



**Fabiola Sánchez Correa**

Universidad Autónoma Metropolitana (México)

elizaludd@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4416-910X>

Recibido: 30 de marzo de 2023

Aceptado: 05 de junio de 2023

Fecha de publicación: 22 de noviembre de 2023



Esta obra está bajo una licencia internacional  
Creative Commons BY-NC-SA 4.0

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10150439>

Sección: *Dossier*

**ΨE**  
Psicología  
y Educación

## La dimensión emocional del trabajo de las edecanes en la zona metropolitana de la Ciudad de México

### Resumen

En este artículo se presentan los resultados de una investigación realizada en México con mujeres que trabajan como edecanes, la cual se enfoca en un aspecto fundamental de su labor: la dimensión emocional. A través de la perspectiva del trabajo emocional y mediante el uso de categorías como reglas de exhibición emocional, actuación superficial y actuación profunda, se plantea que las edecanes requieren regular tanto sus propias emociones como las de los consumidores a quienes se dirigen, con el fin de alcanzar los objetivos de su trabajo en la promoción de productos y servicios. Como conclusión, se evidencia que el trabajo emocional de las edecanes revela dinámicas de poder y desigualdad, al asignarles roles específicos que perpetúan los estereotipos de género. Los datos obtenidos se basaron en técnicas de investigación como entrevistas y observaciones en campo, con el fin de conocer y comprender las experiencias y significados que las edecanes atribuyen a su trabajo.

**Palabras clave:** estudios laborales, trabajo emocional, género, edecanes

## **The Emotional Dimension of the Work of Hostesses in the Metropolitan Area of Mexico City**

### **Abstract**

*This article presents the results of a research conducted in Mexico with women working as hostesses, focusing on a fundamental aspect of their work: the emotional dimension. Through the perspective of emotional labor and utilizing categories such as emotional display rules, surface acting, and deep acting, it is suggested that these hostesses require regulating both their own emotions and those of the consumers they interact with, in order to achieve the objectives of their work in promoting products and services. The conclusion highlights that the emotional labor of hostesses reveals power dynamics and inequality by assigning them specific roles that perpetuate gender stereotypes. The data was gathered through research techniques including interviews and field observations, aiming to understand the experiences and meanings attributed by hostesses to their work.*

**Keywords:** labor studies, emotional work, gender, hostesses.

### **Introducción**

Durante el período comprendido entre 2017 y 2021 llevé a cabo una investigación doctoral que se centró en el análisis del trabajo de las edecanes en México como una actividad productiva. Estas trabajadoras, conocidas comúnmente como anfitrionas o promotoras en otros países de América Latina, se contratan para brindar servicios relacionados con

la venta, promoción y acompañamiento de diversas empresas, negocios y marcas. Su labor tiene como objetivo fundamental corporalizar estas entidades, mediante la proyección de las características encarnadas de las organizaciones en cuestión.

Las edecanes estudiadas forman parte de un modelo de negocios que se sustenta en la contratación tercerizada a través de agencias. Esta práctica es común en todo el mundo y, por lo tanto, las características de su funcionamiento no se limitan exclusivamente a un solo país, sino que corresponden a una dinámica inserta en el ámbito de la comercialización, promoción, venta de productos y organización de eventos.

Es importante destacar que el trabajo de las edecanes ha sido escasamente investigado y analizado desde una perspectiva académica. Por lo tanto, los resultados presentados en este artículo se basan en el análisis e interpretación de la investigación empírica realizada, la cual proporciona elementos significativos para reconstruir el proceso de trabajo en el contexto específico de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

La investigación tuvo como referencia la Ciudad de México, sin embargo, cabe destacar que un número significativo de las trabajadoras con las que tuvimos contacto residen en diferentes áreas del Estado de México. Además, la naturaleza de su trabajo es multisituada, ya que no tienen ubicaciones de trabajo fijas. Durante una misma semana suelen desplazarse a diversos lugares de la ciudad y del Estado de México, e incluso pueden trabajar con una frecuencia considerable en otros estados de la república.

El principal logro de la investigación fue revelar el trabajo de las edecanes en su totalidad concreta, considerando el conjunto de relaciones que lo configuran y permiten su existencia. A través de preguntas orientadoras como ¿qué producen?, ¿cómo llevan a cabo su labor?, ¿cuáles son los instrumentos de trabajo?, ¿cómo se relacionan laboralmente con empleadores, compañeros y clientes?, ¿cuáles fueron las motivaciones de las edecanes para dedicarse a esta actividad?, entre otras, se pudo conocer la configuración del trabajo desde una amplia variedad de ángulos. Asimismo, la relevancia de la investigación va más allá de ser la primera en abordar el trabajo de las edecanes desde la perspectiva de los estudios sociales, laborales y del proceso productivo. Su importancia radica en la perspectiva teórica-metodológica adoptada y, en consecuencia, en los resultados obtenidos a través de este enfoque.

El marco teórico-metodológico con el que se analizó esta actividad se basa en el configuracionismo latinoamericano (De la Garza, 2012), el cual ofrece una alternativa al análisis hipotético-deductivo y hermenéutico. Esta perspectiva busca reconstruir la totalidad del objeto de estudio, considerando tanto sus configuraciones objetivas como subjetivas. Relacionamos la metodología configuracionista con diferentes técnicas de investigación, como fue la realización de trabajo de campo, observaciones discretas y observación flotante (Pétonnet, 1982), y entrevistas estructuradas y semiestructuradas.

En este artículo nos adentramos en el papel que desempeñan las emociones durante el proceso de trabajo. Si bien reconocemos que existen múltiples

aspectos que conforman el trabajo, en esta ocasión nos centramos exclusivamente en el componente emocional. A lo largo del artículo, argumentamos que el trabajo de las edecanes es una actividad que demanda una regulación emocional significativa por parte de las trabajadoras para desempeñar eficazmente sus funciones.

Para explicar esta dimensión, nos apoyamos en la perspectiva del trabajo emocional de Hochschild (2003). Según esta autora, se ha observado cómo en diversos tipos de empleos, especialmente en el sector de servicios, los trabajadores deben gestionar y regular sus emociones para mantener una apariencia externa que se ajuste a las expectativas de sus empleadores. Esto implica resaltar emociones como la amabilidad o el entusiasmo, al tiempo que suprimen otras como el enojo o la tristeza.

Dentro de esta perspectiva se incluyen varias categorías importantes. Por un lado, se encuentra la *actuación superficial* que, según la autora, implica que las personas expresan emociones que no necesariamente reflejan su estado emocional interno. Por otro lado, se encuentran las *emociones profundas*, las cuales involucran la autenticidad de los sentimientos expresados (Hochschild, 2003, p. 33).

