y Mäkinen (2021), aunque estas prácticas contribuyen a la generación de plusvalía, al ser percibidas como disfrutables y voluntarias no se reconocen como trabajo, sino como formas de ocio que tienen lugar dentro del espacio laboral. Estas prácticas también implican una intensificación del trabajo en términos de esfuerzo social y emocional, además de tener consecuencias físicas sobre el cuerpo de los trabajadores.

Para Noa (23), su experiencia laboral ha reforzado su “gusto por la fiesta”, integrando progresivamente las esferas de lo íntimo y lo laboral: “Yo, por ejemplo, para mi cumpleaños pedí trabajar. Para hacer la previa gratis en el

trabajo. [...] Me eché chupitos con todos los clientes. Acabé fatal”. El beneficio que obtiene Noa radica en la posibilidad de estar en estos espacios, de formar parte de su atmósfera y de vivir la experiencia de la “fiesta”. Esta es una de las principales motivaciones para trabajar en este tipo de espacios y dedicarles tiempo libre. Para participar activamente en estas atmósferas, debe consumir alcohol, por lo que el consumo se acaba convirtiendo en un hábito indispensable para poder trabajar. Este es un patrón común en el sector que deriva en trastornos como el alcoholismo. Lucas (31) expresa cómo el consumo de alcohol formaba parte de la dinámica habitual en muchos de los lugares en los que trabajó y da un ejemplo:

“En el hotel tenía una compañera que era ya mayor, tendría unos cincuenta y pico años. [...] La tía bebe, bebe trabajando...coge y mete siete u ocho quintos en el congelador para tenerlos preparados y se los toma dentro del almacén: “ploff”. Ella trabajando: uno, otro”.

También el relato de Adriana (32) expresa esta dependencia del alcohol y otras sustancias de forma clara:

“En esa taberna...ahí experimenté lo que eran el alcohol y las drogas en el trabajo. Me lo pasé muy bien, en parte, por eso. [...] Eso era un peligro: había *speedy* otras drogas. Entré de lleno. También, en parte, porque me ayudaba a seguir ese ritmo. [...] Empecé a pensar que tenía que bajar el nivel de puestas, pero, pero me asusté porque pensaba ...que, si dejaba la droga, dejaba el bar. Ya no sería tan divertido. También, había otros factores a corto plazo como: si al día siguiente tienes resaca, pues otra vez te pones y así. El día que ni curras ni estudias pues estás todo el día tumbada en la cama y ya. [...] Estuve dos años así...y porque me paró la pandemia, si no, no sé qué hubiera pasado”.

El consumo de alcohol, en estos entornos, es una práctica configurada por las relaciones de producción del sector. Ya sea por la intensidad del trabajo, en términos de turnos extenuantes o del esfuerzo emocional que exige (Buvik y Scheffels, 2020), o porque constituye un elemento central en las formas de relación entre compañeros/as e incluso con los superiores (Ralph et al., 2024; Farrugia et al., 2023). Su incorporación como hábito tiene consecuencias. Lucas (31) señala un aspecto clave: la relación entre estas formas de consumo y la generación de carencia como parte de un círculo vicioso:

“Te crees de verdad que si no te tomas eso no puedes trabajar y es mentira, porque yo lo he comprobado [...] Encima de todo de que estás jodido y de que tienes un trabajo precario, te gastas buena parte

de tu sueldo en eso. Además, eso deriva en que ya no consumes solo para trabajar, sino siempre. [...] Conozco muchísimas personas que ganan 700 u 800 euros al mes y se gastan 300 o 400 euros al mes en eso”.

De este modo, se configura una carencia que trasciende la dimensión económica y alcanza el tiempo libre y los vínculos sociales fuera del sector, constituyéndose simultáneamente en efecto y fundamento de la explotación. En consonancia con otras investigaciones (Ralph et al., 2024; Guerrier y Adib, 2003), esta dinámica convierte el límite entre el ocio y el trabajo en una fuente constante de tensión. Se trata de una tensión subjetiva, pues muchos trabajadores tienen dificultades para establecer dónde termina el trabajo y comienza el tiempo libre en un contexto en el que la “fiesta” forma parte constitutiva de la experiencia laboral. Para Pablo (31), encargado y camarero en una discoteca, su trabajo se sitúa “entre la fiesta y el trabajo porque hay alcohol de por medio, pero, al mismo tiempo, estás trabajando”. Esta carencia está directamente relacionada con la resignificación de lo “divertido” y su articulación con el contexto laboral. “Estar de fiesta” mientras se trabaja — beber, bailar con la clientela o permanecer en el ambiente— se convierte en un hábito, especialmente en los espacios asociados al llamado “mundo de la noche”. La falta de límites entre “la fiesta” y “el trabajo” dificulta que los trabajadores delimiten con claridad hasta dónde llega su trabajo. Esta ambigüedad se convierte, a su vez, en la base de la aceptación de la explotación.

Esta línea se convierte en una fuente de tensión y negociación para los trabajadores, que ponen en práctica lo que Bayard de Volo (2003) denominó como *infra-política*: estrategias no organizadas, generalmente individuales, orientadas a poner límites a las demandas afectivas y de consumo sin romper con la lógica del servicio; es decir, sin confrontar directamente al cliente ni quebrar la performance emocional que exige mostrarse afable y divertido. Lola (46) lo ejemplifica así: “Las camareras echaban los chupitos en las botellas de cerveza y hacían como que se los bebían. Yo, como soy gilipollas y no me gusta la cerveza, hasta que aprendí eso, me los bebía”. Los trabajadores se ven obligados a negociar continuamente hasta qué punto deben implicarse en el proceso de producción, siendo ellos mismos los responsables de trazar sus propios límites.

