

Título: NUEVOS ESCENARIOS LABORALES Y JUVENTUD. LAS EXPERIENCIAS DE LOS AGENTES TELEFÓNICOS DE CALL CENTERS OFFSHORE EN ARGENTINA

GRUPO 17: Juventud, trayectorias de inserción y sentidos del trabajo

Autoras: Andrea Del Bono y María Noel Bulloni

Correo electrónico: adelbono@ceil-piette.gov.ar; mbulloni@ceil-piette.gov.ar

Institución: Ceil-Piette /CONICET

1. Introducción

Como es sabido, en el último cuarto de siglo se han producido cambios económicos estructurales que impactaron con contundencia sobre el mundo del trabajo y que impulsaron su mutación. Por un lado, la naturaleza de los trabajos existentes ha experimentado un gran cambio (en su contenido y en sus condiciones), por otro, la percepción que las personas tenemos hoy sobre lo que el trabajo representa o significa en nuestras vidas -y para la sociedad- tampoco es la misma que hace una décadas atrás.

Si a estas transformaciones sumamos la importancia de otro proceso -hasta hace poco inédito- e imaginable sólo en el presente contexto de globalización económica, quedarán presentadas las preocupaciones de fondo que motivaron nuestro trabajo de investigación. Estamos pensando en el sostenido proceso actual de homogeneización de las formas de producción de bienes y servicios en el marco de la transición del fordismo a modalidades más flexibles de acumulación basadas en la compresión del tiempo y del espacio, en la relativización de las distancias y en el suavizamiento de las fronteras; todos estos, factores que contribuyen a la aceleración del ritmo de los procesos económicos y –por tanto- del beneficio (Harvey: 1998).

Hoy en día las empresas se trasladan allí donde haga falta para obtener mejores dividendos, externalizan y deslocalizan empleos, subcontratan la parte del proceso productivo que convenga..., todas estas estrategias contribuyen a unificar el régimen de producción post industrial. Sin embargo, la tendencia hacia la homogeneización no se impone completamente, por el contrario, las diferencias y los contrastes se imponen cuando se dirige la atención hacia las condiciones laborales y las experiencias de los trabajadores en relación a su trabajo¹. Estas diferencias están ancladas en situaciones socio-económicas y socio-históricas específicas y de larga data, pero también, en la acelerada multiplicación de condiciones de trabajo y de remuneración, poco comparables y, generalmente, asimétricas.

Sobre las mismas cartografías entre las que vemos desdibujarse las fronteras productivas -unidas por la generalización de una norma temporal que asegura el movimiento continuo y la circulación veloz de bienes, trabajo y capital-, se profundizan los contrastes cuando nos preguntamos por las formas de trabajar y por las experiencias de las personas en relación a su trabajo, en un plano micro-social.

En este trabajo presentamos los resultados de una investigación en la que nos propusimos indagar en una de las tantas experiencias particulares que también transcurre por el cauce de la globalización económica y

¹ Esos contrastes abundan y la homogeneización no se impone completamente porque, tal y como explicara también David Harvey, la competencia acrecentada en condiciones de crisis ha obligado a los capitalistas a prestar mucha más atención a las ventajas relativas de la localización, precisamente porque disminuir las barreras espaciales permite que los capitalistas exploten las menores diferenciaciones espaciales con buenos resultados. Así, pequeñas diferencias en torno a, por ejemplo, forma de abastecimientos, recursos, infraestructura, características de la fuerza de trabajo y cuestiones semejantes han adquirido una mayor significación.

de la tendencia a la homogeneización de las formas productivas que este proceso conlleva. Es así que hemos dirigido nuestra atención hacia un caso concreto de deslocalización en el que actividades ligadas a las TICs migran desde Europa y Estados Unidos para ser relocalizadas en Argentina.

Este proceso es la fuente del desarrollo de un importante nicho de empleo en el que actualmente –y desde hace algunos años– encuentran inserción laboral miles de jóvenes argentinos. Precisamente este contexto ha actuado como disparador de nuestra indagación acerca de la fisonomía que adoptan de las nuevas formas de trabajo (su naturaleza, contenido y condiciones) surgidas a partir de dicha deslocalización y de la reflexión acerca de lo que ese trabajo *es y representa* para los jóvenes trabajadores que, de alguna manera, deben a dicha migración de servicios su actual empleo.

Los interrogantes que plantearemos aquí deberían contribuir a orientar la exploración de varias dimensiones, relacionadas con las condiciones objetivas de trabajo de los agentes telefónicos de quienes nos ocupamos, pero cuyo desarrollo se extiende más allá de la esfera de la organización del trabajo *strictu sensu*. Nos hemos propuesto avanzar en el análisis de las diferentes configuraciones subjetivas y de conformación identitaria que construyen los trabajadores en torno a su trabajo, para lo cual, combinamos la exploración de las siguientes dimensiones. En primer lugar, nos preguntaremos acerca del estatus que otorga trabajar en un call center ¿Qué representa para los jóvenes trabajar en un call centers? ¿Que estatus les confiere en relación a su situación anterior? ¿De qué forma la significación que estos jóvenes atribuyen a su trabajo se relaciona con sus posibilidades, sus trayectorias previas y con el capital cultural y social que detentan? Luego indagaremos la forma en que los agentes telefónicos construyen una *imagen de si* a partir de la relación que establecen con su trabajo y de las competencias que movilizan en el mismo. En el marco de una ocupación frágil y transitoria ¿Qué sentidos emergen a la hora de reivindicar la utilidad y la importancia de su labor y por transición, de si mismos?

Presentamos aquí algunas reflexiones alumbradas a partir de un trabajo de investigación al que nos hemos dedicado, con algunas breves intermitencias, durante los dos últimos años². Nuestro diseño de investigación comprendió tres empresas proveedoras de servicios de telemarketing y atención a clientes (Teletech, Teleperformance y Latin Call) y cuatro campañas de teleatención diferentes, en las que no solo es distinta la naturaleza del trabajo realizado, sino también, el origen social de los empleados y sus percepciones sobre su situación laboral (venta en idioma inglés de teléfonos móviles Nextel, para clientes norteamericanos; venta en idioma español de teléfonos móviles de Nextel-Sprint, para clientes latinos de EE.UU.; atención al cliente en idioma español, campaña 1-2-3 Vodafone-España y, soporte técnico en idioma inglés para Kodak -EE.UU.-).

Hemos utilizado una estrategia metodológica cualitativa basada fundamentalmente en la técnica de la entrevista. Realizamos treinta entrevistas a agentes telefónicos de las cuatro campañas presentadas y un par de grupos de discusión; las entrevistas fueron semiestructuradas, de una hora de duración en la mayoría de los casos, mientras que seis de éstas fueron entrevistas en profundidad.

Dada la extensión necesariamente acotada que habrá de tener este artículo, vamos a trabajar aquí solamente sobre dos de los casos estudiados: el de los agentes telefónicos de la empresa *Teletech Argentina* que trabajan en la campaña de *Nextel* vendiendo teléfonos y líneas de teléfono a clientes de EE.UU., y el de los agentes de *Teleperformance Argentina* que atienden las consultas de los clientes españoles de la operadora de teléfonos móviles, *Vodafone España*, desde la campaña: *1-2-3 Vodafone*.

² Nos referimos al Estudio de caso: Deslocalización del trabajo y conformación de nuevas identidades laborales. Los agentes telefónicos de los *call centres off shore* en Argentina” desarrollado en el marco del Proyecto Trabin 2, “Escenarios de Vida y Trabajo en la Sociedad de la Información: Mujeres, Jóvenes e Inmigrantes.”. Dirigido por Juan José Castillo (Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, 2004/2007).

2. Sobre los *call centers offshore*...³

Los *call centers* son el soporte desarrollado por las empresas para satisfacer determinados aspectos de la relación con sus clientes en forma no presencial; son plataformas telefónicas que pueden ser gestionadas directamente por la empresa interesada en brindar atención a sus clientes, o por empresas proveedoras, en las que se ha terceroizado su gestión. Los agentes telefónicos comprendidos por nuestro estudio son empleados de grandes empresas multinacionales con filiales argentinas, especializadas en el negocio de brindar servicios subcontratados de atención al cliente (para nosotros, en este texto, indistintamente: empresas terceroizadoras y/o proveedoras).

Al menos en Argentina, pero también en otros países de la región, como por ejemplo en Brasil, estos centros de trabajo son conocidos popularmente por la palabra inglesa que los designa, “*call centers*”, antes que por el término español, centro de llamada. Es, entonces, un poco por comodidad, que nosotros también utilizamos la palabra inglesa. Lo mismo ocurre con el término *offshore*, término inglés ampliamente difundido que en sentido estricto habla de las actividades que se desarrollan “alejadas de la costa”, pero que hoy es utilizado por la literatura económica para hacer referencia a las estrategias empresariales de externalización y de traslado de la producción o del suministro de un servicio fuera de las fronteras nacionales. En este caso se trata de un término con fuertes connotaciones: desde la acepción ligada al mundo financiero que refiere a paraísos fiscales de alguna isla remota, hasta la acepción más *managerial*, utilizada en análisis benévolos de procesos de externalización que no son más que políticas de recorte de gastos basadas en el empleo de mano de obra de bajo coste. Nosotros nos referiremos a los *call centers offshore*, sólo porque esta es la denominación utilizada por empresarios y organismos oficiales en Argentina, pero hablaremos siempre de deslocalización de empleos y de puestos de trabajo, y no de trabajo *offshore* sino de trabajo deslocalizado. De lo que se trata es de no perder de vista que no hablamos solo de empleos que se pierden en un país para volver a reaparecer en algún otro (bajo la forma de trabajo *offshore*) sino de transferencias de empleo que afectan, muchas veces dramáticamente, a las personas (Auer, Besse y Méda, 2005).

