
Reconocimiento y agravio moral en el contexto de una industria del retail en transformación. Reflexiones a partir de un estudio con cajeras de grandes supermercados en Santiago de Chile

Mesa 43: Trabajo, subjetividad y construcción de sentido en el contexto neoliberal

Dr. (c) Rodrigo Guerra-Arrau. Universidad Diego Portales, Santiago de Chile. Facultad de Psicología, Programa de Doctorado en Psicología, rodrigo.guerraarrau@gmail.com

Resumen

Desde los años ochenta, la industria chilena del retail -holdings empresariales implicados en rubros tales como las cadenas de supermercados, tiendas por departamento, de mejoramiento del hogar, etcétera- ha sido tanto un emblema de los procesos de modernización de las grandes empresas del país, a nivel de gestión del trabajo y de personal, como el símbolo de una nueva cultura nacional del consumo. No obstante, durante la última década, esta industria ha experimentado un proceso de relativo estancamiento, expresado en la reducción de metros cuadrados de las tiendas, junto con la implementación de procesos de autoatención y automatización, los cuales han implicado despidos, reducción de las plazas laborales y un incremento de los procesos de precarización laboral propios del rubro. En este escenario, se vuelve relevante analizar los procesos de construcción de identidades y experiencia laboral de los y las trabajadoras envueltas en el contexto de transformación e incertidumbre que experimenta el retail chileno.

La siguiente ponencia presenta reflexiones derivadas de diversos estudios (incluyendo un estudio cualitativo doctoral), basados en grupos de discusión y entrevistas en profundidad individuales, con cajeras de grandes cadenas de supermercado en Santiago de Chile, en los cuales se analizan las experiencias de estas trabajadoras a partir de los parámetros conceptuales de la teoría del reconocimiento derivados de la obra del filósofo frankfurtiano Axel Honneth, así como de otros autores comentaristas y críticos de su obra -Holtgrewe, Voswinkel, Deranty-.

A partir de dicho marco analítico, que enfoca desde el punto de vista moral la construcción de identidades laborales, se muestran dinámicas de reconocimiento y agravio morales

derivadas de las relaciones que las cajeras establecen con las firmas, clientes y con el colectivo laboral, y cómo estas derivan en demandas de reconocimiento de igualdad de estatus dirigida a los clientes, y de visibilidad dirigida a las empresas y jefaturas en esta coyuntura de incertidumbres.

Palabras claves: reconocimiento – subjetivación laboral - cajeras supermercado

1. Introducción

Nuestro problema de investigación se sitúa en la industria chilena del retail. Bajo esta denominación, debemos entender, en contraste con el resto del comercio minorista, a un moderno sector de la economía, que comprende grandes holdings empresariales que controlan una variedad de modelos de negocios en el sector terciario, tales como grandes cadenas de supermercados, tiendas por departamento, de mejoramiento del hogar, farmacias, artículos deportivos, de lujo, etcétera, a las cuales se ha agregado en las últimas dos décadas, el rubro financiero, a través de los negocios del crédito, seguros, el mercado inmobiliario y el de agencias de viajes y seguros. Facilitado por las reformas estructurales de corte económico-político aplicadas por la dictadura cívico-militar de Augusto Pinochet, este sector experimentó desde la década de los 80 un notable proceso de expansión y modernización, pasando de comprender pequeñas cadenas locales de patrimonio familiar y poco desarrollo tecnológico, a conformar grandes grupos económicos que lograron tempranamente no sólo extenderse a todo Chile, sino a diversos países de América Latina. (Calderón, 2006; Fundación Sol, 2016; Stecher, Godoy y Toro, 2010).

Dentro de este sector, nos enfocaremos en el área de las grandes cadenas de supermercados, rubro que ha sido una de los más dinámicos de todo el retail, contando con volúmenes de ventas que lo llevaron incluso en algún momento a equivaler a un 4% del PIB nacional y a abracar más de mil salas a nivel nacional, repartiéndose en aproximadamente 2.537.153 metros cuadrados (Supermercados de Chile, 2021).

No obstante su desarrollo, durante la década del 2010, al igual que toda la industria chilena del retail, el supermercadismo pasó por un periodo complejo de transformaciones, tanto por las demandas de modernizar el servicio hacia modelos de automatización y la venta en canales online, como por la llegada de nuevos competidores locales, y por la inédita situación de pandemia mundial. Estas tendencias se han traducido en medidas precarizantes de la fuerza laboral, tales como la reducción de la dotación de personal en las

tienda, la recontractación sólo trabajadores por jornadas parciales y la desaparición de diversos rubros larga data dentro de los supermercados, tales como panaderos y carniceros. Todo esto ha creado un escenario de incertidumbres que se suman a constantes procesos de descualificación y polifuncionalidad que han experimentado los/as trabajadoras durante las últimas décadas en este rubro; ello, además, en un contexto nacional en el cuallas condiciones estructurales del trabajo consagradas por las reformas neoliberales, han configurado un ecosistema laboral en donde predomina la poca asociatividad sindical y un escaso poder de negociación colectiva (Cámara de Comercio, 2016; Fundación Sol, 2016; Gálvez, Henríquez y Morales, 2009).

Situados en este escenario laboral convulso, surge la pregunta por estudiar los procesos de subjetivación de los y las trabajadoras pertenecientes a este rubro. En particular, nos enfocaremos en el caso de mujeres cajeras de supermercados, perfil principalmente proveniente de sectores socioeconómicos medios-bajos y de escasa calificación laboral, y que es el de mayor presencia en estos puestos de atención directa a clientes en este tipo de locales-equivaliendo a más de un 60% de toda esta fuerza laboral (Fundación Sol, 2016)-. Estas experiencias serán estudiadas desde el marco de la teoría del reconocimiento. Este lente analítico permite aprehender desde un franco novedoso las motivaciones morales de los sujetos, así como las bases sociocolectivas de los procesos de subjetivación laboral, y las vías en que, desde estas experiencias, se articulan ya sea demandas como luchas por democratizar el espacio laboral (Holtgrewe, 2001; Honneth, 1997, 2006, 2012; Guerra-Arrau y Stecher, 2020; Smith, 2009; Voswinkel, 2012).

