



Ilustraciones de Mr. Punch's after-dinner stories,
Proyecto Gutenberg, 2010

Sociología de la propina

Héctor Vera

UNA DE NUESTRAS TRANSACCIONES ECONÓMICAS más singulares es también una de las más cotidianas: dar propina. Pese a lo rutinario que resulta dejar propinas, no es del todo claro en qué consiste esta práctica y bajo qué criterios debe realizarse. ¿Qué tipo de trabajo merece una propina, en qué cantidades y con qué forma de pago? Es claro que los meseros y los botones esperan una propina y que no otorgárselas sólo es justificable cuándo el servicio fue particularmente deficiente o el cliente es notoriamente tacaño. Sabemos igualmente que darle propina al proctólogo o al psicoterapeuta está completamente fuera de lugar. Pero ¿debemos dejar propina al masajista, plomero o edecán? Y si sí, ¿cuánto? Además, está el problema de qué instrumento usar para otorgar la bonificación; darle una caja de galletas o un pavo congelado al conserje del edificio es un buen detalle, pero ningún mesero aceptaría galletas como propina —y estas complicaciones no incluyen el uso del término *propina* como eufemismo de soborno, como las “propinas” en los juzgados para que avancen los “asuntos”—.

De entre nuestras interacciones más comunes donde la propina se convierte en algo problemático

están aquellas con los meseros en los restaurantes, pues en su caso la propina está incrustada en un área entre lo discrecional (definida por lo que el cliente juzga un buen servicio) y las obligaciones laborales impuestas por ley a los empleadores. Y las cosas para nosotros se han simplificado considerablemente, pues en el México actual la convención de dejar diez por ciento de propina es conocida y, en términos generales, aceptada. Pero las cosas no siempre fueron así.

La propina ha sufrido notorios cambios legales, económicos y simbólicos. Al comenzar el siglo xx, por ejemplo, el berlinés Georg Simmel observó en su *Filosofía del dinero* que darle propina a un camarero expresaba la superioridad social de quien la daba. Simmel comparó la relación entre cliente y mesero con la de una pareja sentimental donde la posición de ventaja la lleva la persona a quien le importa menos el contenido de la relación. En cuestiones amorosas el menos involucrado sentimentalmente puede aprovecharse de la devoción del otro; entre el comensal y el mesero la ventaja la tiene el menos interesado en el dinero: el cliente.

Simmel escribió cuando la propina —como práctica recurrente y sancionada— todavía no tomaba del todo su forma actual. Era una época en la que no se distinguía claramente de los regalos o la caridad; y como se sabe, regalar dinero es usualmente mal visto. Muchas veces los camareros o mensajeros preferían aceptar un cigarro como muestra de agradecimiento por el servicio que habían prestado, antes que recibir monedas (aunque el valor del cigarro fuera tres veces menor que el efectivo). El “regalo” en especie tenía algo dignificante; la “donación” en metálico, algo degradante. Lo adecuado era que el carácter económico del “regalo” no fuera preponderante; valía más la cordialidad con

que era dado. Las propinas, en este sentido, eran algo más similar a un obsequio de día de las madres (ni un sociópata es tan insensible como para regalarle a mamá trescientos pesos en un sobrecito de papel manila) que a un simple sobresueldo pagado por el cliente.

Como ha notado la socióloga Viviana Zelizer en *El significado social del dinero*, la propina se ubicaba de manera crítica en el cruce entre varios tipos de transferencia económica: no era del todo un pago, ni un soborno, ni una caridad, ni un regalo. Tampoco era un sueldo o un aguinaldo. Esta falta de claridad llevó a muchas personas de principios del siglo pasado a considerar que la propina era algo impropio y ofensivo: se la veía como la perversión de un regalo o una forma poco elegante de comprar las sonrisas mercenarias de los camareros. Se consideraba que era socialmente degradante y que humillaba al destinatario. El hecho de que la propina fuera discrecional y dependiera del estado de ánimo de quien la daba acentuaba la inferioridad del destinatario. Y ya desde entonces era visible que la propina servía en parte como mecanismo para perpetuar las mismas desigualdades sociales que ponía de manifiesto, pues permitía a los empleadores pagar sueldos bajos que serían complementados con las propinas.