Ambas categorías resultaron útiles para explicar cómo las edecanes se esfuerzan por alinear sus emociones con las requeridas por su trabajo. Según Humphrey, Ashforth y Diefendorff (2015, p. 159), estas últimas pueden definirse como *reglas de exhibición emocional*, las cuales dictan las normas establecidas por los empleadores para expresar y gestionar las emociones en el entorno laboral. El incumplimiento de estas normas puede llevar a

sanciones laborales, por ejemplo, una evaluación negativa del desempeño por parte de los empleadores.

En este proyecto, utilizamos la perspectiva del trabajo emocional, junto con las categorías de actuación superficial, actuación profunda y reglas de exhibición emocional, como guías para analizar el papel de las emociones en la actividad de las edecanes. Los resultados del análisis cualitativo de la investigación indican que las edecanes requieren llevar a cabo importantes actos de regulación emocional para cumplir con los objetivos de su trabajo, y debido a las diversas circunstancias que se presentan cotidianamente. Además, se observó que el trabajo emocional de las edecanes refuerza desigualdades de género en el ámbito laboral, ya que se basa en estereotipos de género que restringen las expresiones emocionales y limitan las oportunidades de las trabajadoras en su labor.

El artículo se estructura de la siguiente manera: tras esta introducción, se presenta la perspectiva teórica-metodológica que sirvió de base para la investigación. En este apartado, se expone y detalla nuestra perspectiva epistemológica, conocida como configuracionismo latinoamericano. Además, se presenta la propuesta teórica que guio nuestros hallazgos de investigación: la perspectiva del trabajo emocional y las categorías que nos permitieron examinar las regulaciones emocionales necesarias para que las edecanes lleven a cabo su labor. También, se aborda la perspectiva metodológica y las técnicas utilizadas para recopilar información.

El segundo apartado presenta las características generales del trabajo de las edecanes. Detallamos que este trabajo requiere de una serie

de características físicas, comportamentales, emocionales y habilidades que son necesarias para que una edecán pueda desempeñar su labor de manera efectiva. Sin embargo, en este artículo nos enfocaremos específicamente en la dimensión emocional, profundizando en su importancia y analizándola en detalle.

En el tercer apartado, nos enfocamos en las diversas regulaciones emocionales que las edecanes emplean durante su trabajo. Se detallan tres momentos en los cuales se manifiesta el trabajo emocional: 1) cuando gestionan sus propias emociones a través de acciones superficiales y profundas, 2) cuando evocan emociones en los demás para promover la marca, producto o servicio, y 3) cuando ocultan o reprimen sus propias emociones durante interacciones complicadas con los consumidores.

Finalmente, se incluye un apartado de conclusiones en el que se plantea que las edecanes realizan importantes regulaciones emocionales que evidencian dinámicas de poder y desigualdad en el entorno laboral, al asignarles roles específicos que perpetúan estereotipos de género.

### **Enfoque de análisis**

El marco epistemológico con el que se analizó esta actividad se basó en el configuracionismo latinoamericano (De la Garza, 2012), el cual ofrece una alternativa al análisis hipotético-deductivo y hermenéutico. Esta perspectiva busca reconstruir la totalidad del objeto de estudio, considerando tanto sus configuraciones objetivas como subjetivas. Su enfoque implica un uso no deductivo de las teorías, al centrarse en la reconstrucción de relaciones

sociales relevantes respecto al objeto de estudio. Esto implica la selección de conceptos ordenadores, separados de sus contextos teóricos, seguida de una descripción inicial también desarticulada, con el objetivo de descubrir nuevas relaciones entre dichos conceptos. Posteriormente, se realiza una nueva descripción articulada para consolidar los vínculos entre conceptos de diferentes áreas (De la Garza, 2012, pp. 249-250).

En esta investigación, identificamos varios conceptos ordenadores que consideramos relevantes para comprender su trabajo como una actividad productiva. En primer lugar, utilizamos la noción de configuración sociotécnica del proceso productivo, la cual abarca diversas dimensiones de análisis, como el proceso de trabajo, las relaciones laborales, la organización para la defensa del trabajo y la subjetividad laboral (De la Garza, 2003, pp. 727-728). Para enriquecer estas dimensiones, recurrimos a perspectivas relacionadas con el trabajo emocional, el corporal, el estético y el performático (Nieto, 2017; Brook, 2016; Humphrey, Ashforth y Diefendorff, 2015; Gracia, Ramos y Molinere, 2014; Warthon, 2009; Hochschild, 2003; Maanen, 1999).

Dada la complejidad de las múltiples relaciones implicadas en el trabajo de las edecanes, resultó imprescindible emplear este conjunto de categorías para comprender los aspectos involucrados en esta ocupación. Aunque a simple vista pudiera parecer una labor sencilla, el trabajo de las edecanes, al igual que cualquier fenómeno social y laboral, se compone y organiza a partir de una serie de factores que requieren ser desentrañados. Por ende, para enriquecer las dimensiones de análisis

de la configuración productiva, recurrimos a las perspectivas mencionadas.

Además, el configuracionismo reconoce la existencia de estructuras no sistémicas compuestas por diferentes niveles de relaciones tanto sólidas como flexibles. Considera que los datos deben ser la guía para reconstruir teorías a partir del descubrimiento de nuevas relaciones. Se reconoce que los datos son construcciones sociales influenciadas por las configuraciones teóricas, las cuales se desarticulan y rearticulan según las relaciones pertinentes al objeto-sujeto de investigación (De la Garza, 2012, pp. 246-247). De esta manera, esta perspectiva reconoce la interrelación entre estructuras, subjetividades y acciones.

La interrelación entre estructuras, subjetividades y acciones nos invita a ver la realidad social como un conjunto de procesos dirigidos y regulados por la acción humana, pero que también se encuentran limitados por las estructuras sociales. Al respecto, el configuracionismo distingue entre cultura como código y subjetividad como un proceso de significación que guía la acción de los individuos (De la Garza, 2012, pp. 232-233). En resumen, el enfoque configuracionista nos brinda la posibilidad de una comprensión integral y contextualizada del fenómeno del trabajo.

Hemos podido analizar cómo las estructuras sociales y laborales influyen en las acciones, experiencias y subjetividades de las edecanes, al mismo tiempo que hemos considerado las interpretaciones subjetivas y decisiones individuales que influyen en su trabajo. Además, reconocemos la importancia de la significación para examinar la

capacidad de agencia y de otorgar sentido al trabajo por parte de las edecanes. Hemos comprendido cómo las trabajadoras interpretan su rol, negocian sus condiciones laborales y dan sentido a su experiencia, considerando las estructuras y dinámicas que las rodean.