Como es bien conocido, y esto ya lo hemos analizado en algún texto anterior recurriendo a los trabajos de Gereffi y Sturgeon (2004), una primera oleada masiva de deslocalización de empleos puede situarse en los años ochenta del siglo XX con el éxodo de la producción de zapatos, vestimenta, electrónica barata y juguetes, desde Estados Unidos hacia los países asiáticos. Más tarde, en los años noventa, los trabajos más rutinarios del sector servicios comenzaron a ser subcontratados en localizaciones *offshore*. En la actualidad, los proyectos de deslocalización involucran servicios de mayor valor agregado, tal es el caso de los procesos empresariales que se prestan como nuevos servicios gracias a las posibilidades abiertas por las tecnologías de la información. En este contexto se produjo, durante la década de 1990, la rápida expansión internacional de los *call centers*. Actualmente la tendencia hacia la externalización, que es desde siempre el motor que impulsa el desarrollo de los *call centers*, se profundiza debido a la generalizada adopción por parte de las empresas de la estrategia de deslocalización de los servicios de atención al cliente.

Tal como ya hemos señalado, a partir de la devaluación argentina de 2002, el país comenzó a recibir los ecos de este proceso de deslocalización, siendo el sector de los *call centers* uno de los más beneficiados en esta nueva coyuntura. Hacia fines de 2006, las empresas terceroizadoras de *call centers* tenían 36.000 empleados, de los cuales 7000 se desempeñaban exclusivamente como agentes en operaciones *offshore*. En el siguiente cuadro podemos observar la evolución que registra el sector en términos de creación de puestos de trabajo:

³ En este apartado retomamos algunas cuestiones presentadas en artículos anteriores sobre las nuevas situaciones de trabajo generadas por las posibilidades actuales de deslocalización de empleos del sector servicios, remitimos a esos textos a quienes quieran saber algo más sobre la evolución de los *call centers offshore* y sobre las problemáticas planteadas por dicha evolución en el caso argentino (Del Bono, 2006 a y b).

Evolución puestos de trabajo en empresas tercerizadoras de *call centeres* 2001-2006

Año	Cantidad de empleados del sector	Porcentaje de crecimiento
2001	5.000	N/D
2002	6.000	20%
2003	12.000	100%
2004	20.000	66%
2005	30.000	50%
2006	36.000	20%

Fuente: *Convergencia Research*, en base a datos propios y de la Agrupación de Centros de Atención al Cliente de la Cámara Argentina de Comercio⁴.

Sin duda, la actual ventaja de costos laborales representa un fuerte impulso para la expansión del sector. Destaquemos, a modo de ejemplo, que mientras que en Estados Unidos un agente telefónico gana entre 10 y 12 dólares por una hora de trabajo, en Argentina, los mejores salarios (que son los de los agentes bilingües) oscilan entre los 2 y los 3 dólares la hora (Di Martino, 2004). Siguiendo a J.P. Durand (2004), podemos pensar en los *call centres* como en una industria de mano de obra por excelencia y, entender así, la ventaja que representan los bajos salarios cuando la reducción de los costos de la mano de obra es el factor crítico para asegurar el éxito. Y las ventajas en Argentina, son realmente importantes, donde el sueldo de bolsillo de un teleoperador oscila entre \$650 y \$800 mensuales para los agentes telefónicos que desempeñan sus funciones en castellano y ronda los \$900 y \$1.200 para los agentes bilingües. Las empresas proveedoras de servicios de *call centers* que operan en Argentina amplían entonces, cada vez más, su participación en distintos mercados externos, como Estados Unidos, España y México. Tal es el caso de las empresas líderes en el negocio *offshore*, empresas a las que pertenecen los *call centers* estudiados: *Teleperformance Argentina* (filial de la multinacional francesa SR Teleperformance) y *Teletech Argentina S.A.* (filial de la multinacional norteamericana Grupo Teletech Holding).

En la actual coyuntura económica argentina, la industria de *call centers* se ubica entre los mayores oferentes de "primer empleo" del país y es la puerta de entrada al mercado de trabajo para muchos jóvenes, cuyas edades oscilan entre los 18 y los 25 años, que encuentran en este sector en expansión un primera oportunidad: un contrato laboral por tiempo indeterminado, una jornada laboral de seis horas, un salario discreto pero que alcanza para cubrir sus gastos juveniles todavía relativamente limitados y, en la mayoría de los casos, su primer empleo en el sector formal. Nos preguntaremos, entonces, desde una perspectiva microsociológica por las características de su trabajo y por las vivencias y experiencias de estos jóvenes trabajadores.

3. Del trabajo en los *call centers*: sobre su naturaleza y sus condiciones.

En la actualidad, la gama de tareas que se realizan desde un *call center* es muy amplia y lo es cada vez más, debido al perfeccionamiento de este soporte que es ya un potente canal de difusión y de relevamiento de información -desde y hacia el mercado-, con una llegada verdaderamente masiva. En este sentido, la diversidad

⁴ Es importante señalar que no existen datos oficiales en Argentina sobre la industria de los *call centers*. Los organismos estatales no revelan información al respecto y la información sectorial producida por las Cámaras y por las propias empresas no profundiza ni desagregala datos globales.

de situaciones que pueden encontrarse asociadas a la actividad de quienes se desempeñan como agentes telefónicos es tan amplia, como la gama de tareas que pueden realizarse desde distintos tipos de centros de llamada.

La literatura académica ha prestado mucha atención a esa heterogeneidad y hoy es ampliamente aceptado que, más allá de esas diferencias (internas, si se quiere), el trabajo de los *call centers* debe distinguirse de otros trabajos de servicios y de oficina y que es la naturaleza de su proceso de trabajo lo que representa un rasgo distintivo que marca la diferencia. Taylor y Bain (2005), a quienes seguimos en este apartado, destacan la existencia de sub-especies, de *call centers*. Rosemary Batt (2002), por ejemplo, ha distinguido tres modelos de *call centers*: los taylorizados orientados a la producción masiva; otros con predominio de la lógica de la prestación de servicios profesionales; y una forma híbrida de servicios de masas-*customizados*, esto es, masivos pero con preocupación por el cliente. Kinnie et al. (2000), siguen reseñando Taylor y Bain, establecen el contraste entre *call centers* con predominio de ejecución de tareas repetitivas y con un control muy fuerte y, otros, donde el trabajo “relacional” con el que se construye una interacción negociada con los clientes, marca la tónica.

En este sentido, como ya hemos mencionado en algún otro texto, Taylor y Bain (2001 y 2002) han contribuido activamente a la obtención de evidencia empírica que ha permitido avanzar en la identificación de distintos tipos de tareas y trabajos de teleatención en los que la importancia relativa que se asigna a criterios cuantitativos y/o cualitativos de definición de objetivos y de evaluación de resultados conforma una serie de actividades dotadas de características diferenciadas. El contraste se establece, por un lado, entre *call centers* en los que se ejecutan operaciones sencillas, repetitivas, de bajo valor agregado, en los que el rendimiento se mide a través de estrictos parámetros cuantitativos y, por otro, con aquellos servicios más especializados con tiempos más “relajados” y un grado mayor de autonomía -*help desk* técnicos, por ejemplo- en los que los resultados no se miden en términos de cantidad (llamadas atendidas) sino, más bien, en función de la calidad de la atención.

Finalmente, puesto que no nos vamos a detener aquí en presentar exhaustivamente estas clasificaciones, volvemos un instante sobre esta última diferenciación ya que resulta útil para comprender como se organiza el trabajo de los agentes telefónicos de quienes nos ocupamos. Llamamos la atención, entonces, sobre la existencia de una doble lógica calidad-cantidad, que no siempre se presenta enfrentada sino coexistiendo en un mismo *call center*: la estrategia de maximización de costos-beneficios (lógica de cantidad) y los requerimientos de los clientes (lógica de calidad), de la tensión que se establece entre estos dos criterios surgen las exigencias que enfrentan los agentes telefónicos. Veamos con algún detalle cómo transcurre esto en los *call centers* estudiados:

3.1. Call center del 123 Vodafone (Teleperformance):

El 123 Vodafone es el típico caso de externalización de un *call center* de grandes dimensiones perteneciente a una compañía telefónica líder que subcontrata (deslocaliza, en este caso) una actividad de bajo valor agregado y para cuya ejecución se requiere un volumen muy importante de mano de obra de baja cualificación. Durante el 2006, en la plataforma del 123 Vodafone de Buenos Aires trabajaban aproximadamente 500 agentes, mayoritariamente chicos jóvenes de entre 18 y 23 años, con estudios secundarios.

Estos jóvenes trabajadores poseen un contrato formal por tiempo indeterminado (ya veremos más adelante que este es un elemento muy valorado en las interpretaciones que éstos hacen sobre sus propias trayectorias laborales), pero son objeto de una dura política de flexibilidad salarial que aplica Teleperformance en este servicio (no así en otros *call centers* gestionados por la misma empresa e incluso tampoco en otros *call centers* del mismo cliente que también pertenecen al 123 -por ejemplo en “cobros” o en los “back office”-).