La expectativa de la propina, dice Zelizer, generaba incomodidad también entre quienes debían darla. Era difícil de calcular, y no resultaba claro cómo debía entregarse (hoy las carpetitas y alcancías que usan en restaurantes y changarros nos ahorran esa incomodidad). El malestar ante el ascenso de la institución de la propina llegó a ser tan notorio que en Estados Unidos hubo incluso propuestas de legislación destinadas a prohibir el pago de propinas. Para adecuarse

a los nuevos tiempos fue necesario crear reglas de etiqueta sobre cuánto, cómo, cuándo y a quién darle propina, y los manuales de urbanidad y buenas maneras comenzaron a dictar y popularizar directrices sobre el comportamiento adecuado del dador de propinas (el célebre manual de Manuel Carreño tiene consejos al respecto, junto a temas como “cuándo y cómo dar regalos” y la “forma correcta de comer frutas”).

Al avanzar el siglo xx la propina fue perdiendo su aire de regalo. Aunque no ha dejado de ser del todo una compensación optativa, al convertirse en algo más regular, los ingresos que generaba se hicieron más estables y calculables; de este modo fue como la propina se adentró más en el terreno del salario (con porcentajes fijos y sobre cuyo ingreso los trabajadores deben pagar impuestos). Y en tanto que salario, se la ha protegido por la ley, en México la Ley Federal del Trabajo subraya que “las propinas son parte del salario de los trabajadores” y que “los patrones no podrán reservarse ni tener participación alguna en ellas”.

Pero pese a su estatus legal y su carácter cotidiano, las propinas siguen siendo fuente de estrés y expectativas frustradas (expectativas sobre qué es un buen servicio y qué compensación es justa). En países donde la propina está incluida en la cuenta (como en Francia, donde se añade automáticamente quince por ciento de la cuenta) los juicios y cálculos sobre la calidad del servicio quedan completamente de lado. En lugares como Alemania, donde el servicio está incluido en la cuenta y sólo se acostumbra redondear las cantidades para que el mesero reciba algo extra, la incertidumbre es menor que en sitios como México, donde los parámetros son más abiertos.

Es claro que la propina debe ser ganada; el trato de un mesero malhumorado o inepto puede estropear hasta la mejor de las cenas. Al mismo tiempo, no dar propina es un abuso, pues aunque los meseros estén en la extraña situación de ofrecer amabilidad



y buenos tratos con el fin calculado de asegurar una mejor propina, su aspiración es legítima y su posición frágil. No sólo tienen que lidiar con mentecatos que se toman en serio el lema de que “el cliente siempre tiene la razón”; también laboran en un ramo donde los dueños usan la propina como pretexto para dar sueldos raquíticos. Y, por si esto fuera poco, tienen que sufrir pérdidas en ese ingreso “complementario” dado su carácter discrecional; no falta quien no deja propina como forma de protesta contra los altos precios de un restaurante, castigando así a los trabajadores y no a los dueños, que son quienes fijan los precios en la carta.

Las propinas son incómodas y debatidas, porque como con cualquier otra interacción económica, nunca se trata sólo de una cuestión de cantidades. Quiénes intervienen en la transacción, qué tipo de relación establecen, qué medio de intercambio se usa como instrumento de pago y en qué contexto se realiza la transacción, son todos elementos cruciales para que las actividades económicas puedan ser sobrellevadas apropiadamente. Si no me cree, la próxima vez que salga a comer deje como propina tres vales de descuento de veinte pesos en la compra de una caja de Fruti Lupis y vea qué sucede. ▀