### *Técnicas de investigación*

Relacionamos la metodología configuracionista con diferentes técnicas de investigación, como fue la realización de trabajo de campo, observaciones discretas y observación flotante (Pétonnet, 1982), y entrevistas estructuradas y semiestructuradas. El trabajo de campo posibilitó la inmersión al entorno y la interacción directa con las edecanes y con otros actores, como clientes y consumidores a los que está dirigida su actividad. Al participar y observar sus actividades, se pudo captar de manera más precisa cómo es su proceso de trabajo.

Por su parte, la observación flotante implicó una observación atenta y sin intervención en situaciones relevantes para el trabajo de las edecanes. Esta técnica proporcionó una visión detallada de las interacciones, los roles y las prácticas durante sus procesos de trabajo. Permitted captar aspectos no verbalizados, rutinas laborales, gestos y dinámicas que pudieron pasar inadvertidas con otras técnicas. Así, con esta técnica obtuvimos la comprensión, especialmente, del intercambio emocional entre edecán y consumidor.

Por último, las entrevistas estructuradas y semiestructuradas nos permitieron obtener información directa y detallada sobre las experiencias, percepciones y significados que las edecanes atribuyen a su

trabajo. A través de entrevistas en profundidad, fue posible explorar sus motivaciones, decisiones, desafíos y expectativas laborales. Esto proporciona una comprensión rica de las subjetividades y la agencia de las edecanes.

La elección de las edecanes para ser entrevistadas se basó en consideraciones que garantizaran la diversidad necesaria para obtener una comprensión amplia del fenómeno. En primera instancia, la edad de las edecanes entrevistadas osciló entre 25 y 45 años. Es importante decir que uno de nuestros hallazgos fue que el trabajo de las edecanes reveló que la noción de juventud no se limita a la edad cronológica. Aunque se suele asociar el trabajo con personas jóvenes, se ha encontrado que mujeres de hasta 45 años desempeñan esta actividad, siempre que mantengan una actitud y una apariencia juveniles. Este hallazgo evidencia que la juventud, en este contexto, es una construcción social más que una categoría biológica, es decir, que la sociedad establece parámetros culturales y estéticos que definen la juventud como una combinación de características físicas y actitudinales.

Otro factor de relevancia para la selección de las entrevistadas fue que contaran con amplia experiencia laboral. Cada una de ellas tenía al menos siete años de realizar la actividad en cuestión y, por lo tanto, habían participado en una importante cantidad de eventos diferenciados que permitieron captar la diversidad de experiencias laborales. Encontramos que, para un importante número de ellas, ésta es su actividad de tiempo completo, generan trayectorias importantes, relevancia y notoriedad dentro del campo laboral.

Por otro lado, se buscó garantizar que las entrevistas abarcaran una variedad de opiniones y puntos de vista sobre los diferentes aspectos de interés relacionados con la actividad. Esto implicó recopilar perspectivas tanto de edecanes que expresaron satisfacción con su trabajo, como de aquellas que plantearon críticas e insatisfacciones.

De acuerdo con los fines específicos de este artículo, se presenta un resumen del trabajo de campo que incluye observaciones discretas y flotantes, así como conversaciones formales e informales con edecanes y empleadores. Las opiniones de los consumidores se obtuvieron de fuentes en línea. En particular, se han retomado entrevistas a profundidad de cinco casos que resultaron especialmente relevantes para comprender la dimensión emocional del trabajo de las edecanes.

### *Enfoque teórico*

Los resultados de investigación se enmarcan dentro de los estudios laborales, disciplina que analiza la construcción de ocupaciones, los productos generados por diferentes trabajos, los procesos productivos, las relaciones laborales establecidas por los trabajadores y cómo se relacionan con el conjunto de actividades laborales en una economía de mercado.

Por otro lado, este análisis aborda la dimensión emocional de la vida social, un aspecto que ha despertado interés en los estudios sociológicos y antropológicos. Estos enfoques se centran en analizar cómo las expresiones emocionales están influenciadas por la cultura y la estructura social, y cómo la regulación emocional afecta a individuos,

grupos y organizaciones en diferentes contextos (Wharton, 2009, p. 148).

La introducción de la dimensión emocional en el análisis de los ámbitos productivos se originó principalmente a partir de las corrientes feministas de los años setenta. Éstas se dedicaron a investigar una amplia gama de actividades laborales que no fueron consideradas por la sociología clásica del trabajo, la cual se enfocaba principalmente en el análisis del trabajo industrial y la producción material en serie en grandes fábricas (Federici, 2018).

Los estudios feministas, al centrarse en las ocupaciones de las mujeres, descubrieron que la dimensión emocional de la vida social desempeñaba un papel fundamental en su vida laboral. En un principio, se analizó el papel de las emociones en trabajos no remunerados, como los relacionados con la reproducción y el cuidado. Sin embargo, con las transformaciones globales en el mercado laboral y con la creciente participación de las mujeres en empleos remunerados, se han realizado contribuciones relevantes que destacan cómo la dimensión emocional se mercantiliza en trabajos asalariados (Hochschild, 2003).

La inclusión de la dimensión emocional en el ámbito laboral se puede comprender mediante tres categorías fundamentales: *trabajo reproductivo* (Federici, 2018), *trabajo de cuidados* (Arango y Molinier, 2011, p. 18) y *trabajo emocional* (Hochschild, 2003). La categoría de trabajo reproductivo describe actividades que respaldan la economía formal al asegurar las condiciones de reproducción de la fuerza laboral y las nuevas generaciones (Arango y Molinier, 2011, p. 18). Estas actividades se sitúan en

el ámbito doméstico y familiar; forman parte de la reproducción general del capital.

La perspectiva del trabajo reproductivo destaca la explotación y apropiación indirecta del trabajo que tiene lugar en el ámbito doméstico por parte del capital. Este enfoque es uno de los aportes más relevantes del pensamiento feminista marxista, ya que cuestiona de manera fundamental las ideas de Marx y el desarrollo del marxismo. Señala que la capacidad de trabajar debe ser producida, lo cual implica una crítica a la concepción de Marx sobre la fuerza de trabajo (Federici, 2013).

El trabajo reproductivo y el trabajo de cuidados ponen énfasis en distintas relaciones, siendo el segundo el que destaca las dimensiones emocionales, simbólicas y morales de estas actividades que en su mayoría son llevadas a cabo por mujeres (Arango y Molinier, 2011, p. 18). A diferencia de la noción de trabajo reproductivo, el trabajo de cuidados resalta "la inteligencia movilizada para su realización" (Molinier, 2011, p. 51), reflejada en conocimientos prácticos adquiridos. Por ejemplo, las cuidadoras despliegan diferentes manifestaciones afectivas a través de prácticas aprendidas.