3.4. Más allá de la jornada laboral y del espacio de trabajo

En relación con las diferentes formas de explotación que se pueden encontrar en el sector de la hostelería, cabe señalar que los procesos de producción pueden extenderse más allá de la jornada laboral oficial y del espacio físico del

local. Esta extensión puede interpretarse de dos maneras: como una forma de trabajo adicional para empleadores y empleados, lo que a veces implica una remuneración muy inferior a la correspondiente, o como una extensión del ocio de los trabajadores, por lo que no se reconoce ni se remunera como trabajo (Vorobjovas-Pinta, 2021; Guerrier y Adib, 2003). Si bien las primeras merecen atención, pues también conllevan explotación en forma de intensificación del trabajo y vulneración de los tiempos de descanso, con el consiguiente desgaste físico, la atención de este artículo se centra en aquellas formas de trabajo afectivo que no son interpretadas como trabajo, sino como ocio por los trabajadores. En este caso, el cocinero y ella eran los únicos trabajadores presentes en el local, ya que no había encargados y el empleador no solía acudir al local, por lo que podían tomar decisiones sobre su propia organización. En otros casos, los empleadores también pueden propiciar este tipo de dinámicas, como es el caso, una vez más, del jefe de Julia (27). Antes de comenzar la jornada laboral:

“En ocasiones, en verano, el jefe organizaba barbacoas en un descampado que había detrás de la bolera. No había que pagar nada. Lo organizaba para nosotros [el personal] y los cuatro o cinco clientes...Alguna vez se han juntado diez clientes así de confianza ¿sabes? [...] Íbamos al medio día, hacíamos la barbacoa y ya después abríamos. Íbamos totalmente ciegos [ríe a carcajadas]”.

Después de cerrar también:

“[...] Había veces que a lo mejor cerrábamos la verja y nos quedábamos unos cuantos ahí tomándonos unos cubatillas [...]. Algunos clientes VIP, de los de la “familia” [entrecomilla con las manos] por decirlo así”.

Estas prácticas no solo generan experiencias de privilegio para ciertos clientes “especiales”, constituyen estrategias informales de fidelización que producen vínculos afectivos que pueden traducirse en beneficio económico para la empresa. También facilitan la adopción de un estado emocional “adecuado” para realizar el trabajo. Se trata, por tanto, de formas de trabajo afectivo no reconocidas que se extienden más allá del horario laboral, disolviendo una vez más las fronteras entre productor y consumidor, trabajador y cliente, y redefiniendo las propias nociones de ocio de los trabajadores.

La interacción entre el ocio y las dinámicas de producción también puede trascender los límites físicos del lugar de trabajo. Alba (28), camarera con más de siete años de experiencia en *beach clubs* y discotecas exclusivas de Marbella

e Ibiza, ha trabajado también, ocasionalmente, como “chica de imagen”. Este rol, pobremente definido y situado a medio camino entre el personal y la clientela, implica poner en juego la subjetividad y la corporalidad para “crear la atmósfera” del local. Esto puede abarcar múltiples tareas, como explica la propia Alba: “llevar las botellas caras, estar en el reservado o bailar o hacer bulto, estar en la cabina del DJ...”. Aunque estas tareas son, en ocasiones, remuneradas, Alba afirma haberlas realizado siempre “por hacerle un favor a la empresa”, y por tanto sin recibir compensación económica. Estas experiencias como “imagen” respondían a demandas espontáneas de sus empleadores, que solían producirse durante su tiempo libre:

“[...] En una discoteca de Málaga, por ejemplo, estábamos tomando algo en la barra mi amiga y yo, y vinieron unos jugadores de baloncesto. Y el tío... ese jugador, pues quería chicas en el reservado. Y, claro, mi jefe nos llamó y pues estuvimos ahí con él. Nada, haciendo el paripé, bailando y poco más. Al final es que lo de imagen es eso. Te ponen en una mesa, bebidas y estar con la gente y hablar con los tíos... Y te mueven de aquí para allá”.

Esta falta de reconocimiento, junto con la retórica del “favor a la empresa”, constituye la base de la explotación: el vínculo de lealtad hacia la empresa se utiliza como justificación para no rechazar el uso del propio tiempo libre. Además, muchas trabajadoras frecuentan en su tiempo libre los mismos locales en los que trabajan (o que pertenecen a los mismos dueños), lo que las mantiene implícitamente disponibles para este tipo de demandas. De este modo, se normaliza una forma más de colonización del tiempo libre por parte del trabajo, orientada, una vez más, a la producción de experiencias de privilegio para la clientela “selecta”. Por otra parte, la sexualización del rol de “chica de imagen” sitúa estas prácticas en el límite entre el trabajo afectivo y el trabajo sexual, un límite complejo que será abordado en otro artículo (actualmente en elaboración). Lo que interesa subrayar aquí es que la indefinición del rol de “chica de imagen”, sumada a la puesta en juego de una performance de género fuertemente sexualizada como parte del servicio, en la que cuerpo y subjetividad están se mercantilizan, conduce a muchas trabajadoras a no reconocer estas prácticas como trabajo. Alba (28), por ejemplo, no incluye estas experiencias en su currículum.

Al igual que en los casos anteriores, este tipo de dinámicas también pueden producirse sin que haya una intervención explícita del empleador. Un buen ejemplo es la práctica habitual de “continuar la fiesta con los clientes después del cierre”. En este sentido, Fran (30), con experiencia como camarero en varios locales y encargado en un pub, lo describe así:

“Si cerrabas a las tres o las cuatro de la madrugada el pub, entonces... desde las seis o siete de la mañana hasta las cuatro de la tarde sí que tenías para dormir lo que te diera la gana. [...] Entonces, Miguel y yo nos hemos ido de fiesta con muchos clientes: desde el más grande hasta el más chico [...] Nosotros si había una fiesta, ahí íbamos. ¿Que había un tío en un banco con un libro? Ahí íbamos”.