De este modo, en primer lugar, revisaremos someramente el marco de la teoría del reconocimiento en el trabajo y en particular en el sector de los servicios, para luego discutir su rendimiento empírico. En términos específicos, se interpretará bajo este lente analítico los resultados de una serie de investigación empíricas, llevadas a cabo con cajeras de grandes cadenas de supermercado en Santiago de Chile.

2. Desarrollo

2.1. Marco conceptual. Reconocimiento, trabajo y sector de los servicios

En esta presentación, entendemos al reconocimiento desde una tradición hegeliana actualizada por el filósofo frankfurtiano Axel Honneth, así como por diversos autores que complementan o critican su obra, y por otros que llevan sus preceptos a la investigación

empírica (Dejours, 2013; Fraser, 2001; Holtgrewe, 2001; Honneth, 1997, 2006, 2012; Kocyba, 2011; Ricoeur, 2006; Voswinkel, 2012). De este modo, entendemos al reconocimiento como una condición antropológica de la subjetivación, es decir, bajo una concepción que concibe que el desarrollo de identidades personales sólo es posible a partir de su configuración en un médium intersubjetivo. Esto hace que el reconocimiento, como señala Honneth, “sea un acto social anclado en la vida social y en la dinámica cotidiana” (Honneth, 2012, p. 80, traducción propia). Lo anterior no equivale a reducir al reconocimiento a su dimensión de integración social, puesto que este también está atravesado por la ambigüedad y el conflicto, ya que no existe una relación directa entre las demandas subjetivas de reconocimiento y las estructuras institucionales que las soportan o satisfacen. Ello hace que las dinámicas de reconocimiento en una sociedad determinada sean un producto dialéctico entre las formas de dominación social establecidas y las luchas que amplían pero también cuestionan los marcos culturales dominantes a partir de los cuales se leen las diversas demandas y luchas por el reconocimiento (Holtgrewe, 2001; Honneth 1997; Smith, 2012).

Como es sabido, para Honneth, las sociedades modernas son entendidas como tres órdenes diferenciados de reconocimiento recíproco, compuestos por las esferas del amor-reconocimiento de necesidades básicas-, el derecho -donde se reconoce la racionalidad de otro/a como portador de derechos- y la solidaridad -esfera de valoración de las capacidades y cualidades diferenciadoras del individuo-. En cada una de estas esferas, los sujetos esperan recibir diversas formas de reconocimiento, por medio de las cuales ellos y ellas logran desarrollar una identidad, al adquirir una forma de auto relación consigo mismos (autonomía en el amor, autorrespeto en el derecho y estima social, en la caso de la solidaridad). Si por diversos fallos sociales, a los sujetos se les brinda formas negativas, deformadas o incompletas de reconocimiento, estos sufrirán una merma en su psiquismo y experimentarán diversos afectos de agravio moral que eventualmente los movilizará a reclamar el reconocimiento negado (Honneth, 1997; Ricoeur, 2006).

La esfera de la solidaridad es la comprende al trabajo remunerado y no remunerado, pues es en esta esfera social en que: “[los individuos] recíprocamente se señalan la significación o la contribución de sus cualidades personales para la vida de otros” (Honneth, 1997; p. 149). En términos concretos, esta implica dos instancias: por un lado, que los sujetos, las organizaciones, los colectivos de trabajo y la propia sociedad en su conjunto sopesen el “mérito” de las acciones de un individuo en virtud de compararlas con algún tipo de criterio de calidad, dependiendo del particular rubro, oficio o servicio que este ejerza; por otro lado,

que estos mismos colectivos, organizaciones o modos de oficio sean reconocidos o no, a la vez, por la propia sociedad, como ámbitos o modos válidos de reproducción o creación de algún tipo de valor. La conjunción de ambos elementos individuales y colectivos permite que los sujetos adquieran -en grados variables- al interior de dichas comunidades visibilidad, respeto y estatus, lo cual les permite conformar un sentido de estima social; o, de no producirse, que experimenten una sensación de agravio moral que los llevaría, eventualmente, involucrarse en demandas o luchas al interior o fuera del marco laboral en pos de obtener el reconocimiento anhelado (Durand, 2019; Guerra-Arrau, 2018; Honneth, 2006; Smith, 2009, 2012; Voswinkel, 2012; Voswinkel, Genet y Renault, 2007).

A nivel analítico, podemos señalar que las dinámicas de reconocimiento en el trabajo se desglosan en dos modalidades principales, la apreciación y la admiración. La apreciación corresponde a una forma de reconocimiento dada a un sujeto perteneciente a alguna grupo o comunidad de trabajo por su contribución a la reproducción de dicho conjunto, pero que no representa una distinción, sino “la estima de los demás por la contribución de un sujeto determinado, teniendo un fuerte componente comunitario” (Voswinkel, Genet y Renault, 2007: 64, traducción propia). En este sentido es una forma articulada de reconocimiento destinada en las sociedades capitalistas a los trabajos menos cualificados, así como al trabajo de cuidados, genéricamente articulado en nuestras sociedades (Voswinkel, 2012). En contraste, la admiración consiste en la valoración de acto extraordinario, asociada al individuo destacado. Sería una forma de mérito no sólo basada en la distinción de un individuo respecto a una comunidad, sino “al prestigio, a la clase elevada, al éxito en el mercado y por lo tanto es un reconocimiento vertical, de abajo hacia arriba” (Voswinkel, Genet y Renault, 2007: 65, traducción propia). Ambas modalidades son complementarias, en virtud de que la primera construye los lazos morales, mientras que la segunda asegura la configuración de un sistema diferenciado de distinciones en las sociedades. No obstante, en el capitalismo contemporáneo, tiende a primar la admiración, lo cual atenta contra el establecimiento de vínculos colectivos en el trabajo (Smith, 2012; Voswinkel, 2012).