Además, en contraste con la perspectiva del trabajo de reproducción, el enfoque del cuidado destaca las actividades que se llevan a cabo fuera del ámbito doméstico. La incorporación de las mujeres al trabajo remunerado ha implicado transformar los conocimientos y habilidades desarrollados en el ámbito doméstico, en normas estandarizadas y demandas de productividad (Arango, 2011, p. 106).

Los hallazgos destacados por la conceptualización de los trabajos de cuidado

recibieron un nuevo impulso a través del análisis Hochschild (2003), quien desarrolla la perspectiva del trabajo emocional para explicar cómo se lleva a cabo una instrumentalización comercial de las emociones en los empleos remunerados y cómo los empleadores ejercen diferentes niveles de control sobre las emociones de las y los trabajadores.

La creciente importancia del sector de servicios en comparación con el trabajo industrial es resultado de la transformación del capitalismo global con la difusión y aplicación de tecnologías de conocimiento e información en los procesos productivos. Esta transformación, que se manifestó con la crisis del modelo de producción fordista, ha dado lugar a cambios en la organización y control del trabajo. Se ha producido una descentralización y flexibilización que implica transferir responsabilidades a grupos de trabajadores o individuos, lo cual convierte el control gerencial en autocontrol (Carls, 2017, p. 49).

Sin embargo, la producción industrial no desaparece, sino que se ha relocalizado globalmente en países periféricos. La expansión del sector de servicios en los países centrales está vinculada a la mercantilización del trabajo reproductivo realizado por mujeres, lo que ha resultado en un "derrame" territorial que se origina no desde las fábricas, sino desde los hogares (Federici, 2013, p. 188). Según Arango, este período se caracteriza por la externalización de las economías y el creciente ingreso de las mujeres al mercado laboral, especialmente en el sector de servicios (Arango, 2011, p. 92).

En este contexto, surge la perspectiva del trabajo emocional, liderada por la investigación de Hochschild sobre las sobrecargas de vuelo comerciales.

Si bien todos los trabajadores movilizan emociones en sus actividades, los trabajadores emocionales, se destacan por realizar sus tareas de cara al público. Se les exige movilizar habilidades sociales y brindar trato emocional al cliente para facilitar las ventas (Hochschild, 2003, p. 147).

¿Cómo se logra la mercantilización de las emociones? Hochschild define la emoción como un mensajero del yo, una señal que experimentamos a través de sensaciones corporales que surgen de lo que vemos o imaginamos. Sin embargo, no las considera actos individuales, sino que están reguladas por las *reglas de los sentimientos* que “guían el trabajo de las emociones al establecer un sentido de derecho u obligación que rige los intercambios emocionales” (Hochschild, 2003, p. 56). En otras palabras, los seres humanos moldeamos nuestras emociones de acuerdo con normas socialmente construidas que se consideran correctas o incorrectas en situaciones sociales específicas.

Los sentimientos no surgen de forma espontánea, sino que son evocados e intervenidos por nosotros mismos. Para lograr esto, llevamos a cabo dos tipos de acciones: *la actuación profunda*, en la cual moldeamos el sentimiento internamente, y *la actuación superficial*, en la cual damos forma a la apariencia externa de un sentimiento (Hochschild, 2003, p. 33). Las emociones pueden adquirir un valor en el mercado debido a que los seres humanos poseemos la capacidad de ocultar, resaltar, expresar o reprimir nuestras emociones. Esta habilidad es aprovechada en distintos contextos laborales, donde la gestión de las emociones puede influir en la interacción con los demás y en la consecución de objetivos profesionales.

La práctica del trabajo emocional puede generar lo que se conoce como *disonancias emocionales* (Hochschild, 2003). Esto implica que las personas que se dedican a este tipo de trabajo, al tener que controlar y manipular sus emociones, especialmente cuando la emoción requerida difiere de la que realmente sienten, con el tiempo pueden experimentar un desajuste en la señalización de sus sentimientos. Como resultado, pueden sentirse falsos o desconectados de sus verdaderos sentimientos, sin reconocer sus emociones genuinas.

Hochschild sostiene que el trabajo emocional es esencialmente el mismo que las mujeres han llevado a cabo históricamente en el ámbito privado, pero ahora se ha extendido y comercializado en el sector de servicios. Según Hochschild, las mujeres son el núcleo del trabajo emocional (Federici, 2013, p. 194) debido a que, a lo largo de la historia, han mantenido una relación instrumental con sus emociones, debido a la falta de otros recursos, han transformado sus emociones en activos, ofreciéndolos a cambio de recursos materiales de los cuales ellas carecían (Federici, 2013, p. 194).

Según Hochschild, la mercantilización del trabajo emocional está estrechamente relacionada con el creciente rechazo de las mujeres hacia el trabajo no remunerado en el hogar. Diversas autoras feministas han encontrado útil este enfoque para explicar la especial participación de las mujeres en empleos remunerados, y cómo se ha convertido en una mercancía (Federici, 2013).

Por último, Federici nos advierte sobre el peligro de centrarnos exclusivamente en el análisis del trabajo emocional, ya que esto puede llevar a

invisibilizar el trabajo reproductivo no remunerado que se lleva a cabo en los hogares y que constituye una fuente masiva de acumulación capitalista (Federici, 2013, p. 202).

No obstante, para la actividad aquí analizada sobre la perspectiva planteada por Hochschild, se retoman las categorías de *actuación superficial* y *actuación profunda* (Hochschild, 2003, p. 33). Además, se añade el término propuesto por Humphrey, Ashforth y Diefendorff (2015, p. 159) denominado *reglas de exhibición emocional*, para distinguir las normas establecidas por los empleadores para expresar y gestionar las emociones en el entorno laboral. Estas categorías y términos serán explorados en los siguientes apartados.

### El trabajo de las edecanes

Para exponer la dimensión emocional del trabajo de las edecanes, primero explicaremos cómo se lleva a cabo y qué se requiere para su organización. El objetivo de su trabajo es promocionar diferentes marcas, negocios y eventos a través de su presencia física, e incluso virtual. Las empresas, marcas o negocios establecen contacto con las edecanes a través de agencias de contratación, aunque cada vez es más común que las edecanes trabajen de manera independiente. Si bien también existen hombres dedicados a esta actividad, conocidos como *gios*, nos centramos específicamente en las mujeres debido a su relevancia y mayor presencia en el campo laboral.