De hecho, el salario de estos agentes es variable, puesto que depende de las horas de ‘logueo’ que cumpla efectivamente cada agente, es decir, de las horas que cada trabajador esté efectivamente conectado al sistema. *Per se* complicada, esta modalidad ultraflexible coloca a los agentes en una situación de imprevisibilidad ya que a pesar de que la empresa garantiza a sus agentes que podrán cumplir un mínimo de 105 horas mensuales, esto no es siempre lo que sucede. ¿Qué pasa cuando el sistema se cae, o cuándo el trabajador llega a la plataforma a horario y no encuentra una PC en la que trabajar...? Los trabajadores no conocen exactamente cuál será su sueldo a fin de mes, llegan más temprano para encontrar una posición vacante, y se quedan a trabajar más tiempo si el sistema informático colapsó durante su turno.

Ahora bien, según hemos señalado, una de las diferencias existentes en el universo de los *call centers* tiene que ver con la naturaleza de las llamadas que éstos gestionan, pudiéndose distinguir entre plataformas dedicadas a la atención de llamadas entrantes y de llamadas salientes. A este factor deberíamos agregar, para que la caracterización sea completa, el tiempo de duración de la llamada.

Estos factores tienen su importancia ya que son indicadores del tipo de trabajo realizado y, según sea su combinación y su desarrollo, de la relación existente entre parámetros de calidad y de cantidad. Es decir, reflejan las oportunidades que encuentran los agentes telefónicos para poner en juego sus capacidades y sus conocimientos, o las limitaciones existentes para que esto suceda, debido al tipo de organización del trabajo más o menos rígida que impera en el *call center*. ¿Cómo es esta combinación en el *call center* del 123 Vodafone?

Los agentes que trabajan en el *call center* del 123 Vodafone atienden el número de consultas que la compañía tiene habilitado para sus clientes, es un plataforma de llamadas entrantes, operativa 24 x 24, y a la que llaman los clientes de la compañía residentes en España. Específicamente la tarea consiste en brindar orientación a los clientes sobre el servicio de telefonía móvil de la compañía: condiciones de los abonos, los planes y las líneas, orientación sobre precios, sobre problemas de facturación, beneficios, servicio de *roaming*, y la atención de reclamaciones.

En el 123, se resuelven una cantidad importante de consultas y, muchas otras, son transferidas para ser atendidas en los departamentos correspondientes. En ese sentido, este *call center* funciona como un servicio de ventanilla única para todos los clientes de telefonía móvil de la compañía. Los agentes atienden un promedio de 70 llamadas diarias durante una jornada de seis horas con dos pausas de descanso de quince minutos y sobre consultas muy diversas “*un surtido de cosas, desde qué es un mensaje de texto... hasta un reclamo por un error en una facturación*”. En cuatro minutos, que es el tiempo óptimo según los parámetros de calidad que maneja Teleperformance para este servicio, los agentes tienen que atender al cliente español, ver qué es lo que necesita o reclama y además, ofrecerle siempre algún servicio, oferta o promoción, de la compañía.

“*Tenés que atender al cliente, ver lo que necesita, lo que quiere, y además tenés que..., no la opción sino la obligación* (enfatizando la palabra “obligación” cuando la pronuncia) *de ofrecerle al cliente un servicio aparte, a eso le dicen NBA. Esto es, a los clientes que llaman les tenés que ofrecer como... un valor agregado... a la llamada..., una oferta sería... y el cliente acepta o no. Todo eso tiene que ser en cuatro minutos. Tenés que resolver el problema del cliente, escucharlo... en cuatro minutos promedio. Igual, siempre hay un cliente que llama por reclamaciones, que te tiene media hora...*” Marcelo⁵

Esta racionalización taylorista del trabajo es característica de los *call centers* masivos de atención al cliente gestionados por empresas subcontratistas. Estas compañías que tienen un contrato como proveedoras, calculan los beneficios llamada a llamada y la relación entre los costos de la mano de obra, la cantidad de llamadas y el tiempo (cantidad de llamadas por hora) resulta un factor de importancia crítica.

⁵ Marcelo es agente con un año de antigüedad., 21 años En adelante: Marcelo (E6)

Como ya hemos desarrollado en estudios anteriores, en call centers masivas como el 123, gestionadas por una subcontratista, la calidad de la atención no es el factor de mayor relevancia (Del Bono, 2005). Es más, dado que la combinación entre esos factores es una variable clave para la reducción de costos –y esto es lo que aseguran a sus grandes clientes las empresas como Teleperformance- la contradicción entre el cumplimiento de los parámetros de calidad y de cantidad es una característica omnipresente en estos servicios. Como así también, el desgaste y la tensión que dicha contradicción genera incluso en los propios agentes.

Por un lado, los parámetros de calidad del 123 son exigentes: resolver una llamada implica no sólo suministrar la información correcta o solucionar un problema sino asegurarse que «*el cliente se quede contento*», es ahí donde radica la esencia de una buena atención. Por otro lado, este no parece siempre un objetivo sencillo de cumplir en el marco de procedimientos rígidos y de tiempos ajustados.

El tiempo de duración de la llamada entrante y la calidad de la atención que se brinda en ese tiempo son factores que preocupan y tensionan a los agentes de *call centers* como el 123 en los que siempre existe un premio de calidad que “*engorda el sueldo*” para premiar la obtención de una buen rendimiento en ese campo. Testimonios como el de Cecilia -“*En realidad te agota. Ya no te dan ganas de ir a trabajar (...) tenés que respetar los tiempo de llamadas, tenés que tener buenos tiempos para poder cobrar los premios*”- (Cecilia⁶), o como el de Andrea que presentamos a continuación, han sido ya muy recogidos por la literatura sobre *call centers* para reflejar siempre las mismas sensaciones de saturación y de agotamiento que provocan las exigencias de este tipo de servicios en sus agentes:

“Lo que pasa es que estás metido ahí adentro y escuchás...pero en eso es saturante. O sea, vos llegás a tu casa y no querés atender el teléfono. Esa es la realidad ¿no? No querés escuchar a nadie más. Pero yo lo tomo bastante bien. O sea, me cansa el ir, el venir. Pero en sí, nuestro trabajo sí te come la cabeza.” Andrea (E3)

Los procedimientos muy rígidos del 123 Vodafone y la contradicción intrínseca que existe entre los parámetros de calidad y de cantidad adoptados atentan contra el buen desarrollo de la relación de servicio que encaran los agentes y contra la motivación de los propios trabajadores y, lo que es más serio, contra las buenas condiciones físicas y psicológicas de los trabajadores que se ven en situación de movilizar las competencias sociales y actitudinales que todo trabajo informacional conlleva en un contexto de mucha exigencia y elevado control.

En procesos productivos como el del 123, los agentes se sobreejigen siguiendo el ritmo que establece el sistema informático y sin otra opción más que seguir la cadencia impuesta por la entrada de llamadas y por las llamadas en espera. Como ha señalado Durand (2004), los trabajadores terminan por asimilar las exigencias y las presiones impuestas por la intensificación del tiempo de trabajo en forma “natural” cuando descartan (por irrealista) la otra -única- alternativa que les deja la lógica del “flux tendu” (el “flujo tenso” de la producción) en la que están inmersos: salir de la cadena, cortar el ritmo, romper la cadencia, renunciar e irse...

Pero los jóvenes que trabajan las plataformas *offshore* de Vodafone en Buenos Aires siguen ahí y tienen razones para quedarse; no nos detendremos en el análisis de esas razones en este apartado, sino más adelante. Nuestro objetivo en este capítulo es, solamente, presentar las características que tiene el trabajo que realizan cada uno de los grupos de empleados estudiados.

3.2. Call Center Nextel-Sprint (Teletech):

El *call center* de la cuenta *Nextel-Sprint* de Teletech se trata de un *call center* de grandes dimensiones en el que trabajan alrededor de setecientos agentes, mayoritariamente jóvenes estudiantes.

⁶ Cecilia (22 años edad) tenía 1 año de antigüedad, (En adelante Cecilia (E2))

Los agentes de Teletech de Nextel-Sprint entrevistados atienden la opción “ventas” de un 0800 que la compañía tiene habilitado para sus clientes. Es un servicio de llamadas entrantes y al que llaman los clientes de la compañía residentes en Estados Unidos. Básicamente la tarea consiste en tratar de vender nuevas líneas de teléfono, ya sea incluyendo un aparato nuevo o habilitando aparatos que el cliente ya posee. Es la venta de líneas justamente lo que hace comisionar más a los agentes. También en ventas se agregan servicios: GPS, mensaje de texto, Internet en el teléfono, entre otros. En Ventas se recibe una cantidad importante de llamadas de clientes que no desean comprar líneas sino que han llegado hasta allí, por marcar erróneamente esa opción, o por algún error del sistema. En estos casos igualmente los agentes están obligados a tratar de venderles antes de realizar la transferencia al departamento correspondiente a los motivos iniciales de la llamada.

Los agentes atienden un promedio de 30 llamadas diarias durante una jornada de seis horas con dos descansos de quince minutos. No tienen prescripto un tiempo para cada llamada ya que mientras vendan, pueden extenderse lo que sea necesario y cuentan con unos minutos después de cada venta para cargar los datos en el sistema.