En algunos casos, la integración total entre ocio y trabajo produce una vinculación completa del trabajador con las lógicas de producción, afectando no solo a la organización de su tiempo y rutinas, sino también a sus formas de vinculación social. En estos contextos, las cualidades y habilidades de los trabajadores, ya sean preexistentes o adquiridas a través de la experiencia laboral, adquieren valor en la medida en que se insertan en estos procesos de producción indefinidos. El trabajo se instituye como fuente de relaciones sociales y de reconocimiento simbólico. El caso de Noa (23) es ilustrativo: tras finalizar la jornada, ella junto con sus compañeros/as acuden regularmente a una discoteca que forma parte de la misma empresa para la que trabajan y comenta como allí: “ [...] me dejan subirme a la barra para repartir chupitos. Aunque yo no esté trabajando. Entonces, me pongo a repartir chupitos a todo dios y la mayoría son los clientes que han estado antes en nuestro local”. De forma similar, Juan (21), en su periodo como camarero y encargado de un pub informal en Jaén, comentaba cómo:

“Sé cómo funciona la gente. Yo ligo con todas las tías y ellas quieren ligar conmigo. Les pongo caras tontas, les tiro besillos. [...] Con los tíos, algunos quieren que los trates muy bien, que les des un abrazo delante de sus amigos. Les va el sibaristimo como diciendo: “Mira quién soy. Hemos venido aquí y nos han tratado como a reyes” [...] Hay clientes que sí que son la polla, que han acabado siendo amigos míos. Clientes de: “Venga, Juan, te espero. Cierras y nos vamos por ahí”. Yo este verano, por ejemplo, tenía el pub lleno a última hora porque tenía un montón de gente esperando para irse a hacer botellón con los camareros”.

Todas estas prácticas constituyen formas de trabajo afectivo que tienen lugar al finalizar la jornada, en las que se pone en juego y se mercantiliza la corporalidad y la subjetividad de los trabajadores: la personalidad, el carisma, el sentido del humor, las formas de expresión, así como los saberes sobre la gestión de emociones y la producción de atmósferas afectivas. De este modo, se genera plusvalía incluso fuera del horario y del espacio de trabajo. Estas cualidades adquieren así un valor propio y se configuran como formas de capital variable estético y cultural (Moreno Pestaña, 2016, 2020), movilizadas

para producir y mantener relaciones que solo cobran sentido dentro de estas dinámicas de producción. Los trabajadores cuyas cualidades son especialmente valoradas en estos espacios se insertan en un proceso en el que el principal beneficio que reciben es el reconocimiento social por parte de la clientela (Sappey y Maconachie, 2012). En el caso de Juan (21), aunque su motivación inicial era económica (como encargado, obtenía un cinco por ciento de lo recaudado en caja cada noche), el reconocimiento social fue adquiriendo un peso creciente en su experiencia. Juan (21) dedicaba gran parte de su tiempo libre a participar en estas dinámicas festivas, lo que derivó en una profunda integración entre su trabajo y su vida personal: sus vínculos sociales, su valor personal e incluso su identidad quedaron estrechamente ligados al empleo. La intersección entre reconocimiento social y rentabilidad constituye, así, la base para la prolongación indefinida del proceso laboral. Los trabajadores más vinculados al espacio laboral destinan su tiempo libre únicamente al descanso físico. La intensa imbricación entre trabajo y ocio, en la que lo laboral se convierte en fuente de vínculos, hábitos y organización total del tiempo, genera un escenario en el que no existe un “afuera”: no hay acceso a otros espacios, actividades o relaciones ajenas al entorno laboral. En este sentido, el trabajo se asemeja a una institución total (Goffman, 2019).

Esta dinámica tiene consecuencias sobre los cuerpos y las mentes de los trabajadores, produciendo tensiones y malestar. En términos de Moreno Pestaña (2024), se trata de una forma de explotación no solo económica, sino también cultural: una explotación que afecta al descanso corporal y que exige la adquisición y el mantenimiento de una subjetividad y una corporalidad determinadas (una manera de hacer, unas cualidades estéticas y unas formas de expresión concretas) necesarias para participar plenamente en las experiencias de “fiesta” que producen. En este sentido, el testimonio de Noa (23) es también ilustrativo:

“Tengo los horarios cambiados totalmente. Todos los días, trabaje o no trabaje me duermo a las seis de la mañana. Normalmente siempre salgo con los del curro y, como solo tenemos tres horas de fiesta, también nos vamos de *after*. Entonces, en ese caso, llego a las once o doce de la mañana a mi casa. Me voy a casa, duermo, me levanto, curro. Por la mañana no me da tiempo a nada. Y, si no salgo de fiesta, llego a casa después de haber estado en el *mood* de fiesta y no me puedo dormir, igualmente me duermo a las seis. [...] Entre semana no hago nada. Me intento levantar un poco pronto, porque si no me amargo y me siento un despojo humano. [...] Me ha dado problemas con mi padre, con mis amigas y también con mi expareja. [...] Aunque sigo manteniendo mis amistades de toda la vida, las veo

muchísimo menos. Ellas están en tiendas de ropa o están estudiando. [...] Yo estudio por las mañanas, ellas por las tardes. Ellas quedan los fines de semana, yo los fines de semana no puedo. Eso sí que lo noto bastante”.

En estos contextos laborales, las dinámicas de significación del ocio arrastran a los trabajadores, haciéndolos responsables de definir por sí mismos los límites entre lo laboral y lo no laboral. La tarea de trazar esa línea —de decidir cuándo termina el trabajo y comienza el tiempo propio— recae individualmente sobre ellos, convirtiéndose en una carga más dentro del proceso de explotación. Es precisamente en esta tensión, en el esfuerzo por definir y negociar esos límites, donde se abre también la posibilidad de resistencia. En este sentido, la negociación de esos límites puede pasar por la no participación en estas actividades. Sin embargo, esta decisión conlleva un coste: dichas prácticas funcionan como rituales necesarios para participar plenamente en la vida social del local. El caso de Antón (29) resulta ilustrativo. Tras perder la beca que financiaba sus estudios universitarios, comenzó a trabajar los fines de semana en un bar de tapas, donde salir de fiesta con clientes, compañeros y jefes después del cierre se había convertido en una práctica habitual:

“Muchas veces me decían: ‘Antón, ¿te quieres venir?’ y yo decía: ‘no’. [...] Tenía claro que si decía que ‘sí’ iba a perder el control. Que no era ir una noche y ya. Que, luego, el siguiente sábado me iba a ser más difícil decir que ‘no’”.