Respecto al reconocimiento en el trabajo en el contexto de los servicios, se puede afirmar al menos tres elementos básicos revelados por estudios empíricos en este rubro. En primer lugar, las investigaciones recalcan la diversidad de fuentes de reconocimiento existentes, pues estas derivan de las relaciones fraguadas con clientes, proveedores, jefaturas y pares, así como con discursos y elementos socio-materiales del setting de trabajo. Asimismo, la representación social del rubro de servicios juega un rol clave en las formas en que el o la trabajadora será o no reconocido por su labor (Banks, 2018; Fisher & Owen, 2008; Guerra-

Arrau, 2018). Respecto a este último punto, un tema particularmente relevante para nuestros fines es el reconocimiento que emana de clientes a operarios de atención directa, pues estos últimos, al situarse en lo que la literatura managerial denomina como puestos frontera (frontline) entre la propia empresa y los clientes externos asumiendo reclamos o consagrando ventas, reciben reconocimiento o agravio no sólo por su labor efectiva, sino por ser los/as representantes simbólicos de toda la organización o marca de la misma (Dejours, Deranty, Renault y Smith, 2018; Holtgrewe, 2001; Pettinger, 2005).

En segundo lugar, los estudios empíricos han mostrado que, como adelantamos, los procesos de modernización que ha sufrido el sector a nivel global y local han tensionado y desestabilizado los parámetros culturales y organizacionales de tipo colectivistas que eran propios de este trabajo, al interior de los cuales los y las trabajadoras experimentaban formas de reconocimiento intersubjetivo del valor social del trabajo y de la actividad de trabajar. Por ejemplo, los procesos de modernización en la gestión de las tiendas han descalificado, e incluso eliminado en algunos puntos, oficios tradicionales del retail como los vendedores en las tiendas por departamento y los panaderos en los supermercados, quienes poseían un fuerte sentido colectivo de su labor (Guerra-Arrau, 2018; Stecher, 2012, 2013; Guerra-Arrau y Stecher, 2020; Stecher, Godoy y Toro, 2012). De este modo, prácticas como el management por objetivos y el establecimiento de metas de producción individualizadas y cambiantes; fuertes dinámicas de protocolización y estandarización de tareas y procesos de trabajo en general que tienen a flexibilizar e individualizar el trabajo - *lean retail*-; así como las demandas de implicación subjetiva, compromiso activo e ilimitado y los procesos de precarización del empleo, han tensionado formas clásicas de reconocimiento laboral propias del horizonte industrial fordista, es decir, aquellas más basadas en los lazos colectivos que produce la apreciación (Durand, 2019; Stecher y Guerra, 2021).

Finalmente, en tercer lugar, se debe reparar en las formas de desprecio que pueden configurarse no solo desde marcos simbólicos colectivos o relaciones interpersonales, sino a partir de la propia base socio-material del trabajo (Dejours, 2013; Deranty, 2007; Holtgrewe, 2001; Smith, 2012), lo cual tiene su expresión más directa en las formas manageriales de control laboral que, en el caso de los servicios, se expresa en los intentos, por parte de la administración, de estandarizar y sobre codificar las interacciones entre trabajadores y clientes, lo cual posiciona a los primeros en un rol paradójico, pues se les conmina ser “espontáneos” en la atención al cliente en un marco organizacional altamente estandarizado, protocolizado y vigilado (Holtgrewe, 2001).

Considerando todos estos elementos específicos del reconocimiento en el trabajo de servicios, y siguiendo a diversos autores (Butler, 2018; Durand, 2019; Fraser, 2015; Holtgrewe, 2001; Honneth, 2006; Voswinkel, 2012), sostenemos que en este escenario laboral, las formas de reconocimiento y agravio moral que experimentan tanto los individuos, como aquellas que más bien afectan a los colectivos a los cuales estos pertenecen, se presentan imbricadas de modos complejos tanto con los modos de organización sociotécnica del entorno laboral, como por las estructuras sociales que brindan marcos de identidad, pero que también conforman modos de dominación, como son las socioestructuras del género, la raza y la clase social (Larraín, 2014). Considerando esto, creemos que el estudio empírico del reconocimiento en el trabajo en sector del retail debe considerar los siguientes tres ejes que comprenden, al modo de configuraciones complejas simbólicas y materiales (De la Garza, 2000), formas situadas de reconocimiento y agravio moral o reconocimiento negativo en relación tanto con órdenes sociotécnicos específicos del trabajo de las cajeras -desde sus sistemas contractuales, pasando por la estructura de su escenario laboral-, como con estructuras sociales más amplias, como son, en este caso, el orden de clase, el género y estatus social dominante en la sociedad chilena (Portes y Hoffman, 2013; Schild, 2016; Todaro y Yáñez, 2004).

En primer lugar, tenemos *el eje de las relaciones institucionalizadas de reconocimiento*, que básicamente corresponden aquellas formas de valoración diferencial que “ofrecen” las organizaciones, principalmente formas de contratos, división organizacional del trabajo, sistemas de pagos, instancias de perfeccionamiento, etcétera (Honneth, 2006; Schweiger, 2010; Voswinkel, 2012). En el caso del supermercadismo en la industria del retail, para este perfil de atención directa a público, enfatizamos las condiciones formales y materiales que cimentan el vínculo entre trabajadores y empresas, como contratos laborales, derechos, seguros, regalías y condiciones de empleo y trabajo, así como un modelo simbólico de relaciones, como veremos en seguida.