En este *call center* la naturaleza *inbound* de las llamadas contribuye a reducir la dureza de las condiciones de trabajo, que se distancian de las difíciles situaciones que se plantean en el *telemarketing outbound*, lo cual no quiere decir que los agentes estén exentos de las presiones que genera la venta.

Y en el caso del *call center* de *Nextel-Sprint* de *Teletech*, esas presiones incluso se acentúan debido al funcionamiento del propio sistema. Pues, como ya explicamos, además de recibir llamadas de quienes están interesados por comprar líneas y teléfonos, los agentes también reciben llamadas de otra naturaleza, reclamaciones frecuentemente. La calidad en este caso, no está dada por orientar o solucionar el problema del cliente, todo lo contrario, el Departamento de “*Quality*” ejerce presión a través de sus parámetros para que los agentes, igual, vendan: “(...) *¿Yo qué puedo hacer? Si no le vendo, viene calidad y me pone un cero por “not attempt to sale”, que es “no intentaste vender”. Viene mi supervisor y me rompe las pelotas.*” (Manuel⁷)”. Por lo tanto, los agentes que pretenden comisionar, como Rubén, se sienten presionados por la necesidad de vender, más allá de cuáles sean los requerimientos de los clientes:

“El cliente llama por cualquier cosa. La mayoría de las veces para quejarse y si no porque quieren comprar líneas nuevas o porque quieren cambiar el aparato, porque quieren agregar algún servicio. Pero yo tengo que venderle líneas porque es por lo que yo más comisiono. A mí, más allá de lo que quiera el cliente, mi interés es vender una línea nueva” Rubén (E19)

4. Sobre los trabajadores y sus representaciones en torno al trabajo

4.1. Jóvenes, trabajo y subjetividad⁸

Definir el alcance de las experiencias de los jóvenes trabajadores de los *call centers*, entender qué elementos estructuran su percepción acerca del trabajo que realizan, obliga a ir más allá de la naturaleza de la tarea que llevan a cabo. En primer lugar, vamos a situar el análisis en el contexto del mercado de trabajo local ya que allí residen algunos elementos que luego contribuirán a la explicación de varias de las dimensiones que intervienen en la conformación de la subjetividad de los jóvenes trabajadores de quienes nos ocupamos. El siguiente paso, que estará más volcado sobre el discurso de los propios actores, lo daremos en los apartados que siguen.

⁷ Agente con un año y medio de antigüedad y 19 años de edad . En adelante Manuel (E20).

⁸ Cabe mencionar que nuestro interés por las cuestiones relativas a la *juventud* en el contexto de esta investigación responde sólo a que los trabajadores de *call centers* de hecho son jóvenes en su amplia mayoría. En ningún momento hemos encarado el estudio de “los jóvenes” como una opción teórica, por ello no nos detendremos en el extenso debate en torno a esta controvertida noción...

Los jóvenes que abarcamos con nuestro estudio se socializaron en la década de los '90, marcada por sucesivas crisis económicas y duras políticas de corte neoliberal. En América Latina esto conllevó un serio deterioro de las condiciones sociales y de los mercados de trabajo (aumento del desempleo y deterioro generalizado de la calidad del empleo). La Argentina no fue la excepción, y reflejo de ello fue la irrupción de un nuevo escenario económico y social: desempleo estructural, trabajo no registrado, empleos precarios, rigidez salarial, pobreza y exclusión, desregulación de la legislación individual y colectiva del trabajo. Durante esos años se expandió en Argentina el sector terciario, que se reveló como el más dinámico del período, pero los puestos de trabajo que allí se crearon correspondieron a tareas descalificadas, bajo la forma de contratos temporales y de bajas remuneraciones. De allí, que la creación de nuevos puestos de trabajo haya sido débil y concentrada en el sector informal, predominando los bajos salarios.

Por su situación de buscadores del primer empleo, los jóvenes han sido las principales víctimas de la crisis de los mercados laborales. Desde comienzos de la década del '90 en Argentina, los índices de desempleo entre la juventud son sensiblemente mayores y en muchos casos casi duplican las tasas del conjunto de la población económicamente activa, a lo cual se suman los altos niveles de subempleo. (Jacinto y Solla, 2005)

Cuando logran escapar al desempleo, la característica más marcada en la relación actual de los jóvenes con el mercado de trabajo es la precariedad de sus inserciones laboral. Sus trayectorias suelen combinar etapas de desempleo, subempleo, inactividad, contratos temporarios y/o autoempleo, muchas veces en el nivel de supervivencia. Los jóvenes, por lo general, tienen acceso a empleos inestables, sin protección laboral y con bajos salarios, aun cuando se inserten en el sector formal de la economía. Los que completan la educación media llegan a ingresar en el circuito de "nuevos empleos jóvenes" -cadenas de *fast food*, alquiler de videos, cines, vendedores de centros comerciales- y, tal como compobamos a lo largo de nuestro estudio, también *call centers*. Todos estos son empleos en el sector formal, pero igualmente con bajos salarios y contratación precaria.

En el marco del deterioro general, se ha producido una aguda polarización de las oportunidades laborales. Aquellos jóvenes más educados, dependiendo también de su capital cultural y social, pueden aspirar a obtener puestos de mayor calidad, mejor remunerados y con mejores condiciones de trabajo, pero muchas veces igualmente transitorios. Los jóvenes en situación de pobreza y/o niveles educativos más bajos se ven compelidos a realizar trabajos informales y ocasionales, en el extremo más deteriorado del circuito laboral con una fuerte rotación e inestabilidad, principalmente debido al tipo de empleo y remuneración (Jacinto y Solla, 2005).

Volviendo a nuestro análisis sobre los *call centers*, es evidente que los jóvenes que allí trabajan perciben y conocen los rasgos del mercado de trabajo local (de hecho, este es el telón de fondo de las lecturas de nuestros entrevistados). Si bien a partir del "nuevo contexto macroeconómico vigente" desde 2002-2003; la desocupación, la informalidad y la precariedad laboral aparecen como fenómenos mucho menos amenazantes que durante los noventa (Novick, 2007); sin duda estas siguen siendo situaciones a las que los jóvenes se encuentran altamente expuestos (Jacinto, 2007). En este marco, las valoraciones críticas, las sensaciones de injusticia o de disconformidad que muchos trabajadores pueden sentir, pasan necesariamente a segundo plano, pierden contundencia y quedan relativizadas frente a la dureza del contexto y de las escasas alternativas laborales existentes.

Así se entiende que trabajar en un *call center* pueda convertirse en una « buena oportunidad »: es un trabajo en blanco, por tiempo indeterminado, con jornadas reducidas y tal vez oportunidades de ascenso. Y estas nos son apreciaciones nuestras sino las ventajas mencionadas por los agentes entrevistados al ser consultados al respecto. Asimismo, también es importante resaltar que -según analizaremos más adelante- para muchos jóvenes el ingreso a un *call center* representa la oportunidad de superar la barrera del primer trabajo ya que los requisitos de ingreso que manejan las empresas son verdaderamente poco exigentes.

Veremos también a través del análisis de las entrevistas, que en la multiplicidad de significados que los jóvenes agentes telefónicos atribuyen a su trabajo se yuxtaponen –y coexisten– vectores de valoración instrumental : “*esto es como un paso, hago mi plata y me voy*”, con otros de realización personal, vinculados a la satisfacción que genera en los trabajadores el hecho de contar con “*un trabajo verdadero*” -el trabajo en el *call center* que le permitió salir del circuito de los trabajos informales y precarios-. Asimismo, la apreciación que tienen los jóvenes del trabajo en un *call center* en términos de “buena oportunidad” no descarta –y veremos hasta qué punto no las descarta– las valoraciones ligadas a sensaciones de insatisfacción, de intenso desgaste físico, de injusticia y explotación.

4.2. *Valoraciones y significados en torno al trabajo*

Podríamos comenzar presentando a estos jóvenes trabajadores como “hijos de la crisis”. Jóvenes que han conocido en su propio entorno familiar el deterioro social y económico que afectó a la Argentina en la última década. Ante este difícil contexto, trabajar en un *call center* representa una oportunidad laboral que les permite hacer frente a una serie de necesidades.

La mayoría de los trabajadores entrevistados se encuentran en su primera juventud, luego de finalizar sus estudios secundarios se encuentran desarrollando otros estudios y no se han independizado de su ámbito familiar. Siguiendo en este punto a Jacinto (2005) y Agulló (1997, 1998) podemos destacar que se trata de jóvenes que se encuentran en el comienzo de su trayectoria laboral, en donde la opción de empezar a trabajar se asocia con la necesidad de comenzar a cubrir sus “gastos personales”, fundamentalmente aquellos vinculados con sus estudios, adquirir cierta independencia económica o con tener que “ayudar en casa”.

Ahora bien, preguntarnos acerca de las representaciones que tiene para estos jóvenes el hecho de trabajar en un *call center* nos obliga a ir más allá de la mera dimensión instrumental. Como lo adelantábamos en la introducción al presente capítulo, en los relatos de estos trabajadores observamos que los mismos atribuyen otros significados al trabajo los que responden a las diversas dimensiones de sus representaciones del trabajo⁹ que son actualizadas cuando priorizan uno u otro criterio.