En este caso, el objetivo principal de Antón era finalizar sus estudios, lo que le permitía decir “no”. No necesitaba implicarse activamente en esos espacios ni mantener aquel empleo, que concebía únicamente como una fuente puntual de ingresos. Su no participación operaba, así como una forma de resistencia consciente, un mecanismo para demarcar el, cada vez más difuso, límite entre trabajo y ocio. Esta estrategia resultaba esencial para poder seguir vinculado a sus estudios universitarios. Como ya se ha señalado, la delimitación de los límites del servicio y del trabajo recae de manera individual sobre los trabajadores. Son ellos quienes deben navegar estas dinámicas, negociar y calibrar cuánto poner en juego para protegerse de estas formas de explotación.

Adriana, que había dejado temporalmente la hostelería mientras cursaba la primera parte de su doctorado, se vio obligada a retomarla por necesidad económica en la segunda. Esta vez, sin embargo, optó por reducir su implicación: solo trabaja los fines de semana en otra taberna, plenamente consciente de la situación vivida en la anterior:

“A mí me ayuda mucho hacer una tesis, porque es como: “tu vida es esta”. Yo lo que no voy a hacer nunca más es dedicarme a trabajar solo en el bar. Tiene que haber otra cosa, aunque me canse el doble. [...] No puedes trabajar solo en un bar, te pierdes”.

Adriana (32) define el trabajo en la hostelería como una dinámica absorbente. Estas rutinas, aunque generan diversas formas de malestar, se incorporan al propio *habitus*, lo que dificulta el desarrollo de formas de resistencia plenamente conscientes. En aquellos casos en los que la persona está completamente inmersa en las dinámicas de producción, con su tiempo y su “sí mismo” estrechamente vinculados a ellas, trazar la línea que separa el trabajo del resto de esferas de la vida suele requerir una ruptura abrupta (por ejemplo, provocada por el deterioro de la salud física, mental o social) o bien un proceso paulatino de desvinculación afectiva (como puede ocurrir tras un cambio en la posición ocupada dentro de las jerarquías informales del entorno laboral). Juan (21) experimentó varios de estos cambios. En la primera entrevista, trabajaba como encargado en un pub de Jaén. Como se ha señalado, contaba con un alto grado de agencia en la organización del local y en la producción del servicio, y gran parte de la atmósfera dependía de sus interacciones con la clientela y de la puesta en juego de sus cualidades personales. Sin embargo, al mudarse a Granada para cursar un Grado Superior, dejó de trabajar en la “noche” a tiempo completo y pasó a hacerlo solo los fines de semana en un pub donde, en sus palabras, “solo era un camarero más”. En este nuevo entorno, sus cualidades estéticas y culturales dejaron de tener el mismo valor ante una clientela diferente y de mayor edad. La pérdida de valor de su capital estético y cultural, sumada a su cambio de posición en la jerarquía formal e informal, implicó también una disminución de su agencia y control sobre el proceso productivo. Esto redujo su vinculación con el trabajo y, al mismo tiempo, la exposición a nuevos espacios sociales generó nuevas tensiones, que Juan expresó en una segunda entrevista de la siguiente manera:

“Antes estaba muy metido en la noche. Lo vivía, lo disfrutaba. Pero, al alejarme un poco más de la noche, ha sido cuando me he dado cuenta de que o vives para la noche o te amargas para la noche. [...] Te acaba metiendo en un círculo vicioso. Quiero dejarlo. La noche es eso: una mierda con purpurina. [...] Pero yo pienso en quedarme en mi casa un fin de semana que no tenga plan y me amargo. Tampoco tengo la costumbre de salir los fines de semana después de tantos años, he perdido la costumbre. Y luego si no trabajo en eso ¿de qué trabajo? ¿En un Leroy Merlin? ¿En un Mercadona? No, zapatero a tus zapatos. Sé ya lo que tengo que hacer, no tengo que aprender cosas nuevas. Sé cómo moverme con la gente, sé cómo está la gente”.

A lo largo de su trayectoria laboral, y mediante la repetición de la práctica, ha ido constituyendo su “sí mismo”, lo que le convierte en sujeto y le permite desarrollar un *habitus* profundamente vinculado a estas formas de producción, ajustándose a las demandas del subsector específico del “mundo de la noche”. En este contexto emergen sus relaciones sociales, sus prácticas afectivas, sus modos de disfrute, sus gustos (lo que considera atractivo o insoportable) y sus formas de organización del tiempo, lo que dificulta enormemente desligarse de él. Sin embargo, las formas de explotación que conllevan estas prácticas someten a los cuerpos y a las mentes a una presión constante, que se suma a las condiciones ya precarias del sector en términos de salarios, horarios y contratos. Esto provoca que los cuerpos se agoten, que aquello que antes resultaba divertido deje de serlo, y que el autoconcepto se resienta. Todas estas manifestaciones son formas en las que el cuerpo y la mente muestran su límite, expresando dolor y extenuación (Moreno Pestaña, 2016; 2020).

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN: SUBJETIVACIÓN Y EXPLOTACIÓN

El trabajo afectivo no siempre implica la mercantilización del cuerpo y la subjetividad del trabajador, pero se basa en lógicas en las que los límites de lo laboral, lo que determina hasta dónde debe llegar el trabajo y qué queda fuera, se difuminan y no están claramente definidos. En estos contextos, son los propios trabajadores quienes deben negociar y establecer estos límites.

Por ello, para comprender las lógicas de explotación asociadas al trabajo afectivo en la hostelería, es fundamental tener en cuenta cómo se forma la subjetividad de los trabajadores a través del trabajo (Gerrard y Farrugia, 2021; Weeks, 2007). En otras palabras, se trata de analizar cómo se desarrollan, imponen y negocian las definiciones de los límites que conforman la separación entre lo laboral y el resto, es decir, hasta dónde llegan el tiempo y el espacio productivo y hasta dónde los trabajadores deben desempeñar su rol no solo de productores sino también como consumidores.