Su labor implica llevar a cabo una forma de publicidad que se caracteriza por ser una difusión interaccional y cara a cara entre las edecanes y grupos específicos de consumidores. Mediante las denominadas *activaciones de marca*, que son eventos en los que las empresas o negocios se presentan en lugares específicos, las edecanes realizan diversas actividades. Estas actividades incluyen la *imagen*, en la que se exhiben frente a los negocios con la marca del producto o servicio para atraer a potenciales consumidores; la *labor de venta*, que implica acercarse a los visitantes y hablarles sobre las ventajas del producto; el *sampleo*, que consiste en entregar muestras gratuitas del producto; el *voceo de productos*, que implica elaborar discursos promocionales difundidos a través de altavoces; y pueden también formar parte operativa de eventos como exposiciones. Éstas son algunas de las actividades principales, ya que los roles pueden variar considerablemente, e incluso las edecanes han innovado más allá de las agencias de contratación al diversificar su desempeño<sup>1</sup>.

Las distintas etapas de trabajo previamente mencionadas se caracterizan por poner en juego diversos *capitales*<sup>2</sup> que poseen las trabajadoras y que desarrollan a lo largo de sus trayectorias laborales. Estos capitales han sido reconstruidos a partir de la investigación y se dividen en las siguientes categorías: *corporales, estéticos, emocionales y performativos*.

<sup>1</sup> Información obtenida de la aplicación de entrevistas.

<sup>2</sup> Para Bourdieu, los sujetos-agentes cuentan con conjuntos de elementos que les permiten participar en los campos sociales. A esos elementos los llama *capitales*, que deben entenderse como posesiones incorporadas en los sujetos-agentes, ya sea a través de la herencia o de la adquisición. La herencia remite a la posición original del sujeto-agente en la estructura social y denota el traslado de capitales en función de esa posición en la que le son dados los elementos que le facilitarán participar en los campos. La adquisición, por su parte, remite a la lo que los sujetos-agentes incorporan a lo largo de sus trayectorias vitales, es lo que se va obteniendo en función de las prácticas y las estrategias (Bourdieu, 2012).

Éstos se transforman en normas de exhibición, algunas de carácter formal, como en el caso de las ornamentales y corporales, y otras de carácter informal, como las emocionales y performáticas, que se aprenden al observar a otras edecanes durante su actividad o que son establecidas de manera general por los empleadores.

Estos capitales no son uniformes para todas las edecanes. Dentro de este ámbito laboral, se han establecido de manera diferenciada y estratificada, siguiendo un sistema clasificatorio establecido por las propias agencias, en el cual las edecanes ocupan una posición específica en el escalafón según el desarrollo de sus diferentes capitales. En este sentido, tienen la posibilidad de ascender en el escalafón si logran aumentar cada uno de los capitales. A continuación, se mencionarán brevemente cada uno de ellos.

Los *capitales corporales* están basados en la delgadez, la cual disminuye a medida que se asciende en el escalafón, y en las tallas, las cuales aumentan conforme se avanza en el mismo. Por otro lado, los *capitales estéticos* están relacionados principalmente con aspectos enclasados y racializados. En otras palabras, las edecanes que encarnen mejor las características asociadas a los segmentos económicos altos ocuparán posiciones más altas en el escalafón, en contraste con las trabajadoras que encarnen características asociadas a los segmentos populares. Además, existen otros capitales estéticos que se refieren a las habilidades adquiridas para su ornamentación corporal.

En cuanto a los *capitales emocionales*, los cuales serán abordados con más detalle en este artículo, están vinculados a la capacidad de desplegar,

resaltar e incluso reprimir estados de ánimo internos, tanto propios como de los posibles consumidores. Estos capitales se entrelazan con los *capitales performativos*, los cuales se refieren a la habilidad de dramatizar a través de acciones los despliegues emocionales mencionados anteriormente.

Por último, es relevante destacar una serie de habilidades fundamentales para llevar a cabo el trabajo de manera eficiente, las cuales incluyen: la capacidad de improvisación y memorización para describir las cualidades de una amplia gama de productos, la habilidad de comunicarse efectivamente frente a un público numeroso, la capacidad de cautivar a potenciales consumidores, un talento destacado para el baile, entre otras habilidades clave.

Dentro del escalafón, se pueden identificar hasta seis posiciones distintas. Sin embargo, para los propósitos de esta exposición, nos enfocaremos en describir únicamente tres, dado que son las más relevantes para las agencias: edecanes A, edecanes doble A y edecanes triple A.

En primer lugar, las edecanes A se sitúan en la base del escalafón. Son trabajadoras que se caracterizan por ser consideradas menos atractivas en comparación con las demás y poseen un nivel de capitales inferior. Por ejemplo, pueden desempeñar labores relacionadas con la imagen, pero carecen de habilidades para improvisar narrativas o pueden tener una apariencia menos voluptuosa. Las edecanes doble A se destacan por su mayor atractivo físico en comparación con las edecanes anteriores, así como por poseer habilidades más desarrolladas. Por ejemplo, tienen destreza para el baile o para promocionar productos de forma oral.

Por último, las edecanes triple A son consideradas las más bellas y atractivas. Sin duda, son las que poseen una apariencia más voluptuosa y cuentan con una mayor cantidad de los capitales mencionados anteriormente.

Estos capitales se convierten en las herramientas de trabajo que, en conjunto, buscan generar una interacción simbólica que se materializa en un tercero: el consumidor. El propósito de esta interacción es resaltar sus estados emocionales y subjetivos con el fin de motivarlo a realizar una compra o asociar dicha emoción con una marca, negocio o servicio.

Todos estos elementos funcionan como significantes y dan lugar a un *performance laboral* (Nieto, 2017, p. 40) que simboliza un *performance* de género. Éste tiene como objetivo resaltar la emotividad de los consumidores a través de significantes asociados a las convenciones de la *feminidad erótica* (Lagarde, 2015, p. 137). En este sentido, se establecen reglas tanto para la ornamentación corporal como para la exhibición emocional, que enfatizan feminidad. De esta manera, la actividad laboral implica una feminización tanto del cuerpo como de las emociones de las mujeres, mediante las diversas reglas establecidas para su realización.

En cuanto a las condiciones laborales, se establece una relación de subcontratación entre los contratantes, los empleadores y las trabajadoras. Las edecanes no tienen vínculos permanentes con las agencias y suelen tener relaciones patronales múltiples, ya que trabajan simultáneamente para varias agencias y, por ende, para diferentes marcas.