A la hora de intentar desentrañar cuáles eran los rasgos en común entre las valoraciones y sentidos en torno al trabajo de estos agentes *offshore* y qué los hacía diferentes; hemos podido verificar la gran influencia que también ejerce en nuestro caso una de las dimensiones identificadas por Cousin (2002) en su análisis sobre las experiencias de los trabajadores de los *call centers* parisinos. Nos referimos al estatus que este trabajo les otorga a los individuos y de qué manera este estatus se relaciona con sus perspectivas de carrera y futuro laboral.

Al igual que en nuestro estudio, los agentes telefónicos estudiados por Cousin son jóvenes para quienes el empleo en un *call center* representa la entrada a la vida activa y la obtención de un contrato por tiempo indeterminado. Esto les permite dejar atrás la inestabilidad crónica de los empleos precarios y de los contratos temporales que también allí parece haberse instalado en la socialización ocupacional de los jóvenes. Al ingresar en un *call center* estas personas rompen con su pasado y cambian de estatus. Pero este cambio no es, en el caso estudiado por Cousin, y tampoco en nuestro caso, un cambio de la misma naturaleza para todos los individuos.

Entre nuestros entrevistados, las mayores diferencias en este sentido se dan entre los jóvenes de las plataformas bilingües (Nextel-Teletech) y aquellos que trabajan en *call centers* en español (Vodafone-

⁹ Como bien sintetiza Longo “Las representaciones en torno al trabajo son imágenes que condensan un conjunto de significados, son la síntesis entre las imágenes que surgen de la materialidad, las percepciones y las relaciones dentro del campo laboral, expresadas a través del discurso.” (2004:209)

Teleperformance). Veremos que esta distinción está fuertemente asociada con las mismas características que subraya Cousin, tales como el capital cultural y social que estos detentan; sus experiencias laborales previas, sus aspiraciones profesionales; circunstancias que, desde una mirada más macro (sociológica) podríamos interpretar como diferencias de clase.

Los trabajadores bilingües

Entre los agentes bilingües el perfil predominante es el de jóvenes de clases medias, estudiantes universitarios, que aún no se han independizado de sus familias, (aunque algunos han comenzado este proceso); que presentan una escasa o nula experiencia laboral, siendo este generalmente su primer trabajo, al que han ingresando fácilmente haciendo valer sus conocimientos de inglés.

Cuando les preguntamos a estos jóvenes por las razones que los llevaron a trabajar en un *call center*, buena parte de estos enfatizaron la necesidad de financiar sus estudios, que generalmente cursan en universidades privadas, ya que sus padres no se pueden seguir ocupando en invertir en su capital cultural como lo hacían antes. Podemos observar en el relato de Cintia el acuerdo que ha hecho con sus padres para regular el esfuerzo que implica para ella trabajar y estudiar : “*mirá las cosas son así: yo me pago la facultad...y lo que queda es para mí, vos me pagás todo demás...o sea, yo te ayudo con la facultad pero no es que te voy a dejar todos los gastos, porque... o sea... tengo 18 años y no me voy a bancar sola todavía.*” (Cintia¹⁰). Santiago¹¹ también nos dice que debe trabajar para hacer frente a sus cuotas universitarias, Mariana¹² para ahorrar para financiar una maestría, Nuria¹³ para comprar los materiales necesarios para su carrera: “*O sea, me puedo dar el lujo de comprarme todo lo que quiera en la facultad. Si quiero el lápiz más ridículamente caro, lo compro. Y después, es pagar cosas mías... todo el resto lo pagan mis viejos*”.

A partir de estos testimonios podemos pensar que estos jóvenes claramente priorizan sus estudios y atribuyen al trabajo un lugar simbólicamente relativo en sus vidas. En este sentido, algunas de las representaciones positivas que estos destacan de esta experiencia tienen que ver, justamente, con que los *call center* son una buena oportunidad para la gente joven que estudia, como enfatiza Nuria (E10): “*Sabía que eran trabajos para estudiantes, de relativamente pocas horas, relativamente bien pagados y ese tipo de cosas.*”

Pero, por otro lado, también observamos que por momentos el trabajo ocupa un papel más central, es visto como una necesidad en sí, como una forma de realización personal, como sinónimo de independencia. Esta representación se observa por ejemplo, en los relatos de aquellos jóvenes que dicen trabajar aunque sus padres no estén de acuerdo, o que no lo sienten como una “obligación” económica. Como Esperanza¹⁴ que valora “*el poder darme todos los gustos, el poder hacer mis proyectos personales sin depender de mi casa*”; o como Leticia¹⁵, que su trabajo le permitió independizarse de su casa y vivir con amigos, aún sabiendo que “*mi papá está con la billetera abierta para decirme qué querés*”. En estos casos, los aspectos más valorados del trabajo del *call center* tienen que ver con “las ventajas” en términos de estabilidad y

¹⁰ Agente con 6 meses de antigüedad, 18 años, vive con sus padres, estudiante universitaria (Ingeniería en sistemas), el ingreso al call center es su primera experiencia laboral. En adelante: Cintia, (E15)

¹¹ Agente con 1 año y medio de antigüedad, 21 años, estudiante universitario (Lic. Imagen y Sonido), no posee experiencia laboral previa. En adelante: Santiago, (E15)

¹² Agente) con 1 año y seis meses de antigüedad, 23 años, es Lic. En Relaciones Internacionales. Trabajó durante algunos meses en el call center de otra empresa. En adelante Mariana, (E18)

¹³ Agente con 5 meses de antigüedad, 21 años, estudia Diseño en Indumentaria en la universidad, su experiencia laboral anterior fue la de ayudar en la pequeña empresa familiar. En adelante: Nuria, (E10)

¹⁴ Agente con 2 años de antigüedad, 25 años. Terminó estudios terciarios en Interpretación en inglés, luego cursó durante 2 años la Licenciatura de Letras en la Universidad y piensa comenzar el Profesorado de inglés en la Universidad. Vive con sus padres, intermitentemente da clases particulares de inglés. En adelante: Esperanza (E13)

¹⁵ Agente con 9 meses de antigüedad, Estudió en la carrera de Traductorado Público, le faltan 2 materias para recibirse; también estudió durante 2 años Diseño en Indumentaria. Vive con amigos. Anteriormente trabajó en un *call center* de otra empresa en adelante: Leticia, (E11)

remuneración que este trabajo les ofrece sobre otras opciones laborales, incluso vinculadas con su formación, cuando las hay.

Esto último nos sirve para retomar el criterio que hemos adoptado para aglutinar las experiencias de estos jóvenes bilingües, esto es, de qué manera estos viven el cambio de estatus que implica ingresar a trabajar en un *call center* en relación con sus posibilidades, sus trayectorias previas y con el capital cultural y social que detentan.

Estos jóvenes bilingües son poseedores de un capital social y cultural que de acuerdo con su perspectiva tendría que abrirles mejores posibilidades, pero que no pueden poner en juego en el difícil contexto del mercado de trabajo argentino. Sólo han conseguido un empleo realizando un trabajo poco calificado que no goza de ningún reconocimiento social. Podemos observar este desfasaje en la articulación entre la dimensión biográfica y relacional de la identidad de estos jóvenes (en términos de Dubar, 2000), en los siguientes relatos: “*es como re frustrante, que todos los días sé que podría estar trabajando en otra cosa...*”, “*tenes una preparación, tenes una carrera ¿trabajar en un call center? Es como que hace ruido.*” (Mariana, (E: 18)) ; “*el laburo en sí no es malo, cuando estás ahí te olvidas pero cuando salís decis “trabajo en un call center, ¡no!” o sea es...complicado.*” (Enfatiza Nuria (E: 10)) “*jamás pensé que yo iba a terminar trabajando en un Call Center*”. (Santiago (E17)).

Aquellos relatos que expresaban valoraciones positivas en torno a un trabajo que les permitía proyectare en otros ámbitos cambian de tono y dejan lugar a otros que contienen representaciones con una intensa carga negativa, incluso peyorativa, de un trabajo al que consideran: Ingrato (“*es muy feo, cansa, estressa mucho*”, Esperanza (E:13); “*Las condiciones que te imponen son demasiadas para muy poco*” Leticia (E11); “*te quema muchísimo, te quema muchísimo, te ponés de mal humor*” Santiago (E29), sin ningún tipo de reconocimiento social (“*siento que podría estar trabajando más productivamente en otra cosa*” Mariana (E18) “*Nadie quiere morir en un call center*” Leticia (E11)), lejano a sus aspiraciones, en el cual sienten que desperdician su potencial (“*es muy feo trabajar de lo que no te gusta, es horrible*” Cintia (E15); “*Es ahí como que siento la pérdida, la gran pérdida...Que es como re frustrante*” Mariana (E18)); por el que deben reorganizar su vida para poder seguir estudiando y resignar sus salidas (“*si estudiás no tenés vida, o sea es pequeña*” Cintia (E15)) Y, finalmente, por el que deben postergar aquellos proyectos que consideraban prioritarios....

Los trabajadores no-bilingües

Los jóvenes entrevistados de los *call center* que no son bilingües, en general pertenecen a estratos sociales más bajos; tampoco se han independizado de sus hogares; siguen estudios terciarios que ofrecen una salida laboral más inmediata; y presentan trayectorias laborales más extensas y sobretodo más precarias que las que acabamos de conocer.