En segundo lugar, debemos considerar *el escenario de las relaciones efectivas y cotidianas* que se dan al interior de los escenarios laborales de las grandes cadenas de supermercados (Guerra-Arrau, 2018; Guerra-Arrau y Stecher, 2020; Holtgrewe, 2001). En este caso, hablamos de las relaciones que las cajeras establecen tanto con jefaturas, pares de oficio y otros trabajadores, pero por sobre todo con los/as clientes. Este, equivale a enfocarse, en los términos de la microsociología de Goffman (2001), en las fachadas que estas trabajadoras sostienen cotidianamente en sus labores principalmente en las terminales de cajas.

Finalmente, creemos que un estudio del reconocimiento quedaría incompleto si no se considera el *reconocimiento propiamente social*; es decir, cómo las experiencias de los y las trabajadoras, se forjan no sólo en relación con lo que ocurre en el propio trabajo remunerado, sino en las expectativas de reconocimiento social que estos han construido en sus trayectos biográficos de modo tanto diacrónico como sincrónico, es decir, tanto en su socialización como en su participación actual en otras esferas sociales además de la laboral, como pueden ser consideradas la implicación de los sujetos, en lo que Hall denomina identidades culturales, tales como el género, la clase y el estatus social (Fraser, 2015; Honneth, 1997; Larraín, 2014; Voswinkel, 2012).

3. Discusión empírica

En base a una serie de estudios efectuados desde el año 2015, incluyendo una investigación doctoral actualmente en curso de corte cualitativo, los cuales en total han abarcado la realización de 7 grupos de discusión, y 18 entrevistas individuales de corte narrativo a cajas de diversas edades y tiempo de antigüedad en Santiago de Chile, se presentan acá una reconstrucción de las dinámicas de reconocimiento y agravios morales para este grupo de trabajadoras. De este modo, se pretende mostrar una gramática de los elementos fundamentales de esta dialéctica entre las formas instituidas de reconocimiento simbólico-material que ofrecen estas organizaciones, y las expectativas sociales que estas mujeres dirigen al trabajo, así como sus valencias positivas y negativas, todo ello en el contexto de un rubro laboral bajo profundas transformaciones.

Los resultados que comentaremos brevemente acá siguen la estructura de los tres ejes de reconocimiento en el trabajo anteriormente presentados.

3.1. Eje 1: Reconocimiento institucional

En el primer eje, reparemos en las *ofertas instituidas de reconocimiento*. A diferencia de casi todo el sector del comercio minorista en Chile, las grandes cadenas de supermercados han ofrecido a sus trabajadores contratos indefinidos, prestaciones, seguros, así como un sistema sindical relativamente más articulado que en otras áreas de similar tamaño. Asimismo, se ofrece, a nivel simbólico, insertarse en un entorno laboral modernizado, que expresa también el “ethos moderno” del país, en particular, ser parte de la cultura del consumo que se impuso en Chile a partir de los años 80 (Moulian, 1997).

Desde un punto de vista analítico, reparemos que el vínculo que “ofrecen” este tipo de organizaciones, el cual combina formas de apreciación y de admiración. Es decir, se ofrecen elementos que aseguran tanto la formación de un vínculo a largo plazo entre individuos y empresas, como modalidades de reconocimiento diferenciado basado en la distinción, en específico a través de los sistemas de pagos variables por ventas, lo cual institucionaliza un aceptado sistema de competencia en las relaciones entre cajeras.

No obstante, este “contrato” se ha vuelto feble durante los últimos años, dadas las desfavorables condiciones del competencia del sector, efecto que se ha acrecentado por la desaceleración económica, los periodos de revuelta social y posterior pandemia. Frente a esto, emerge en la conciencia de las trabajadoras entrevistadas una clara sensación de prescindencia frente a las “necesidades de la empresa”, puesto que, a pesar de que aquellas aceptaron en un momentos estas “reglas del juego”, siendo incluso valoradas como formas instituidas de reconocimiento, ven ahora que pueden ser desvinculadas en cualquier momento de su trabajo, a pesar de cumplir con este. Reparemos en este fragmento:

“Entonces por eso yo creo que todos, todos nos unimos en el mismo descontento, o sea la empresa para ellos somos un número y mientras tu vayas a trabajar y atiendas al cliente y les generes lucas, están super felices, pero tú no vas a trabajar y es como carta de amonestación al tiro [de inmediato], así pegada en la muralla, entonces es como cero preocupación en cuanto a lo humanitario, cero preocupación en cuanto a eso” (Mujer, grupo de discusión cajeras4).

Este párrafo sintetiza el movimiento dialectico de este pacto entre trabajadora y empresa; aquí como vemos que el tópico discursivo de “ser un número” se liga con la gestión y su lógica instrumental y ello se contraponen a una lógica “humana” de trato, elemento que hace que se vean en entredicho las condiciones tanto de la apreciación -pues se evidencia la fragilidad del “pacto” de pertenencia que ofrecen las tiendas- como la admiración, ya que queda cuestionado asimismo el grado en que el esfuerzo de diferenciación pueda ser una garantía contra el despido injustificado. Esto hace que el marco de reconocimiento promovido por la empresa se torne instrumental o incluso ideológico (Honneth, 2007; Kocyba, 2011), lo cual muestra que este devenir ideológico del reconocimiento tiene relación no sólo con la mera instrumentalidad inmediata del vínculo trabajador-empresa, o por una intencionalidad directa de manipulación por parte de esta última, sino en factores socio-estructurales que, como diría Marx, hacen que las relaciones laborales pasen de una plus-valía relativa a una absoluta. En este caso, la decadencia de esta relación se da en el

contexto de la crisis del retail y como veremos, de todo el marco neoliberal del trabajo en Chile.