La sistematización, más o menos formal, del servicio proporciona a los trabajadores un guion claro sobre cómo desenvolverse en la relación con la clientela, permitiéndoles distinguir entre su rol laboral y su yo fuera del trabajo (Leidner, 1993). En contextos en los que el servicio se define social y organizacionalmente como cercano e informal, y donde no existen reglas precisas que determinen la forma e intensidad del trabajo afectivo -es decir, el grado en que los trabajadores deben implicarse en la interacción con la clientela (López Álvarez, 2023; McDowell, 2009)-, los trabajadores pueden

desarrollar estrategias para sistematizar su comportamiento y generar una sensación de privilegio en la clientela, fundamental en este sector (Kandampully, Zhang y Bilgihan, 2015; Williamson et al., 2009), con una implicación emocional mínima. No obstante, en algunos contextos, la participación activa de los trabajadores en la atmósfera afectiva del local es esencial para crearla (Cameron, 2018; Farrugia, Threadgold y Coffey, 2018; Guerrier y Adib, 2003). La puesta en juego de la propia intimidad, la alineación total del estado emocional con el de la clientela y la participación en los rituales de consumo, incluso más allá de los límites de la jornada laboral y del espacio del local, convierte a los trabajadores en consumidores parciales (Pettinger, 2008; Manolis et al., 2001). El consumo, no solo de sustancias sino también de experiencias, se transforma en un requisito fundamental para producir (Kolehmainen y Mäkinen, 2021).

A medida que los trabajadores asumen simultáneamente los papeles de productores y consumidores, integrando las dimensiones del ocio y del trabajo, así como de lo íntimo y lo laboral, las posiciones de cliente y trabajador también de emborronan. La inclusión de la afectividad en el servicio no solo exige la movilización del humor, el carisma o la personalidad del trabajador, sino también la exposición de aspectos de su intimidad. Esta implicación afectiva hace que la clientela interprete la relación como una forma de “amistad” o “confianza”. Sin embargo, al tratarse de vínculos mediados por el capital y establecidos en el marco de una relación estructuralmente desigual, pueden derivar en excesivas demandas de atención y afecto. Estas dinámicas pueden provocar desgaste corporal y emocional, así como agotamiento social.

La necesidad de adoptar un estado emocional acorde con el entorno, participar activamente en las experiencias de ocio y disimular el cansancio derivado de jornadas largas o de horarios irregulares puede conducir al consumo excesivo de alcohol y otras sustancias. En muchos casos, estas prácticas normalizadas y extendidas acaban consolidándose como hábitos que generan dependencia e, incluso, alcoholismo o drogodependencia. De manera análoga a los trastornos alimentarios analizados por Moreno Pestaña (2016), que surgen de las exigencias estéticas en determinados contextos laborales y de la dificultad para mantener el performance requerido, estas formas de deterioro emocional y físico son provocadas por entornos en los que las demandas afectivas y la intensidad del trabajo exceden las capacidades de los trabajadores. En los casos más extremos, la conversión de habilidades y cualidades sociales en capital estético y cultural, altamente valorado dentro del espacio laboral y desplegado en el proceso de producción, reporta ciertos beneficios: reconocimiento social y una sensación de pertenencia y privilegio por poder participar en estos espacios (Moreno Pestaña, 2016; Butler y Harris, 2015; Sappey y Maconachie, 2012). Este reconocimiento, sumado a la vinculación de la identidad al trabajo,

se constituye como la principal motivación y justificación para dedicar tiempo y energía extra a la producción de atmósferas y experiencias afectivas para la empresa. Así, estas prácticas acaban siendo incorporadas por los trabajadores como parte del *habitus*, conformando prácticamente la totalidad de su “sí mismo”: sus relaciones, sus gustos y la organización de su tiempo.

Entonces, ¿cómo se produce la explotación en estos contextos? ¿Podemos hablar de explotación si algunos trabajadores describen estas experiencias de tiempo y esfuerzo adicional como “divertidas” y, lo que, es más, como parte de su “ocio”? Moreno Pestaña (2020) recurre al concepto de explotación de Olin Wright (2000) para analizar en qué medida el trabajo corporal puede implicarla. Realicemos aquí un ejercicio similar para reflexionar las lógicas de la explotación asociada al trabajo afectivo. Según Wright (2000), para que se produzca la explotación deben cumplirse tres condiciones: 1) el bienestar del explotador debe depender causalmente de una reducción del bienestar del explotado; 2) el explotado debe estar excluido del acceso a los recursos productivos; y 3) los productos de su trabajo deben ser apropiados.

En relación la primera condición, cuando las fronteras entre el trabajo y el ocio, la producción y el consumo, se vuelven difusas o incluso se disuelven por completo, la puesta en práctica del trabajo afectivo conlleva una intensificación del trabajo en dos dimensiones: por un lado, en términos del esfuerzo físico, social y emocional requerido, y por otro, en relación con el tiempo que se invierte en la producción del servicio. Esta intensificación repercute directamente en el bienestar de los trabajadores, con consecuencias tanto para su salud mental como física. Entre estas consecuencias se encuentran el agotamiento emocional, social y físico, la imposibilidad de habitar otros espacios de socialización y la aparición de trastornos como el alcoholismo o la drogodependencia, convirtiendo el trabajo en una especie de *institución total* (Goffman, 2019).

En segundo lugar, el trabajo afectivo requiere cualidades y habilidades que el trabajador ya tenía antes de comenzar a trabajar o que ha ido desarrollando con la experiencia laboral. Además, los trabajadores van adquiriendo y potenciando hábitos y gustos que, a su vez, son rentables y les convierten en sujetos “buenos” para ello. Por ello, es imposible cumplir con la segunda condición, es decir, excluir a los trabajadores de aquellos recursos —sus cualidades y habilidades— que permiten producir experiencias y atmósferas, ya que forman parte de su “sí mismo” y se constituyen en un proceso de trabajo cuyo resultado es la subjetivación del individuo, la producción del sujeto (Hardt y Negri, 2007; Weeks, 2007; Boltanski y Chiapello, 2005; Lazzarato, 1996).