Las trayectorias de estos jóvenes dan cuenta de una socialización distinta a la de los jóvenes bilingües, relacionada con inserciones laborales precarias por un lado; y por otro, con la mayor centralidad que ocupa el trabajo en sus vidas, que les permite enfrentar no ya solo la necesidad de financiar los estudios; sino también y

con mayor énfasis la temprana obligación de tener que “ayudar en casa” (Natalia¹⁶, Cecilia¹⁷) cubrir los gastos personales (Vanina¹⁸, Marcelo¹⁹, Luciana²⁰) o “mantener a los seres queridos” (Andre²¹)

El cambio de estatus que estos experimentaron a partir la obtención de un contrato por tiempo indeterminado en su ingreso en el *call center* ha implicado la adquisición de ciertos derechos subestimados en sus experiencias previas y la ruptura con un pasado impregnado de inserciones laborales precarias, e inciertas como las que se desprenden de sus trayectorias. Este cambio es enfatizado como el aspectos más positivo dentro de las representaciones que tienen estos jóvenes en torno su trabajo. “*Los beneficios sociales...es lo mejor que tenemos...Porque tenés obra social, que es muy buena, estás en blanco, tenés los aportes...Es re difícil tener un laburo que tenga tanto.*” (Luciana (E15)).

Si además de este criterio central de valoración del trabajo (contrato, estabilidad), tenemos en cuenta que sus aspiraciones profesionales se presentan menos ambiciosas y más difusas que para el grupo de agentes bilingües es comprensible que para estos jóvenes trabajar en un *call center* represente una buena oportunidad. En este sentido, las valoraciones críticas, las sensaciones de injusticia o de disconformidad que observábamos en los bilingües, aún bajo condiciones laborales más duras pierden relevancia y pasan a un segundo plano, como podemos apreciar en el relato de Marcelo: “*si sigo así estoy bien... es un trabajo dentro de todo sencillo, puedo hacerlo bien y me sale todo bien, una desventaja es que puede ser un poco cansador, pero no demasiado*”. (Marcelo, (E6)).

Hasta aquí hemos intentado presentar de qué manera los trabajadores de estos cuatro *call centers* valoran y dan sentido a su trabajo en función del estatus que el ingreso al *call center* representa en sus vidas y cómo este estatus se relaciona con el capital social y cultural que estos detenten así como también de sus trayectorias y posibilidades. Sin embargo, a pesar de las diferencias, de que este trabajo sea visto a veces como una buena oportunidad, otras veces como una experiencia degradante; encontramos en casi todos los testimonios, un rasgo en común: el “paso” por un centro de llamadas es presentado como eso, como una circunstancia en sus vidas que pasará pronto. De esta sensación de transitoriedad hablaremos a continuación:

4.3. Un trabajo transitorio

Durante estos años hemos entrevistado a muchos agentes y conversado informalmente con otros tantos y hemos podido constatar que para la gran mayoría de estos (en general) el ingreso en un *call center* es considerado como una experiencia transitoria.

¹⁶ Agente con 6 meses de antigüedad, 20 años, vive con su mamá. Estudia abogacía. Algunas de las experiencias laborales que rescata de su discurso fueron: vender en una tienda de ropa con jornadas de 12 horas; trabajó en una panchería, en épocas de elecciones se la rebuscaba repartiendo folletos para algunos candidatos. En adelante: Natalia (E1)

¹⁷ Agente con 1 año de antigüedad, 21 años, no estudiaba al momento de la entrevista, trabaja desde los 12 años pintando remeras, y en un negocio vendiendo ropa. (En adelante Cecilia (E2))

¹⁸ Agente con 8 meses de antigüedad, 21 años, estudió en un terciario Asistente en Jardín maternal y luego, en el momento de la entrevista se encontraba estudiando profesorado terciario en educación física. Trabajó cuidando niños, en un locutorio *en negro* en donde le pagaban \$1 la hora, luego trabajó dando clases de educación física en un gimnasio en donde también estaba “en negro” y percibía muy bajos ingresos. En adelante: Vanina (E4)

¹⁹ Agente 1 año de antigüedad. Tiene 21 años, se encuentra iniciando sus estudios terciarios en publicidad en un instituto privado. Considera a este su “primer trabajo” ya que desde adolescente trabajaba en la panadería de su padre En adelante: Marcelo (E6)

²⁰ Agente con 21 años de edad, 1 año de antigüedad. No se encontraba estudiando en el momento de la entrevista. Tuvo variadas experiencias laborales desde que terminó sus estudios secundarios, desde trabajar en una fábrica de carteras de cueros “trabajo re insalubre a full”, repartiendo volantes, trabajó de vendedora en un local de ropa, y fue secretaria en una clínica, el mejor de los trabajos que ha tenido desde su punto de vista

En adelante: Luciana (E5)

²¹ Agente con 1 año de antigüedad, no estaba estudiando, madre de una niña de 2 años, soltera, vive con sus padres, también recoge en sus relatos el trayecto por varios trabajos precarios. Entre otras cosas fue vendedora de panchos en el tren, a destajo y sin horarios, también fue cajera en un supermercado. (En adelante Andrea (E3))

Si bien, sus relatos son una construcción que refleja cierta cuota de temor por un presente difícil –ya vimos que no hay trabajador que no esté agradecido de tener este empleo ante las amenazas que representa para estos la desocupación, la informalidad y la precariedad del mercado laboral reflejan también una fuerte proyección de sus expectativas hacia el futuro, todas lejanas de los *call centers*, o para ser más precisos, lejanas del rol de agente de *call center*. Debemos situándonos en las zonas de grises a la que ya hicimos referencia en el apartado anterior para matizar esta afirmación...

Los jóvenes de mejores recursos, presentan a su trabajo como una actividad temporal, como un trabajo que se ejercerá por un corto período ya que aspiran a lograr una mejor inserción, más adecuada con su formación y aspiraciones profesionales, tal como podemos rescatar en sus relatos:

“si estoy estudiando y me estoy “rompiendo el culo” para tener un título que me valga ¿me entendés? Nadie va a la Universidad para terminar trabajando en un call center. Esto es como un paso “hago mi plata”, me voy.” Cintia (E15)

“Yo tres años laburo acá, ahorro todo lo que pueda ahorrar, me recibo y ahí decidiré que quiero hacer. Pero no quiero hacer carrera en call center. Ni en pedo.” Esperanza, (E13)

Estos jóvenes se aferran a sus estudios como una vía para progresar. Con el estudio como prioridad, el deslucido rol de agentes telefónicos les resulta relativamente indiferente. Sin embargo, no podemos dejar de percibir detrás de estos relatos ciertas estrategias defensivas estos señalan la importancia que tienen el trabajo en sus vidas y que el contexto no les brinda mejores opciones:

“Cuando entrás decís “voy a quedarme 3 meses y me voy a la mierda” pasan 3 meses y decís, “bueno me quedo cinco”, cuando pasan cinco decís me quedo ocho y cuando te diste cuenta pasó un año y medio” Leticia (E11)

Viniendo de experiencias laborales anteriores signadas por la precariedad los agentes de los servicios que no son bilingües están más aferrados a este empleo *“estable”* y *“en blanco”*, sus ambiciones de carrera y las aspiraciones profesionales se presentan más difusas e inciertas que para el grupo de agentes bilingües. De todos modos, estos jóvenes tampoco esperan ser agentes durante toda su vida:

“mi idea no es morir en un call center” señala Cecilia...y sigue: *“Mi idea esa a futuro tener mi propio emprendimiento. Algún día ser autónoma. Ser mi propia jefa”* Cecilia (E2)

« Para mí es un trabajo de transición. Creo que todos los chicos lo piensan de esa manera. Es como un aguantadero hasta que consigas algo con lo que estudies, o relacionado con algo que hagas...No es un trabajo de por vida, porque la verdad te quedás sordo y loco. ¡Sordo y loco! » Luciana (E5)

Natalia piensa “¿qué otro trabajo podría ser?”. No tiene muchas expectativas, simplemente expresa: “si me cambio de trabajo yo quiero ir a un trabajo que sea en blanco”(E1) . En algunos casos manifiestan interés por hacer algún tipo de carrera en la empresa: “tenés la posibilidad de “avanzar” dentro de lo que es la empresa; vas avanzando o sea, no te “estancás” y vas a ser “agente” para toda tu vida.”Vanina (E4) El problema es que estas empresas no ofrecen oportunidades de ascenso para todos. Evidentemente el futuro laboral se presenta como algo mucho más incierto en el relato de estos jóvenes.

5. Identidad frágiles

En el análisis presentado recientemente hemos observamos que el trabajo ocupa un lugar importante para los jóvenes trabajadores entrevistados, y que dicha importancia estaba asociada con el cambio de estatus que les otorgaba el contrato *“en blanco”* por tiempo indeterminado que, como ya vimos, les permitía proyectarse en el futuro y desarrollar estrategias que sin el mismo serían difíciles alcanzar (estudiar, alquilar vivienda, ayudar en la casa, ahorrar, adquirir experiencia). De manera similar a los diversos estudios existentes

sobre juventud y trabajo (Jacinto, 2002, 2007; Jacinto y Solla, 2005; Agulló 1997, 1998) constatamos que estos jóvenes trabajadores poseen una concepción más bien instrumental de su trabajo en el *call center*, -aunque también lo asocian con otros significados como el de tener independencia, el de poder proyectarse en otros ámbitos de la vida, ayudar en casa-

También vimos que el futuro se presentaba incierto en todos los casos porque las perspectivas, en particular la movilidad profesional, eran escasas y confusas. Para lo jóvenes agentes que entrevistamos, el futuro laboral no podía tomar forma y construirse sino a la condición de dejar el *call center* o salir de este sector de actividad. En efecto, si los *call centers* ofrecen empleos estables, apenas proponen perspectivas, en este sentido podríamos afirmar junto con Rosenfield (2007) que los trabajadores de call centers aún conviven con la precariedad: “si no se puede hablar de precariedad en el sentido de ausencia o reducción de derechos y garantías laborales, se puede hablar de precarización de la calidad en el ejercicio del trabajo”.