3.2. Eje 2: reconocimiento relacional en el trabajo

El segundo eje de reconocimientocomprende el campo de relaciones cotidianas en el trabajo, que implican los vínculos que se tejen con pares de oficio, jefaturas y colegas de otros sectores en el supermercado. Estos, en tanto lazos morales entre los participantes se enmarcan en las formas de la apreciación (Smith, 2012). Por temas de espacio, en esta ponencia nos enfocaremos en el ámbito relacional más relevante y ambivalente para las cajeras, que corresponde a sus vínculos con los y las clientas, en lo que se señaló como situación de frontera entre compradores y empresas (Guerra-Arrau y Stecher, 2020; Holtgrewe, 2001; Wharton, 2016).

Como señalan estas trabajadoras, y como también ha sido extensamente documentado a nivel nacional e internacional (Abal, 2007; Stecher, Godoy y Toro, 2010; Leidner, 1999; Wharton, 2016), las interacciones con los clientes implican una profunda fuente de valoración, en tanto estos reconocen por ejemplo la disponibilidad y rapidez en la atención; al mismo tiempo que estos entablan con aquellas relaciones de cordialidad e incluso de amistad que van más allá de la interacción normada de compra. No obstante, también las cajeras afirman padecer maltratos y agravios constantes. Así, en la investigación doctoral que llevamos en curso, se han recolectado numerosos testimonios de episodios de maltrato. Por ejemplo, son absolutamente cotidianos las agresiones verbales motejadas con epítetos tales como que los/as clientas “hacen el sueldo” de las cajeras; o aquellas basadas en señalarles constantemente que estas “no sabes con quién están hablando”, o que aquellas están en cajas porque “porque no les dio para más”. Aquí tenemos un testimonio de ello por parte de una cajera en una entrevista individual:

“Yo, casi siempre lo atribuí, a que son gente.... Que son... déspotas, que son... ¿cómo se dice? Como tienen plata, ¿cachai? [entiendes] O se creen que tienen el derecho a pisotearte como ellos quieren. Por ejemplo, una vez una clienta le dijo a una cajera: “ah, tu *estai* sentada acá porque no alcanzaste a ir a la universidad, no te alcanzó el cerebro para más”, ¿cachai? imagínate! Bueno, yo le respondí y ahí quedó como la embarrada, ¿cachai?” (Cajera 1, 25).

Estas formas de agravio incluso en algunos casos han llegado al extremo del maltrato físico, situación que es atribuida no sólo a factores sociales -clase, en este caso- sino a la estructura misma de su puesto, en tanto se configura como un lugar de modulación de emociones, o lo que la literatura denomina trabajo emocional (Hoshschild, 2003; Leidner, 1999). Esto se relata a través de las metáforas energéticas que articulan las cajeras en su discurso para aludir al tenor de la atención de los/as clientes. Como señala la misma cajera:

“Por ejemplo, yo podría diferenciar a una mujer o un hombre que a lo mejor tuvo un mal día, o lo trataron mal dentro del supermercado, y cuando llega acá, como vienen así, con uno se desquitan, porque al final, ¡siempre es la cajera, poh! Se *descargan* con todo de lo que les pasaba dentro del supermercado. Entonces, yo lo atribuía a eso, y yo me ponía a conversar con ellos, pero también... ese es un tipo de cliente que llegan como enojado a la caja, porque también están enojados porque el precio no está bien puesto, cosa que es súper entendible, porque si ellos llegan a la caja, lógicamente uno hay cosas que tiene que comprender, porque yo también soy clienta. Uno tiene que ponerse de los dos lados, como cajera y como clienta. Y claro, ese tema yo lo entendía, pero, por ejemplo, el que llegaba a la caja porque el precio estaba mal puesto y sobre eso empieza a agredir, eso es inaceptable” (Cajera 1: 27).

Como podemos apreciar, en estas relaciones de reconocimiento se expresan dinámicas que no sólo implican los parámetros de la relación rólica o sociotécnica entre cajera y clientes en este tipo de organizaciones, sino que, y fundamentalmente, abarcan dinámicas relacionales propiamente sociales, sobre todo en cuanto a las formas de desprecio que se dan en este vínculo, fundadas en jerarquías de clase y género.

3.3. Eje 3: Reconocimiento social

Finalmente, tenemos un tercer eje que, más allá de las dinámicas de reconocimiento propias del trabajo, responde al conjunto de expectativas y demandas que las trabajadoras del retail construyen sobre el reconocimiento social en general. Estas experiencias extralaborales de reconocimiento no sólo tienen una dimensión sincrónica al construirse en base a las relaciones que las trabajadoras mantienen con mundos sociales paralelos al trabajo remunerado, sino también una dimensión diacrónico-biográfica (Honneth, 1997), lo cual hace que el reconocimiento se desdoble tanto en experiencia directa como en expectativa históricamente conformada. Si por ejemplo estamos hablando del reconocimiento de una

mujer, extranjera, perteneciente a una etnia o grupo social determinado, debemos entender cómo esta ha construido sus expectativas de reconocimiento en relación con su socialización y con su inserción en mundos sociales e identidades colectivas (Butler, 2018; Berger y Luckmann, 1995).

Las mujeres que ocupan el puesto de trabajo de cajero de supermercados, tal como corroboran diversos estudios, (Godoy y Stecher, 2008; Guerra-Arrau, 2018; Stecher, Godoy y Toro, 2010), son principalmente de mediana edad-20 a 45 años-, de escasa formación profesional, con trayectorias laborales inestables e interrumpidas por el trabajo de crianza y sin apoyos sociales; junto con ello, tenemos mujeres mayores de 50 años que, habiendo desarrollado una trayectoria laboral u oficio, se vieron envueltas en la necesidad de emplearse en el retail; y finalmente, jóvenes que cursan estudios de educación superior y que no proyectan, en principio, desarrollarse laboralmente en el retail.