Además, las edecanes de renombre pueden trabajar de forma independiente, estableciendo una relación laboral temporal directamente con los negocios.

El trabajo se caracteriza por diversas formas de flexibilidad laboral, tanto en términos de horarios como de salarios, e incluso en cuanto a la ubicación espacial. También, enfrentan diversas formas de precariedad laboral: ellas mismas deben proporcionar los instrumentos de trabajo, como vestuario, maquillaje, etc. Además, suelen enfrentar la problemática de retrasos constantes en los pagos, a veces de hasta un mes.

### **El trabajo emocional de las edecanes**

Es importante destacar que, aunque en este artículo nos centramos en el trabajo emocional, esta actividad no puede ser comprendida sin tener en cuenta el conjunto de elementos antes expuestos. Como se mencionó, los empleadores se apropian de un conjunto de habilidades, corporalidades y estéticas que poseen las trabajadoras, que en conjunto transmiten un mensaje a los posibles consumidores, creando experiencias emocionales que fomenten el consumo.

Cada dimensión es específica y merece ser discutida en detalle, por lo que en este artículo nos centraremos en una de ellas. Sin embargo, es difícil separar completamente la dimensión emocional de las demás, ya que operan de manera conjunta a través de la combinación de estos elementos. No obstante, esta división es necesaria en términos de exposición para comprender con mayor precisión el ámbito del trabajo emocional.

Identificamos que el trabajo emocional en la labor de las edecanes se manifiesta en al menos tres

momentos distintos: 1) está presente en el manejo de sus propias emociones, ya sea para resaltar o suprimir estados de ánimo específicos a través de acciones superficiales y profundas. Esto se realiza con el objetivo de: 2) evocar emociones en los potenciales consumidores para fomentar la compra de productos o servicios, o para asociar esas emociones con una marca o negocio en particular. Por último, 3) el trabajo emocional se evidencia en la necesidad de reprimir, ocultar o mitigar emociones frente a las posibles reacciones de los visitantes o consumidores. Abordaremos estos momentos en este orden.

Los requisitos emocionales establecidos por los empleadores son diversos y se dividen según el espacio de trabajo donde se lleve a cabo el desempeño laboral. Por lo tanto, a cada edecán se le asignará un despliegue emocional específico acorde con su asignación dentro del sistema clasificatorio. Sin embargo, también podemos identificar una serie de emociones generales que todas ellas deben expresar.

Las edecanes deben destacar especialmente en la habilidad de transmitir *encanto*, y esto va más allá de simples características físicas agradables. Es esencial que sean capaces de cautivar la atención y de ejercer un poder sobre las personas, mediante un atractivo que va más allá de lo visual. La capacidad de las edecanes para atraer y mantener el interés de los consumidores es ampliamente reconocida.

Además, es fundamental que puedan mostrar y resaltar *entusiasmo* en su trabajo. Deben demostrar una dedicación ferviente y un compromiso apasionado hacia sus tareas. Es importante transmitir al consumidor que disfrutan de su labor, ya sea por el *placer* de ser observadas, admiradas y deseadas,

o simplemente por el gusto de mostrar su belleza distinguida. También es esencial transmitir que realizan su trabajo con *pasión* y *entrega*.

Una emoción de gran importancia es la *amabilidad*. Una actitud amable es fundamental para lograr interacciones exitosas, facilitar la venta de productos o servicios y crear ambientes agradables, el cual es uno de los objetivos de su actividad. Además, es crucial proporcionar un acompañamiento que genere *confianza* en relación con la adquisición de un producto o servicio. Esto implica escuchar las necesidades del consumidor y brindar *seguridad* de que el producto o servicio cumplirá con sus expectativas.

Como se mencionó previamente, las exhibiciones emocionales pueden variar según el segmento al que pertenezca la edecán. Cada segmento tiene reglas emocionales específicas que deben ser desplegadas durante el proceso de trabajo, dependiendo del tipo de consumidor al que se dirija el producto, la marca o el servicio.

El grupo de edecanes triple A, que se dedican al modelaje o son contratadas para exposiciones, suele desplegar emociones que transmiten elegancia, refinamiento, educación, distinción y estilo. Por lo tanto, deben mostrar *seriedad*, *serenidad*, *cortesía* e *inaccesibilidad*. Estas emociones son comunes en las pasarelas de moda, donde se promocionan productos dirigidos a mujeres. Además, son importantes en exposiciones o eventos en los que su labor se centra más en la planificación y la organización.

Un segmento de edecanes triple A y edecanes doble A suele ser contratado para eventos dirigidos a hombres o asociados a lo masculino. Para ellas,

es importante provocar *sensualidad* y despertar el *deseo* a través de la exhibición de *erotismo*. En el campo, se espera que este grupo estimule el *deseo sexual* de los posibles consumidores, dejando claro que esto no implica ningún tipo de trabajo sexual.

En cuanto a las edecanes A, que suelen dirigirse al grupo familiar, se les asignan despliegues de *alegría, euforia y diversión* en sus interacciones con los consumidores, especialmente en dinámicas como el regalo de productos. Además, al ser generalmente las más jóvenes, se espera que transmitan *calidez, delicadeza, ternura* y una sensación de *juventud emocional*.

Los descriptores mediante los cuales las edecanes expresan este trabajo emocional son: tener actitud excepcionalmente positiva y dispuesta, mostrando una sonrisa amigable; ser agradables en el trato con las personas; ofrecer un servicio de alta calidad al estar plenamente disponibles para satisfacer las necesidades de los demás; ser proactivas en su enfoque y confiadas en sí mismas; superar cualquier sentimiento de vergüenza o miedo al interactuar con las personas; mostrar una chispa contagiosa y entender que desempeñan un trabajo que implica abordar a las personas, sonreír y establecer un contacto inicial.

Estas representaciones emocionales pueden fluctuar entre *actuaciones superficiales* y *actuaciones profundas*. Las actuaciones superficiales son descritas por ellas como mantener sonrisas forzadas y una sensación de obligación. Por otro lado, las actuaciones profundas las describen como tener contacto directo con las personas, ser auténticas, tener una actitud positiva y un compromiso total.

Para las propias edecanes, la capacidad de llevar a cabo actuaciones profundas en lugar de superficiales puede marcar la diferencia entre un trabajo bien hecho y uno mal realizado.

La capacidad de la trabajadora para lograr actuaciones emocionales profundas durante su desempeño laboral puede ser aprovechada por ellas para mantenerse en el medio. Por otra parte, transgredir las reglas de exhibición emocional o limitarse a actuaciones superficiales tiene el efecto contrario. En otras palabras, su contratación futura o la pérdida de oportunidades depende de cómo los empleadores y clientes evalúen su desempeño en el trabajo, en relación con su habilidad para resaltar las emociones establecidas por las reglas de exhibición y para suprimir u ocultar otras emociones.