Este carácter incierto -dado por la ausencia de futuro en el *call center*- implica la incapacidad de establecer vínculos estrechos y duraderos entre los trabajadores y en relación a la empresa (las empresas subcontratistas para las que trabajan los agentes) lo que nos lleva a pensar necesariamente en la presencia identidades laborales frágiles.

Dentro de este carácter frágil y “provisorio” que adquiere la identidad laboral de los trabajadores de *call centers*, distinguimos dos situaciones diferentes: la de aquellos jóvenes bilingües para los cuales la educación aparece en sus discursos como el “soporte” identitario (Battistini, 2007:8)²² más relevante; y que se involucran en el trabajo de *call centers* temporariamente hasta que puedan obtener un trabajo más acorde con sus perspectivas profesionales futuras y la de aquellos otros jóvenes que también se involucran provisoriamente en este trabajo ya que el mismo no les ofrece ninguna proyección profesional ni perspectivas de mejora.

5.1. Un trabajo sin sentido...

Además de esta dimensión provisoria, la fragilidad de la identidad de los trabajadores de *call centers*, se ve reforzada ante la inexistencia de representaciones integradoras y valorizantes asociadas con trabajo en sí. De hecho, el trabajo de *call centers* carece de aquellos componentes que permitirían hablar de un trabajo con sentido, en términos de Morin, aquel que “debe otorgar placer a la persona que lo realiza. Para ello debe corresponder a sus campos de intereses, recurrir y a sus competencias, estimular el desarrollo de su potencial” (2003:13)

Lejos de esta imagen, el trabajo de estos jóvenes está sometido a una fuerte prescripción que deja poco lugar a la autonomía, a la toma de iniciativa, a la creatividad. En términos de Zarifian podríamos definirlo como un trabajo típicamente operativo (no en vano uno de los términos más difundidos es el de “teleoperador”) en donde “las pasiones negativas que Spinoza llama “las pasiones tristes”, aquellas que debilitan la potencia de conocimiento y de acción de un individuo, se desarrollan sobre el terreno mismo de una situación objetivamente alienante.”(1996:16). El “trabajo real” no constituye ninguna fuente de satisfacción, sino todo lo contrario. En tanto “operario”, el trabajador está sometido a la orientación impuesta por la prescripción del trabajo y las razones económicas que ella trae consigo, siendo víctima de un gran constreñimiento y pasividad de su ser, como podemos observar en relatos como el siguiente:

²² La definición que Battistini de soporte: “se ancla en la idea de un parámetro desde donde el individuo puede pararse para decirse similar, diferente, identificarse plenamente o tomar preceptos de conducta bajo los cuales construya buena parte de su identidad. En este sentido, no significa una base de sustentación sino un apoyo más en la construcción. No se trata de la base fundamental sobre la cual se apoya el edificio de la individualidad sino de ladrillos que se suman entre sí y conforman una estructura a lo largo de toda la historia personal.”

“salís de ahí con ganas de no volver, salís con ganas de matar a alguien de ahí porque es un trabajo alienante, que te estresa, que te agota (...) Llega un punto en que el trabajo en sí es desesperante, el stress que te da al trabajar ahí es lo malo ¿entendés?” Cintia (E15)

Por otra parte, los puestos de trabajo no requieren de calificaciones particulares; ser agente de *call center* no representa, en términos de Dubar y Tripier (1998) ni un oficio ni una profesión ni posee ningún elemento que les permita adquirir visibilidad social ni un estatus socialmente reconocido. Como señalan Buchanan y Koch-Schulte (2000) este es un trabajo basado en habilidades ya existentes en los trabajadores, un trabajo basado en competencias sociales que dependen de la movilización de la subjetividad de los trabajadores y que no gozan de ningún reconocimiento por parte de las empresas: “*lo único que les importa de vos es que puedas producir, producir, producir....*” (Manuel E20)

Ante esta imagen desvalorizada que otorga el plano relacional del reconocimiento en el trabajo dentro del *call center*, los trabajadores responden oponiendo una imagen positiva de sí apelando a otros soportes identitarios: “*Creo que uno se tiene que abstraer y mirar alrededor y decir ¿yo vivo para esto? Y ahí uno dice “bueno, me lo tomo más con soda” porque no vivís para eso. Si vivís para eso, qué triste que es tu vida en realidad.*”... Esperanza(E13)

Como ya vimos, algunos recurren a soportes más valorados socialmente como el de ser estudiantes o futuros profesionales – *sobre todo los agentes bilingües* - y otros, ante una oferta de categorías más limitada; y acuden al estatus de trabajadores “protegidos” y “estables”- *fundamentalmente los jóvenes no-bilingües*-.

5.2 La dificultad de construir un nosotros

Así como individualmente las características objetivas del trabajo son un elemento que contribuye a debilitar una identificación con el trabajo, a nivel colectivo se genera algo parecido. La ausencia de un “oficio” y de ciertas competencias específicas compartidas que sean para estos trabajadores de un elemento de unión hacen que aquel pierda su función integradora y puedan de allí surjan identidades colectivas basadas en ciertos rasgos comunes del trabajo.

¿Pueden los teleoperadores reivindicar un sentimiento de comunidad a partir de una experiencia de trabajo compartida? Compartir un oficio, una situación de trabajo que ellos reconocen como específica y propia puede dar lugar al surgimiento de lazos reales e imaginarios entre los individuos. Esta creación de una comunidad, de un “nosotros”, es un elemento que puede contribuir a construir una imagen positiva de si mismos y de su trabajo (Cousin, 2002).

Ahora bien, nosotros no hemos hallado nada de esto a lo largo de nuestras conversaciones con los jóvenes que trabajan en los call centers. De hecho, el de los teleoperadores es un universo heterogéneo y amplio a los ojos de estos trabajadores que no logran encontrar en ciertas competencias específicas de su trabajo un criterio aglutinador y que sean punto de referencia común. Para estos jóvenes, ser teleoperador es una experiencia indeterminada, difusa y como tal, es una experiencia carente de fuerza y de significatividad a partir de la cual se pueda operar la construcción de vínculos y la generación de un “nosotros” que fortalezca su identidad.

En este marco, si no es posible que los rasgos de la situación de trabajo compartida en un call center sean una base sólida a partir de la cual puedanemerger identificaciones del trabajador con sus compañeros, esto ultimo deriva la imposibilidad de que se puedan construir estrategias colectivas a partir de las cuales los trabajadores puedan hacer frente a los aspectos más irritantes del trabajo.

De hecho, esto fue un aspecto que nos llamó poderosamente la atención en nuestro trabajo de campo: la imposibilidad de estos trabajadores de concebir una vía colectiva como medio de fortalecer su posición respecto a la empresa y eventualmente poder cambiar o al menos poner en cuestión aquellos aspectos más criticados de su trabajo.

Las experiencias y sensaciones de insatisfacción no alcanzan a cristalizar en una opción de corte colectivo, opción que está ausente de los relatos bajo cualquiera de sus formas. Los teleoperadores prefieren hacer sus reclamos de forma individual, sobre cuestiones puntuales y apelando a “arreglos” informales con el supervisor o otra persona a cargo. O tal vez hacer uso de los canales de comunicación que plantea la empresa para hacer “sugerencias”, tales como casillas de correos, encuestas, etc. Así, lo que se observa es un claro predominio de estrategias individuales: apelar a los canales de diálogo que ofrece la empresa, pequeños “trucos” para zafar de la presión del ritmo de trabajo que hemos mencionado en el capítulo anterior y, en última instancia, renunciar.

La opción por excelencia con la que hace décadas cuentan los trabajadores para unirse a partir de lazos de solidaridad fundados en una situación de trabajo compartida son los sindicatos. En nuestro caso particular, los teleoperadores de call center de la ciudad autónoma de Buenos Aires se encuentran legalmente encuadrados bajo el convenio colectivo del Sindicato de Empleados de Comercio (CCT N°130/75). Este convenio ampara una gran diversidad de actividades económicas y para el caso de los call centers aun no existe un convenio específico que contemple las tareas propias del sector²³.

En líneas generales lo primero que sobresale de los testimonios de los teleoperadores es su alejamiento respecto al sindicato. Las actitudes son variadas en este sentido. Una primera situación es la de desconocimiento. En muchos casos, los teleoperadores sencillamente no saben a qué sindicato pertenecen.

Preg: ¿Hay sindicato?

Rta: Si, está el sindicato de call centers, de trabajadores de call centers, pero ni idea.

Preg: ¿Hay un sindicato de trabajadores de call centers? ¿Pero aparecen ahí? ¿Vos viste a la gente del sindicato ahí?

Rta: A mi nadie... nunca me dijeron nada. Sé que hay un sindicato porque cuando nos explicaron el sueldo y de las retenciones, nos dijeron del sindicato, que se yo Santiago (E17)

Estas respuestas de alguna manera son síntomas de la ausencia de representantes sindicales en la vida diaria de estos trabajadores que los informen e interioricen sobre las actividades de la organización que supuestamente los representa. Pero también podemos intuir una falta de interés de los mismos trabajadores por el sindicato.