En su diversidad, este grupo femenino comparte el tener un lazo prioritariamente instrumental con este trabajo, pero también se sienten reconocidas o interpeladas, como ya vimos en el eje 1, por la promesa de integración y protección laboral que ofrecía este rubro. Junto a esta expectativa, se sitúa una demanda moral de reconocimiento que estas trabajadoras articulan ya sea en base a una identidad femenina “materna”, en el sentido de apelar a su condición real o potencial de madres para ser valoradas como sostenes de su hogar; o, desde un prisma más individualizado, al interpelar el reconocimiento en tanto mujeres autosuficientes desde un punto de vista de la empleabilidad (Guerra-Arrau, 2018). De manera que, como sujetos, las mujeres tienen ante el trabajo tres tipos de vínculos identitarios, o como diría Honneth, su identidad se constituye en relación con las comunidades de valor del trabajo, la familia y una identidad individualizada (Honneth, 2006; Holtgrewe, 2001). No obstante, en latinoamericana, las relaciones o el contrato de género predominante hacen que la identidad de mujer-madre sea más pregnante frente a las de trabajadora y la de individuo, lo cual se evidencia en la subordinación que las mujeres afirman hacer de sus necesidades de desarrollo personal y laboral al rol de crianza y cuidado en el hogar. Esto se evidencia en investigaciones que muestran el tópico del trabajo fuera de los hogares como una experiencia de “sacrificio” por abandonar la familia, junto con todas las problemáticas derivadas del fenómeno de la doble presencia entre trabajo productivo y reproductivo (Borderías, Carrasco y Alemany, 1994; Guerra-Arrau, 2018).

Como mencionamos, la estima social de las trabajadoras no sólo se apuntala en relación con diversos sistemas de identidades colectivas extralaborales, sino también se ve afectada

por el juicio social que se tiene de su propio rol laboral, o, en términos de Voswinkel (2012), del valor social dotado a esta actividad, en tanto forma adecuada de creación de valor. Al respecto, las trabajadoras están conscientes del poco prestigio social de su labor, reflejando en ello el tópico que refiere la literatura en torno al trabajo femenino -especialmente en el sector de los servicios-como un trabajo invisibilizado (Hatton, 2017). No obstante, al analizar la información que hemos recopilado, notamos que la “invisibilidad” que las cajeras dicen experimentar tiene un caris paradójico, en tanto el puesto mismo está constituido desde una extrema hipervisibilidad, es decir por presentarse expuesto a una mirada panóptica no sólo por parte de clientes, sino de asistentes y jefaturas de cajas, situación que, además, las grandes cadenas de supermercados refuerzan a través de un intenso trabajo estético (Pettinger, 2005) dado por el uso de uniformes, un cuidado estilo femenino exigido a las cajeras -maquillaje, uñas pintadas, pelo tomado- y la conformación de un setting alrededor de las cajas que refuerza el imperativo del servicio -a través de letreros y señales que apuntan a enfatizarle al cliente el “espíritu de servicio” de los locales-. En ese sentido, estamos ante un trabajo en el cual más que ser visible la persona, lo es el puesto, el cual oculta, precisamente, a su “ocupante”, pero, por sobre todo, oculta su historia y luchas como mujer perteneciente a un determinado estrato social. Consideremos este fragmento:

“Que lata [pena, molestia] así sentirse en un trabajo, que tú eres un número que no te valoran en ningún aspecto, *ni siquiera como mujer*, porque nosotros eh... o sea yo lo veo así porque yo... yo de una u otra forma yo me quiero y me valoro. *Nosotros a esta sociedad aportamos gentes*, mujeres, hombres de bien que van a la sociedad, que para ellos, para los empresarios, van a ser personas que van a trabajar para ellos mismos, porque mi hijo si está estudiando, se está esforzando y yo estoy trabajando para darle una educación, que sea algo más que yo, para quién va a trabajar... para ellos mismos...” (Grupo 1 de cajeras).

El “no existir” que señala la cita, nos muestra que, más que frente a una estricta problemática de invisibilidad, estamos frente a una problemática derivada de un régimen de visibilidad que invisibiliza en la hipervisibilidad. Esto Honneth (2011) lo tematiza como una forma de desprecio aún mayor que las directas formas negativas del reconocimiento, puesto que lo que es invisibilizado es la condición misma de persona, lo cual actúa como el punto mínimo de reconocimiento.

4. Conclusiones

Quisiéramos concluir esta presentación de resultados de estos tres ejes del reconocimiento en el trabajo, con unas breves notas tanto sobre el carácter general de las dinámicas de reconocimiento presentes en este caso, así como de las demandas de reconocimiento posibles de articular a partir de las investigaciones emprendidas.

En primer lugar, enfatizamos la compleja urdimbre de modalidades de reconocimiento y agravio moral que se dan en este caso del sector de los servicios, las cuales agrupan instancias organizacionales, relacionales, e intersubjetivas, condición compleja que superaría las separaciones entre lo material y lo discursivo (Holtgrewe, 2001; Honneth, 1995). En este sentido es relevante señalar su posible grado de generalidad considerando la tercerización global del trabajo, más aún en un contexto de precarización y gestión a través de la automatización y el uso masivo de algoritmos que tienden a descualificar y controlar de modo impersonal del trabajo.

Con respecto a las demandas de reconocimiento, al observar estos ejes, son posibles de articular dos grandes demandas. Por un lado, a los/las clientes (eje 2) se les demanda respeto e igualdad de trato. Esto demanda, lejos de representar un anhelo aislado para este caso, refleja a nuestro juicio, la expectativa creciente de los individuos en la sociedad chilena actual por democratizar y horizontalizar las relaciones cotidianas, es decir, superar el modo tradicionalmente autoritario de relacionarse con otros en la cultura chilena, en base a las asimetrías de poder basada en elementos de clase, raza y género (Araujo, 2016; Araujo y Martuccelli, 2012; Bengoa, 2006).