Sin embargo, sí se cumple la tercera condición: la apropiación del producto del trabajo de los explotados. El carisma, el humor, la empatía, la gestión

emocional o la capacidad de “leer” el comportamiento de la clientela constituye formas de capital variable cuyo valor, tanto laboral como personal, depende de su adecuación al ambiente, al local y a la experiencia de servicio que se busca ofrecer. Aunque estos atributos contribuyen de forma decisiva a la generación de beneficios, se dan por sentado (Weeks, 2007; Hochschild, 1983) y, por ende, al igual que ocurre en el análisis de Moreno Pestaña (2020), no se objetivan, no se reconocen ni se remuneran. De este modo, el capital utiliza algo sin premiarlo (2020: 13). Podría argumentarse que, en ciertos contextos, estos atributos reciben un reconocimiento informal e inestable, por ejemplo, a través de propinas o porcentajes sobre los ingresos totales. Sin embargo, estas formas de recompensa dependen de la dinámica específica de cada lugar y de la voluntad de los clientes y están inscritas en relaciones de poder desiguales que incrementan la vulnerabilidad de los trabajadores (Klein et al., 2021; Dowling, 2007). Por otra parte, la recompensa que reciben los trabajadores adopta la forma de reconocimiento social: ser considerados válidos, atractivos o deseables por la clientela, los empleadores y los compañeros. También consiste en sentir el privilegio de estar “en el centro”, de participar activamente en la atmósfera y de ser su fuente; en definitiva, en saber cómo generar la “fiesta” y percibir que ese conocimiento tiene un efecto tangible en los demás. Estas formas de recompensa están estrechamente vinculadas con los procesos de producción de subjetividad y de definición de la realidad. Sin embargo, se trata de recompensas inestables que pueden intensificar la dependencia de los trabajadores respecto al espacio laboral, en la medida en que su propio valor como personas se vincula a ese reconocimiento. Teniendo esto en cuenta, los productos del trabajo afectivo —las experiencias, sensaciones y atmósferas generadas— son consumidos no solo por los clientes, sino también por los propios trabajadores (Kolehmainen y Mäkinen, 2021; Cameron, 2018). Este doble papel de productores y consumidores implica no solo formas de explotación económica, sino también cultural, ya que impone la necesidad de poseer ciertas cualidades y disposiciones para poder participar y producir. Todo ello constituye una fuente de rentabilidad para los empleadores, que se benefician de estas dinámicas sin reconocer ni remunerar el trabajo que las sustenta.

Por último, los trabajadores no se someten pasivamente a estas sutiles dinámicas de explotación. Por el contrario, actúan como agentes activos que negocian continuamente los límites de su trabajo. En este artículo se han identificado dos formas de resistencia. La primera se corresponde con lo que Bayard de Volo (2003) denomina *infra-política* que, recordemos, son prácticas sutiles e individualizadas, insertas en la vida cotidiana, que no se reconocen explícitamente como resistencia. Además de ser formas de resistencia que no confrontan directamente las dinámicas explotadoras del servicio sino que las

esquivan parcialmente, se alinean con una característica central del neoliberalismo (López Álvarez, 2023; McDowell, 2009; Harvey, 2007): la dificultad de los trabajadores para organizarse colectivamente. Su objetivo es trazar con mayor claridad la frontera entre trabajo y ocio cuando esta se desdibuja, determinando cuánto de sí mismos están dispuestos a poner en juego. En segundo lugar, en contextos donde la implicación del “sí mismo” es más profunda, estas estrategias se complementan con formas inconscientes de resistencia que emergen cuando los hábitos generados en el proceso laboral comienzan a afectar la salud emocional y física. El agotamiento social, los sentimientos de inutilidad o el desencanto pueden entenderse como modos en los que el cuerpo y la mente se rebelan frente a su condición mercantilizada (López Álvarez, 2023; Moreno Pestaña, 2020).

Si bien la indefinición de los límites del trabajo no es un fenómeno nuevo, pues en otras formas de trabajo como el doméstico o el de cuidados, las fronteras entre lo laboral y lo personal han sido históricamente difusas (McDowell, 2009), la resignificación del ocio como parte del trabajo sí constituye un rasgo característico de las formas contemporáneas de empleo en el contexto neoliberal. En ellas, el “sí mismo” se vincula estrechamente con el trabajo y se convierte en parte de la experiencia emocional que se ofrece como producto de consumo. Estas formas de explotación adquieren un carácter sutil y difuso, difícil de identificar, precisamente porque se arraigan en la subjetividad del trabajador. La redefinición de los límites del trabajo y su expansión hacia otras esferas de la vida, especialmente el ocio, facilita la construcción de un marco moral compartido entre trabajadores, clientes y empleadores que justifica y legitima la intensificación del trabajo en términos de esfuerzo, tiempo e implicación subjetiva. Esta legitimación se basa en la producción de regímenes de “verdad”: estructuras de sentido que, una vez interiorizadas, no solo organizan la experiencia laboral, sino que también sustentan moralmente estas formas de explotación. Así, la explotación no solo se impone desde fuera, sino que también se reproduce desde dentro mediante la incorporación afectiva, moral y simbólica de determinadas formas de estar, sentir y actuar. En este sentido, aunque como señala Weeks (2007), resulta falaz establecer una dicotomía estricta entre vida y trabajo pues no existe una exterioridad en sentido estricto, ya que todas las dimensiones del “sí mismo” están atravesadas por lo laboral, es necesario subrayar la importancia de preservar espacios y tiempos fuera del circuito de aprovechamiento económico. Espacios donde puedan desplegarse otras prácticas, afectos y pensamientos no subordinados a dichas lógicas productivas.