Las emociones positivas que se espera que las edecanes exalten están interconectadas con un conjunto de emociones negativas que deben ocultar y que también forman parte del trabajo emocional durante la realización de sus labores. Uno de los aspectos más mencionados por las edecanes son el *dolor* y el *sufrimiento* que pueden experimentar debido a las condiciones del trabajo, como el uso de tacones muy altos que lastiman sus pies o el agotamiento derivado de eventos que pueden durar varios días. Además, los uniformes también pueden resultar incómodos debido a los cambios de temperatura, a la exposición al sol en trabajos al aire libre o al frío que experimentan en invierno, debido a que su vestuario no se adapta a las condiciones climáticas, pues suelen usar shorts, faldas, blusas cortas, entre otros.

Las edecanes deben enfrentar emociones como la *vergüenza* o la *vacilación* al abordar a los clientes y hablarles sobre productos, marcas o servicios. Es crucial manejar eficazmente estas emociones si desean mantenerse en la actividad, desarrollar sus carreras y mejorar sus ingresos. Las edecanes que se dedican a la venta, al perifoneo (transmitir mensajes a través de altavoces) o al baile suelen obtener ingresos más altos que aquellas que se limitan a ser exhibidas frente a los negocios.

Además, las edecanes deben suprimir emociones como la *tristeza* o la *melancolía* que puedan surgir de situaciones personales, para no interrumpir su performance laboral. También, pueden experimentar *aburrimiento* debido a la rutina del trabajo, falta de *motivación* y *desgano* derivados de realizar la misma actividad en diferentes contextos laborales o simplemente por la monotonía del día a día.

En cuanto a las emociones que deben incentivar en los potenciales consumidores, las edecanes tienen la tarea de despertar su *interés*, provocando el deseo de explorar y experimentar lo que se ofrece. Esto se logra avivando un conjunto de emociones, como generar *satisfacción* al brindar la oportunidad de interactuar con mujeres atractivas, el *gozo* de contemplar su belleza distintiva y la *ilusión* de que la interacción cercana con las edecanes podría conducir a algo más íntimo.

Es común que las edecanes despierten *admiración* en los consumidores por sus cuerpos, lo cual a menudo se traduce en *seguidores* en redes sociales. Hemos observado que estos seguidores pueden convertirse en consumidores de productos, marcas o servicios, al asistir a eventos para poder

interactuar con las trabajadoras. En este sentido, las edecanes se convierten en una *motivación* para asistir a eventos y, de esta manera, se concreta una transacción comercial.

Como se mencionó anteriormente, a un grupo de edecanes se les asigna principalmente la tarea de generar emociones como *lujuria*, *tentación*, *deseo* y *excitación*. Estas emociones forman parte de una estrategia de venta y promoción diseñada principalmente para atraer a hombres. Por otro lado, para atraer a mujeres y al grupo familiar, las edecanes deben generar *entusiasmo* para participar en las dinámicas de *promoción*, despertar *curiosidad* por lo que se está ofreciendo, transmitir *ternura* a través de su juventud e incluso crear una sensación de *obligación* de consumir debido a la cortesía establecida durante la interacción.

Además, es importante que las edecanes generen *confianza* en la calidad del producto o servicio, fomenten el *compromiso* del consumidor para que continúe con su adquisición y que estimulen *entusiasmo* y *fervor* hacia la marca, el negocio o incluso hacia ellas mismas. Estas emociones son clave para lograr los objetivos de venta y promoción.

Por último, nos encontramos con el trabajo emocional que las edecanes deben llevar a cabo para lidiar con el conjunto de emociones negativas que surgen durante sus interacciones. Los trabajos en el ámbito de los servicios están diseñados para satisfacer al consumidor con el fin de alcanzar los objetivos de venta. Sin embargo, esta dinámica desigual puede dar lugar a actitudes indeseables que van en contra de la dignidad de las trabajadoras e incluso ponen en riesgo su seguridad.

En ese sentido, las y los consumidores pueden exhibir comportamientos *hostiles, agresivos, tercos, prepotentes, enojados o desdeñosos* hacia las edecanes. Las edecanes describen que enfrentan situaciones en las que son objeto de insultos, ofensas y tratos despectivos.

Destacaron en sus relatos las dinámicas conflictivas que se presentan en las interacciones entre hombres y mujeres. En particular, describen las dificultades asociadas al acercamiento a parejas heterosexuales. Sin embargo, resaltaron los mayores desafíos al dirigir sus acciones y emociones hacia los hombres. Es común que se acerquen con la intención de entablar conversaciones prolongadas, invitarlas a salir, solicitarles su número de teléfono, halagarlas e incluso manifestar comportamientos de violencia y acoso.

Según las edecanes, es importante *rechazar* discretamente a los clientes sin mostrar una actitud negativa, tener habilidad para lidiar con estas situaciones, ser imparcial, aprender a desenvolverse de manera *amable y cortés*. En este sentido, ocultan el *abuso* que sufren por parte de los consumidores al pasar por alto las agresiones que describen como algo habitual en su trabajo.

Por lo tanto, se ven obligadas a contener la *ira* o la *rabia* que pueden surgir de estas interacciones. Además, deben hacer frente a la *frustración* o al *pesimismo* que resulta de la incapacidad de responder de acuerdo con sus verdaderas emociones ante tratos injustos. Por ende, *impaciencia, impotencia, indignación, irritación, exasperación e insatisfacción* son emociones con las que deben lidiar constantemente en sus interacciones laborales.

## Conclusiones

La perspectiva del trabajo emocional desafía la concepción tradicional de que las emociones son respuestas individuales y privadas, que surgen de forma espontánea y natural. En cambio, revela que están enraizadas en contextos sociales moldeadas por normas sociales. En el caso de la investigación sobre las edecanes, se evidencia cómo la expresión emocional de las trabajadoras está regulada por los empleadores con el propósito de generar ganancias económicas.

A través de esta perspectiva, se evidenció que las edecanes enfrentan presiones para generar y mostrar emociones específicas, ya sea para atraer y seducir a los clientes o para mantener una imagen corporativa y promocional. Estas demandas emocionales pueden tener efectos tanto positivos como negativos en la vida y bienestar de las edecanes, influyendo en su salud mental, su autenticidad emocional y su relación con el trabajo.