Esta demanda, no obstante, entra en una relativa contradicción o modulación al ser confrontada con las demandas de reconocimiento que las cajeras formulan a la empresa como entidad simbólico-material de relaciones, y por extensión a la sociedad en su conjunto (ejes 1 y 3). En efecto, a la empresa, ya sea desde exigencia de cumplir con el “contrato” establecido con los trabajadores o de considerar el “sacrificio” que como mujeres que hacen las cajeras al sostener sus hogares, se le demanda visibilidad y dignidad, anhelo que en sí mismo implica no cuestionar la asimetría de poder entre esta entidad y la trabajadora -como se pudo apreciar en la última cita presentada-. Para Honneth (1997), esta demanda revela, como señalamos más arriba, el carácter paradójico de las dinámicas de reconocimiento, en la medida que, por un lado, reproducen los sistemas socioculturales de relaciones -es decir, las formas de dominación social-, pero, a su vez, son un elemento de su transformación. Así, no es extraño que las cajeras formulen una radical demanda de horizontalización de relaciones en una dimensión -el trato cotidiano en cajas-, al mismo momento que piden a las

empresas cumplir sus compromisos, demanda que, implícitamente, asume la enorme asimetría de poder que las modernas empresas chilenas tienen respecto al trabajo (Ramos, 2009).

Finalmente, señalemos que estas dos demandas de reconocimiento, reconstruibles en un momento de crisis de la industria del retail chileno y del sector supermercadista en particular, reflejarían, a nuestro parecer, la complejidad de las demandas que las trabajadoras albergan respecto al mundo del trabajo contemporáneo -es decir, tanto democratización, como dignidad en el trato asimétrico- y cuya articulación ayuda a comprender en parte cómo las experiencias de precarización e incertidumbre vividas en el mundo laboral, conforman la motivación vital de las demandas sociales y políticas que aparecen en el espacio público por tornar decente el trabajo (Schweiger, 2010). Como tales, asimismo, estas demandas también forman parte de las demandas más generales que se hicieron manifiestas -y se siguen haciendo- desde las revueltas políticas masivas de octubre de 2019 (Stecher y Sisto, 2019), que ponen en cuestión, o al menos -como señala la convocatoria de este encuentro- agrietan la formación chilena del neoliberalismo.

5. Referencias bibliográficas

- Abal, P. (2007). El destierro de la alteridad. El caso Walmart Argentina. *Revista Mexicana de Sociología*, 69(4), 688 - 727.
- Araujo, K. (2016) *El miedo a los subordinados. Una teoría de la autoridad*. Santiago: Lom Ediciones.
- Araujo, K. & Martuccelli, D. (2012). *Desafíos comunes. Retratos de la sociedad chilena y sus individuos* [T. 1]. Santiago: LOM.
- Bank, S. (2018). The social dynamics of devaluation in an aged care context. *Journal of Sociology*, 54(2): pp. 167-177. DOI: 10.1177/1440783318766144.
- Bengoa, J. (2006). *En busca de la comunidad perdida*. Santiago: Catalonia.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1995). *La Construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Borderías, C.; Carrasco, C., Alemany, C. (1994). *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*. Barcelona / Madrid: Icaria / FUHEM.

-
- Butler, J. (2018). *Deshacer el género*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Calderón. A. (2006). "El Modelo de expansión de las grandes cadenas minoristas chilenas".
Revista de la CEPAL, 90, 151 – 170.
- Cámara de Comercio (2016) *Tendencias del retail en Chile*. Santiago: Departamento de estudios Cámara de Comercio de Santiago.
- De la Garza, E. (2000) La Flexibilidad del trabajo en américa Latina. En De La Garza, E. [Coord.] *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*. México: El Colegio de México/Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales/Universidad Autónoma Metropolitana.
- Dejours, C. (2013). *Trabajo vivo: Tomo 2: Trabajo y emancipación*. Buenos Aires: Topía.
- Dejours, C., Deranty, J., Renault, E.& Smith, N. (2018). *The Return of work in critical theory. Self, society, politics*. New York: Columbia University Press.
- Deranty, J. (2007). Repressed materiality. Retrieving the Materialism in Axel Honneth's Theory of Recognition. En Deranty, J., Petherbridge, D., Rundell, J. y and Sinnerbrink, R. [Edts.] *Recognition, Work, Politics. New Directions in French Critical Theory*. Leiden: Brill.
- Durand, J.P. (2019). *Creating the new worker. Work, Consumption and Subordination*. Switzerland: Palgrave-McMillan.
- Fisher, P. y Owen, J. (2008). Empowering interventions in health and social care: Recognition through 'ecologies of practice'. *Social science & medicine* 67(12), 2063-2071 DOI: 10.1016/j.socscimed.2008.09.035.
- Fraser, N. (2015) *Fortunas del feminismo*. Madrid: Traficante de sueños.
- Fundación Sol (2016) *Industrias de elaboración de alimentos y bebidas, retail y sector financiero*. Santiago: Documento de trabajo, Fundación Sol.
- Gálvez, T., Henríquez, H. y Morales, G. (2009). *Holding y tiendas: la trama que multiplica las ventas y redobla el trabajo* (Cuaderno de Investigación N.º 36). Santiago, Chile: Dirección del Trabajo.
-