FINANCIACIÓN

Este artículo se ha elaborado dentro del proceso de tesis doctoral que se ha realizado con un contrato predoctoral de Formación de Profesorado Universitario (FPU) concedido por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España [Referencia: FPU19/01648].

BIBLIOGRAFÍA

ANDERSON, B. (2009). "Affective atmospheres". *Emotion, space and society*, 2(2), pp. 77-81.

BAUM, T., CURRAN, D., HADJISOLOMOU, A., GJERALD, O., LINGE, T.T., YOO, K.I. y WINCHENBACH, A., (2024). Interrogating tourism and hospitality's wicked employment issues through the lens of Paradox Theory. En: *Tourism policy-making in the context of contested wicked problems: Politics, paradigm shifts and transformation processes* (Vol. 17, pp. 1-20). Emerald Publishing Limited.

BAYARD DE VOLO, L. (2003). "Service and surveillance: Infrapolitics at work among casino cocktail waitresses". *Social Politics: International Studies in Gender, State y Society*, 10(3), pp. 346-376.

BECKER, H. S. (2009). *Outsiders: Hacia una sociología de la desviación*. Siglo XXI Editores.

BOLTANSKI, L., y CHIAPELLO, E. (2005). "The new spirit of capitalism". *International journal of politics, culture, and society*, 18, pp. 161-188.

BOOYENS, I., HADJISOLOMOU, A., NICKSON, D., CUNNINGHAM, T., Y BAUM, T. (2022). "It's not a big deal': customer misbehaviour and social washing in hospitality". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(11), pp. 4123-4141.

BURAWOY, M. ([1979] 2012). *Manufacturing consent: Changes in the labor process under monopoly capitalism*. University of Chicago Press.

- BUTLER, C., y HARRIS, J. (2015). "Pills, ills and the ugly face of aesthetic labour: 'They should've discriminated against me' ". *Work, employment and society*, 29(3), pp. 508-516.
- BUVIK, K., y SCHEFFELS, J. (2020). "On both sides of the bar. Bartenders' accounts of work-related drinking". *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 27(3), pp. 221-228.
- CAMERON, A. (2018). *Affected labour in a café culture: the atmospheres and economics of 'hip' Melbourne*. Routledge.
- CONDE GUTIÉRREZ DEL ÁLAMO, F. (2009). *Análisis sociológico del sistema de discursos (Vol. 43)*. CIS.
- CONWAY, T., y MACNEELA, P. (2012). "A young person's game: Immersion and distancing in bar work". *Psychology y Health*, 27(8), pp. 971-989.
- DOWLING, E. (2007). "Producing the dining experience: Measure, subjectivity and the affective worker". *Ephemera: theory and politics in organization*, 7(1), pp. 117-132.
- DOWLING, E., NUNES, R., y TROTT, B. (2007). "Immaterial and affective labour: Explored". *Ephemera: theory and politics in organization*, 7(1), pp. 1-7.
- FARRUGIA, D., THREADGOLD, S., y COFFEY, J. (2018). "Young subjectivities and affective labour in the service economy". *Journal of Youth Studies*, 21(3), pp. 272-287.
- FARRUGIA, D., COFFEY, J., THREADGOLD, S., ADKINS, L., GILL, R., SHARP, M., y COOK, J. (2023). "Hospitality work and the sociality of affective labour". *The Sociological Review*, 71(1), pp. 47-64.
- GAETE, T., y SOTO, Á. (2012). "Esta es mi trayectoria, este es mi trabajo: narrativas e identidad en el trabajo en Chile". *Psyche (Santiago)*, 21(2), 47-59.
- GERRARD, J., y FARRUGIA, D. (2021). "Class, affective labour and exploitation: Unemployment and the creation of work on the margins". *The Sociological Review*, 69(1), pp. 240-255.
- GOFFMAN, E. (2019). *Internados. Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales*. Amorrortu editores.
- GUBER, R. (2011). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Siglo XXI editores.

- GUERRIER, Y., y ADIB, A. (2003). "Work at leisure and leisure at work: A study of the emotional labour of tour reps". *Human Relations*, 56(11), pp. 1399-1417.
- HARDT, M. (1999). "Affective Labor". *Boundary 2*, 26(2), pp. 89-100.
- HARDT, M y NEGRI, A. (2007). *Imperio*. Paidós.
- HARVEY, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo* (Vol. 49). Ediciones Akal.
- HOCHSCHILD ARLIE, R. ([1983] 2012). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. [University of California Press](#).
- HOCHSCHILD, A. R. (2004). "The Commodity Frontier". En: J. Alexander, G. Marx y C. Williams (Ed.), *Self, Social Structure, and Beliefs: Explorations in Sociology* (pp. 38-56). Berkeley: [University of California Press](#).
- ILLOUZ, E. (Ed.). (2017). *Emotions as commodities: Capitalism, consumption and authenticity*. Routledge.
- KANDAMPULLY, J., ZHANG, T. C., y BILGIHAN, A. (2015). "Customer loyalty: a review and future directions with a special focus on the hospitality industry". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), pp. 379-414.
- KLEIN, O., ARNAL, C., EAGAN, S., BERNARD, P., y GERVAIS, S. J. (2021). "Does tipping facilitate sexual objectification? The effect of tips on sexual harassment of bar and restaurant servers". *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 40(4), pp. 448-460.
- KOLEHMAINEN, M., y MÄKINEN, K. (2021). "Affective labour of creating atmospheres". *European Journal of Cultural Studies*, 24(2), pp. 448-463.
- LAZZARATO, M. (1996). "Immaterial Labor". En P. Virno y M. Hardt (Eds.), *Radical Thought in Italy: A Potential Politics* (NED-New edition, Vol. 7, pp. 133-148). [University of Minnesota Press](#)
- LEIDNER, R. (1993). *Fast food, fast talk: Service work and the routinization of everyday life*. Los Angeles: University of California Press.
- LÓPEZ ÁLVAREZ, P. (2023). "El cuerpo expuesto. Implicaciones políticas de los procedimientos de subjetivación del trabajo". *Bajo palabra. Revista de filosofía*, 2(33), pp. 23-48.
- MACLEAN, S., DWYER, R., PENNAY, A., SAVIC, M., WILKINSON, C., ROBERTS, S., y ROOM, R. (2020). "The 'social worlds' concept: a useful tool

for public health-oriented studies of drinking cultures”. *Addiction Research y Theory*, 29(3), pp. 231–238.