La necesidad de regular y suprimir sus propias emociones para cumplir con las expectativas del trabajo puede llevar a una desconexión de sus propias experiencias emocionales. Esto ilustra cómo las estructuras y demandas laborales pueden afectar la subjetividad y el bienestar emocional de las edecanes y por extensión de otros trabajadores emocionales.

La discusión sobre las actuaciones superficiales y profundas revela la presión que enfrentan las edecanes para manejar y controlar sus emociones en el trabajo. Aunque las actuaciones superficiales pueden ser necesarias para cumplir con las expectativas laborales y las demandas de los empleadores y clientes, también pueden generar

una sensación de desgaste emocional y falta de autenticidad. Por otro lado, las actuaciones profundas pueden ser más gratificantes emocionalmente, pero también requieren un mayor esfuerzo y capacidad para lidiar con las emociones propias y de los demás de manera más genuina.

En última instancia, la elección entre actuaciones superficiales y profundas puede ser una cuestión de equilibrio y negociación para las edecanes, considerando las demandas del trabajo, las expectativas del entorno laboral y su propio bienestar emocional. Por otro lado, la segmentación y jerarquización del despliegue emocional en su trabajo es problemática y revela dinámicas de poder y desigualdad en el ámbito laboral. Al asignarles roles específicos y limitar las emociones que se les permite mostrar, se establecen estructuras que perpetúan estereotipos de género.

Esta segmentación y jerarquización implica que ciertas emociones, como la seducción y la atracción sexual, son consideradas más valiosas y deseables, mientras que otras emociones, como la autenticidad emocional o el malestar, son desalentadas o incluso reprimidas. Esto crea una presión adicional sobre las edecanes para cumplir con estas expectativas y puede limitar su capacidad para expresar su verdadero yo y gestionar sus propias emociones de manera saludable.

Además, la segmentación y jerarquización del despliegue emocional refuerza las desigualdades de género al asignar a las mujeres roles específicos. Esta división basada en estereotipos de género perpetúa la idea de que las mujeres son principalmente objetos de atracción y entretenimiento.

El análisis del trabajo emocional en las edecanes pone de manifiesto la dimensión de género en la división del trabajo y las expectativas laborales. Se evidencia cómo las mujeres son frecuentemente asignadas a trabajos que implican la gestión de las emociones de los demás, mientras que los hombres tienden a ocupar roles más desprovistos de estas demandas. Esto permite examinar las desigualdades de género en el ámbito laboral y las formas en que se perpetúan a través del trabajo emocional.

Esta división de tareas emocionales refuerza las desigualdades de género en el ámbito laboral, ya que se basa en estereotipos y expectativas tradicionales. Estas expectativas sociales dictan que las mujeres deben ser atractivas y seductoras para los hombres, mientras que deben mostrar ternura y entusiasmo para atraer a las mujeres y al grupo familiar. Esto crea una situación en la que las edecanes están limitadas en las emociones que pueden expresar y en cómo deben interactuar con diferentes grupos de personas.

Además, se destacó la existencia de desigualdades de género en el ámbito laboral, en las cuales las edecanes son frecuentemente objeto de actitudes y comportamientos inapropiados por parte de los consumidores. Estos abusos y tratos irrespetuosos refuerzan las desigualdades de género y la objetificación de las mujeres en el entorno laboral.

En resumen, la asignación desigual de tareas emocionales refuerza las desigualdades de género en el ámbito laboral, ya que se basa en estereotipos de género y limita las expresiones emocionales y las oportunidades de las trabajadoras en su actividad.

No obstante, también se identificaron formas de resistencia y agencia por parte de las edecanes. A pesar de las restricciones y demandas emocionales impuestas, las trabajadoras encuentran estrategias para negociar y resistir estas dinámicas. Esto muestra la capacidad de las personas para resistir y redefinir las normas y expectativas laborales, e incluso para buscar cambios en las estructuras sociales más amplias.

La comprensión del trabajo emocional en la actividad de las edecanes nos invita a reflexionar sobre la importancia de reconocer el trabajo invisible y emocional que desempeñan las personas en diversas ocupaciones. También, nos lleva a cuestionar las estructuras y dinámicas de poder en el ámbito laboral, así como a promover entornos de trabajo más equitativos y respetuosos, en los cuales se reconozca el valor y los derechos de las personas involucradas.

### Referencias bibliográficas

- Arango, L. (2011). Género, belleza y pretensiones artísticas en el campo de las peluquerías. *Revista Latina de Sociología*, 1, 1–44.
- Arango, L. y Molinier, P. (2011). El cuidado como ética y como trabajo. En L. Arango y P. Molinier (Coords.), *El trabajo y la ética del cuidado* (15–21). La carreta Editores.
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Brook, P. (2016). The Alienated Heart: Hochschild's "emotional labour" thesis and the anticapitalist politics of alienation. *Capital and Class*, 33 (2), 7–31.
- Carls, K. (2017). Affective Labour in Milanese Large Scale Retailing: Labour Control and Employees Coping Strategies. *Ephemera*, 7(1), 46–59.
- De la Garza, E. (2012). La metodología marxista y el configuracionismo latinoamericano. En E. de la Garza y G. Leyva (Coords.), *Tratado de metodología de las ciencias sociales. Perspectivas actuales* (229–255). FCE/UAM–Iztapalapa.
- Federici, S. (2013). *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas*. Traficantes de sueños.
- Federici, S. (2018). *El patriarcado del salario. Críticas feministas al marxismo*. Traficantes de sueños.
- Gracia, E., Ramos, J. y Moliner, C. (2014). El Trabajo Emocional desde una perspectiva clarificadora tras treinta años de investigación. *Universitas Psychologica*, 13(4), 1517-1529.
- Hochschild, A. (2003). *The Managed Heart, Commercialization of Human Feeling*. University of California Press.
- Humphrey, R., Ashforth, B. y Diefendorff J. (2015). The bright side of emotional labor. *Journal of Organizational Behavior*, 36(6), 749–769.
- Lagarde, M. (2015). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. Siglo XXI Editores.
- Maanen, J. (1999). The smile Factory: work at Disneyland. *South-Western College Publishing*, 11-24.
- Molinier, P. (2011). Antes que todo, el cuidado es u trabajo. En L. Arango y P. Molinier (Coords.), *El trabajo y la ética del cuidado* (45–64). La carreta Editores.

Nieto, R. (2017). Trabajos emocionales y labores afectivas. *Alteridades*, 27(53), 35–46.

Pétonnet, C. (1982). L'observation flottante. L'exemple d'un cimetière parisien. *L'Homme*, 22(4), 37–47.

Wharton, A. (2009). The Sociology of Emotional Labor. *Annual Review of Sociology*, 35, 147–165.