- Godoy, L. y Stecher, A. (2008). La Experiencia de mujeres asalariadas en Santiago de Chile: Sentidos del trabajo e identidades de género. En Espinoza [Coord.] *Mundos del trabajo: Pluralidad y transformaciones contemporáneas*. Quito: FACSO.
- Goffman, E. (2001). *La Presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Guerra-Arrau, R. (2018). Referentes identificatorios de género y demandas de reconocimiento de mujeres en el trabajo. Un estudio de caso en un contexto de trabajo feminizado en Santiago de Chile. *Liminales, Escritos sobre psicología y sociedad* VII(13), 101-126.
- Guerra-Arrau, R. y Stecher, A. (2020). Dinámicas de reconocimiento y agravio moral en el trabajo. Un estudio cualitativo con cajeras de grandes cadenas de supermercados en Santiago de Chile. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 11(20), 75-96.
- Hatton, E. (2017). Mechanisms of invisibility: rethinking the concept of invisible work. *Work, employment and society*, 1-16. DOI: 10.1177/0950017016674894.
- Hartmann, M. & Honneth, A. (2009). Paradojas del capitalismo. En Honneth, A. *Crítica del agravio moral*. México: FCE.
- Holtgrewe, U. (2001). Recognition, Intersubjectivity and Service Work: Labour Conflicts in Call Centres. *Industrielle Beziehungen*, 8, (1), 37-55.
- Honneth, A. (1997). *La Lucha por el reconocimiento*. Barcelona: Crítica.
- Honneth, A. (2006). Redistribución como reconocimiento. Respuesta a Nancy Fraser. En Fraser, Nancy & Honneth, A. *¿Redistribución o reconocimiento? Un debate político-filosófico*. Madrid: Morata.
- Honneth, A. (2007). Recognition as Ideology. In B. Van den Brink & D. Owen, *Recognition and Power: Axel Honneth and the Tradition of Critical Social Theory* (pp. 323-347). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511498732.013
- Honneth, A. (2011). Invisibilidad. Sobre una epistemología moral del "reconocimiento". En Honneth, Axel, *La Sociedad del desprecio*. Madrid: Trotta.
- Honneth, A. (2012). *The I in the we*. Cambridge: Polity Press.

-
- Hoshschild, A. (2003). *The Managed heart. Commercialization of human feeling*. Los Ángeles: University of California Press.
- Kocyba, H. (2011). "Recognition, Cooperation and the Moral Pre-suppositions of Capitalist Organization of Work". *Analyse&Kritik* 1, 235-259.
- Larraín, J. (2014). *Identidad Chilena*. Santiago: Lom Ediciones.
- Leidner, R. (1999). Emotional labor in service work. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 561, 81-95. DOI: 10.1177/000271629956100106.
- Moulian, T. (1997). *Chile actual. Anatomía de un mito*. Santiago: Lom Ediciones.
- Pettinger, L. (2005). Gendered work meets gendered goods: selling and services in clothing retail. *Gender, work and organization*, 12(5), 460-478.
- Portes A. y Hoffman K. (2003). Las estructuras de clase en América Latina: composición y cambios durante la época neoliberal. Santiago: Cepal.
- Ramos, C. (2009). *La Transformación de la empresa chilena*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Ricoeur, P. (2006). *Caminos del reconocimiento*. Buenos Aires: FCE.
- Schweiger, G. (2010). Work and recognition. En Bagusat, C.; Keenan, W.; Lobner, N. & Sedmak, C. (Eds.): *Decent work and unemployment*. Berlín: Liv Verlag.
- Schild, V. (2016) Feminismo y neoliberalismo en América Latina. *Nueva Sociedad* 265, septiembre-octubre de 2016. Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/feminismo-y-neoliberalismo-en-america-latina/>
- Smith, N. (2009). Work and the struggle of the recognition. *European Journal of Political Theory*, 2009, 8, 46 - 60. DOI: 10.1177/1474885108096959.
- Smith, N. (2012). Work as a sphere of norms, paradoxes and ideologies of recognition. En O'Neill, S. y Smith, N. *Recognition theory and social research*. Palgrave: Macmillan.
- Stecher, A. (2012). "Perfiles Identitarios de Trabajadores de Grandes Empresas del Retail en Santiago de Chile: Aportes Psicosociales a la Comprensión de las Identidades Laborales". *Psyche*, 21(2), 9-20.
-

-
- Stecher, A. (2013). La Modernización de la industria del retail. Reorganización empresarial y experiencias laborales. En Osandón, J. & Tironi, E. [Ed.] *Adaptación. La empresa chilena después de Friedman*. Santiago: Ediciones UDP.
- Stecher, A., Godoy, L. y Toro, J. (2010). Condiciones y experiencias de trabajo en la sala de venta de un supermercado. Explorando los procesos de flexibilización laboral en el sector del retail en Chile. *Polis*, 27, 1-23.
- Stecher, A. y Sisto, V. (2019). Trabajo y precarización laboral en el Chile neoliberal. Apuntes para comprender el estallido social de octubre 2019. En Araujo, K. (Comp.) *Hilos Tensados. Para leer el octubre chileno*. Lom Ediciones.
- Supermercados de Chile (2021). Estadísticas. Disponible en: <http://www.supermercadosdechile.cl/estadisticas/>
- Todaro, R. y Yáñez, S. (Eds.) (2004). *El Trabajo se transforma. Relaciones de producción y relaciones de género*. Santiago: Centro de Estudios de la Mujer.
- Voswinkel, S. (2012). Admiration without Appreciation? The paradoxes of the doubly subjectivised work. En Smith, N. & Deranty, J.-P. (2012) *New Philosophies of Labour*. Leiden-Boston: Brill.
- Voswinkel, S., Genet, I. y Renault, E. (2007). L'admiration sans appréciation. Les paradoxes de la double reconnaissance du travail subjectivisé. *Travailler*, 2(18), 59-87.
- Wharton, Any (2016) Interactive service work. En S. Edgell H. Gottfried E. Granter *The Sage handbook of the Sociology of work and employment*. London: UK Sage.
-