MANOLIS C., MEAMBER L.A., WINSOR R.D. y BROOKS C.M. (2001). “Partial employees and consumers: a postmodern, meta-theoretical perspective for services marketing”. *Marketing Theory* 1(2), pp. 225–43.

MARTÍN CRIADO, E. (2008). El concepto de campo como herramienta metodológica. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis)*, 123(1), pp. 11–33.

MARTÍN CRIADO, E. (2014). “Mentiras, inconsistencias y ambivalencias. Teoría de la acción y análisis de discurso”. *Revista internacional de sociología*, 72(1), pp. 115–138.

MCDOWELL, L. (2009). *Working bodies: Interactive service employment and workplace identities*. John Wiley y Sons.

MORENO PESTAÑA, J. L. (2016). *La cara oscura del capital erótico: capitalización del cuerpo y trastornos alimentarios*. Akal.

MORENO PESTAÑA, J. L. (2020). “Cuerpo, capital erótico, explotación”. En: Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J., y Ibáñez Rojo, R. (Eds.). (2020). *Estudios sociales sobre el consumo (Vol. 48)* (pp. 205– 222). CIS.

MORENO PESTAÑA, J. L. (2024). “Explotación económica y explotación cultural en las formaciones sociales neoliberales”. *Revista común*. [Disponible: <https://revistacomun.com/blog/explotacion-economica-y-explotacion-cultural-en-las-formaciones-sociales-neoliberales/>]

NIXON, D. (2009). “ ‘I can't put a smiley face on': Working-class masculinity, emotional labour and service work in the 'New Economy' ”. *Gender, Work y Organization*, 16(3), pp. 300–322.

PETTINGER, L. (2005). “Friends, relations and colleagues: The blurred boundaries of the workplace”. *The Sociological Review*, 53, pp. 37–55.

PETTINGER, L. (2008). “Developing aesthetic labour: the importance of consumption”. *International Journal of Work Organisation and Emotion*, 2(4), pp. 327–343.

PUGH, A. J. (2013). “What good are interviews for thinking about culture? Demystifying interpretive analysis”. *American Journal of Cultural Sociology*, 1, 42–68.

RALPH, B., DUNCAN, T., ROBERTS, S., SAVIC, M., ROBARDS, B., y ELLIOTT, K. (2024). “Drinking as affective labour: A discussion of Australian

men working in hospitality and corporate workplaces”. *Sociology of Health y Illness*.

SANDIFORD, P. J., y SEYMOUR, D. (2013). “Serving and consuming: Drink, work and leisure in public houses”. *Work, employment and society*, 27(1), pp. 122-137.

SAPPEY, J., & MACONACHIE, G. (2012). Ocularcentric Labour: “you don’t do this for money”. *Relations industrielles*, 67(3), 505-525.

SØLVBERG, L. M., y JARNESS, V. (2019). “Assessing contradictions: Methodological challenges when mapping symbolic boundaries”. *Cultural Sociology*, 13(2), pp. 178-197.

STRAUSS, A. L. (2001). *Professions, work and careers*. Routledge.

TAYLOR, S. J., y BOGDAN, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (Vol. 1, p. 348). Barcelona: Paidós.

THREADGOLD, S., FARRUGIA, D., y COFFEY, J. (2021). “Affective labour and class distinction in the night-time economy”. *The Sociological Review*, 69(5), 1013-1028.

VALLES, MIGUEL (2014). *Entrevistas cualitativas*. Madrid: Centro de investigaciones Sociológicas.

VOROBJOVAS-PINTA, O. (2021). “LGBTQI+ resort workers: Blurring the lines of work and leisure”. En: O. Vorobjovas-Pinta (Ed.). *Gay Tourism: New Perspectives*, Bristol: Channel View Publications. Pp. 119-33. [↗](#)

WARHURST, C., y NICKSON, D. (2020). *Aesthetic labour*. Sage.

WEEKS, K. (2007). “Life within and against work: Affective labor, feminist critique, and post-Fordist politics”. *Ephemera: theory and politics in organization*, 7(1), pp. 233-249.

WILLIAMSON, D., TREGIDGA, H., HARRIS, C., y KEEN, C. (2009). “The working engines of distinction: Discourse for main course in restaurant reviews”. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), pp. 55-61.

WOODCOCK, J., y JOHNSON, M. R. (2019). “The affective labor and performance of live streaming on Twitch. Tv”. *Television y New Media*, 20(8), pp. 813-823.

WRIGHT, E. O. (2000). “Class, Exploitation, and Economic Rents: Reflections on Sørensen's “Sounder Basis” ”. *American journal of Sociology*, 105(6), pp. 1559-1571

Recibido: 27.06.2025

Aceptado: 10.11.2025

Diana García Catena es graduada en Antropología Social y Cultural por la Universidad de Granada y máster en Antropología por la Universidad de Sevilla. Ha sido investigadora predoctoral FPU en el Departamento de Antropología Social de la Universidad de Granada (2020–2024), con estancias de investigación en la University of Bergen (Noruega) y la University of Strathclyde (Reino Unido). Se encuentra actualmente en fase de defensa de su tesis doctoral “Trabajo inmaterial en la hostelería: entre el ocio y el trabajo, lo íntimo y lo laboral”. Su investigación se centra en el análisis de distintas formas de trabajo estético, afectivo y sexualizado en la hostelería, analizando cómo las lógicas del trabajo inmaterial diluyen los límites entre ocio y trabajo, entre lo íntimo y lo laboral, y entre lo considerado apropiado e inapropiado en las interacciones laborales. dianagc@ugr.es