Como sea, el contacto entre representantes y representados es prácticamente nulo y los canales de comunicación inexistentes. Este hiato parece ser algo dado en sus realidades como trabajadores, en algunos casos sin que sea problematizado y en otros generando una sensación de desprotección y de descreimiento:

(...) todos los teleoperadores estamos como... algo así como huérfanos porque en realidad a nosotros nos tienen como telemarketers y nosotros no somos telemarketers. Entonces nuestro gremio no se hace responsable de nosotros. O sea que a nosotros nos pueden despedir, nos pueden hacer lo que quieran que nadie se hace responsable de ir hablar por nosotros. Entonces en ese sentido te sentís un poco... Cecilia (E2)

En algunos testimonios, el descreimiento hacia los sindicatos va de la mano del rechazo hacia ellos. Estos aparecen como organizaciones ajenas a los intereses de los trabajadores e incluso sospechosos de establecer arreglos poco claros con las empresas a la hora de negociar. En estos casos el sindicato es equiparado a la política en sentido amplio, que en la percepción de muchos de los teleoperadores es “sucia” y está largamente desacreditada.

²³ De esta manera, el convenio de Comercio actúa como un amplio marco normativo que en algún punto vuelve difusa la figura del teleoperador en tanto, por ejemplo, éste queda subsumido a dos grandes categorías del estatuto: empleado administrativo o vendedor.

“Yo no estoy de acuerdo con ningún sindicato. O sea, yo considero que... Cuando vos vas al sindicato y el sindicato va a la empresa y lo acomodan. Y se terminó el líder. (...) Yo ya vengo de los sindicatos... (dice en tono de hartazgo) (...) Andrea (E3)

Como trasfondo de muchos relatos también encontramos la estigmatización y el rechazo hacia el uso de métodos confrontativos –esto es, métodos por fuera de los propuestos por la empresa- para pedir o reclamar sobre cuestiones laborales. Evitar ser tildado de trabajador “conflictivo” o exponerse a las represalias de la empresa son a lo ojos de muchos entrevistados razones válidas para mantenerse alejados de cualquier tipo de organización sindical.

Los sindicatos tradicionales no son lo único en el horizonte en la organización de los trabajadores en los *call centers*. A lo largo de nuestra investigación pudimos encontrar que nuevas formas de sociabilidad están tratando de ganar espacio para dar voz a los reclamos e intereses de los trabajadores. Este es el caso de Teleperforados²⁴, un colectivo difícil de etiquetar bajo los rótulos clásicos de la organización gremial y que con otras estrategias, otros valores y nuevos lenguajes busca crear solidaridades entre los teleoperadores.

Teleperforados nació a partir de un grupo de trabajadores de *call centers* que se plantearon como objetivo dar a conocer los problemas en sus lugares de trabajo e informar a sus compañeros de sus derechos como trabajadores. Su herramienta principal es una página web donde a través de boletines y foros expresan los conflictos del sector y tratan hacer conocer a sus compañeros lo que está ocurriendo a nivel organización en distintos calls. Su repertorio de acción no se agota en el uso la web sino que apelan al reparto de panfletos y la pegatina de carteles dentro de los *call centers* con contenidos de la misma índole. Walter uno de los miembros fundadores, lo explica con sus propias palabras:

“el objetivo es mejorar las condiciones de trabajo. Y hacer que todos los telefónicos no reconocidos comiencen a serlo. Informar a los pibes que recién entran cómo sentarse, cómo cuidarse, cuales son sus derechos, de los que sucede, de quiénes son las personas que te van a hacer la vida imposible en cierta forma”. Walter (E33)

Pero estas innovadoras formas acción no garantizan el éxito a la hora de apelar a los trabajadores de los *call centers*. En algún punto, los mismos obstáculos que evitan que una organización de tipo sindical clásico, como es el Sindicato de Comercio, no gane adhesiones también se les plantean a los Teleperforados. El perfil promedio del teleoperador, la alta rotación y sobre todo lo que aquí examinamos, la falta de adhesión a los colectivos, son algunas de las cuestiones que Walter enumera a la hora de explicar la falta de arraigo de la propuesta de los Teleperforados:

W: Y..te puedo asegurar que los que más aguantan se pueden bancar un año. Los que no aguantan, se aguantan dos o tres semanas, un mes, tres meses.

Preg: ¿Y eso cómo incide en la posibilidad de organización?

W: Ese es el problema más grande que tenemos los que en todo caso queremos ayudar a los pibes que están ahí adentro. (...) No solo eso. O sea, hay un target de pibe que (las empresas) van a buscar. No van a buscar al pibe que necesita el laburo para vivir. Van a buscar el pibe de clase media alta (...) Ese perfil de persona que no se va a mover porque simplemente no creció en ese ámbito. No sabe lo que es haber perdido a alguien o alguien que está pasando hambre. Entonces buscan al pibe que gana la plata para comprarse su mp3... ”

En suma, un elemento que podría ser relevante a la hora de construir identidades laborales fuertes para estos trabajadores como es la existencia de un “nosotros” y de organizaciones colectivas basadas en

²⁴ Cabe aclarar que en nuestras primeras exploraciones encontramos que los Teleperforados eran conocidos solo en Teleperformance. Tal vez su limitada difusión tenga que ver con una peculiaridad del colectivo que es su clandestinidad, condición que mantienen por miedo a represalias de las empresas

solidaridades provenientes de la experiencia de trabajo compartida, está prácticamente ausente de los relatos de nuestros entrevistados.

Y así, esto deviene en otro elemento que está en la base de esas identidades laborales frágiles de las que hablábamos al principio. Con lazos de solidaridad entre compañeros laxos o prácticamente inexistentes, es difícil que de la situación de trabajo devenga una experiencia significativa para estos trabajadores.

5.3. Deslocalización, nuevas relaciones de subordinación y vulnerabilidad

Volvemos en este punto a una de las principales motivaciones de esta investigación: la de reflexionar acerca de las implicaciones subjetivas y de conformación identitaria vinculadas con el hecho de ser trabajadores inmersos en un contexto de globalización económica, y fuertemente atravesados por estrategias de flexibilización laboral como son los procesos de *externalización* y *deslocalización* de actividades.

Analizando el contexto geopolítico de estos procesos, focalizando las tensiones entre la globalización del capital y la localización del trabajo, Peck (1996) sostendrá que los corrientes cambios forman parte de una sistemática tentativa de subordinar al trabajo y las condiciones de su reproducción hacia lo que denomina *control despótico*, un proceso que representa una extensión del control del trabajo entendido en sentido amplio.

La inamovilidad del trabajo en relación al capital es la fuente de las asimetrías de poder entre trabajo y capital, por ello las estrategias de localización comienzan a ser utilizadas para extender la dominación gerencial y la disciplina del estado. Siguiendo a Burawoy, este autor afirmará que este proceso puede ser caracterizado como una reestructuración de los aparatos políticos de producción, a partir de la cual la condición política para una nueva era de *despotismo hegemónico* está siendo establecida. (Burawoy, 1985).

En una línea similar, Harvey (1998) señala que el colapso de las barreras espaciales no quiere decir que la significación del espacio disminuya. La competencia acrecentada en condiciones de crisis ha obligado a los capitalistas a prestar mucha más atención a las ventajas relativas de la localización, precisamente porque disminuir las barreras espaciales permite que los capitalistas exploten las menores diferenciaciones espaciales con buenos resultados. En suma, cuanto menos importante son las barreras espaciales, mayor es la sensibilidad del capital a las variaciones del lugar dentro del espacio, y mayor el incentivo para que los lugares se diferencien a fin de hacerse atractivos para el capital.

El resultado ha sido producir una fragmentación, una inseguridad y un desarrollo desigual efímero en un espacio económico global altamente unificado de flujos de capital. (Harvey, 1998) Como diría Castells, la nueva economía global se caracteriza por su interdependencia, su asimetría, su regionalización, la creciente diversificación dentro de cada región, su inclusividad selectiva, su segmentación exclusoria y como resultado de todos estos rasgos una geometría extraordinariamente variable que tiende a disolver la geografía económica histórica (1996).

El neoliberalismo creó así un modelo en el cual los trabajadores y las localidades entraron en competencia unos con otros en orden de retener las alianzas de capital, desmantelando las estructuras a partir de las cuales los trabajadores formaron organizaciones hegemónicas mientras que el capital las ha mantenido, y promoviendo desigualdades en términos de empleo y salarios. Por eso, dirá Peck (1996), el nuevo localismo de la retórica neoliberal es regresivo antes que progresivo, vendiendo lo local a lo global en términos determinados por los imperativos de la competencia internacional y la política neoliberal.

Como vimos, a partir de la devaluación llevada adelante en Argentina en el año 2002, el país se transformó en un lugar muy atractivo para la localización de empresas de servicios de *call centers*. Entre las principales ventajas comparativas que ofrecía el país se encontraban los bajos costos existentes, fundamentalmente salariales, a raíz de la devaluación de la moneda y la gran oferta de trabajadores jóvenes,

calificados y bilingües en un contexto en que los índices de desempleo alcanzaron más del 20% (mano de obra dócil).

Trabajar de cara a esta situación, siendo absolutamente conscientes de cómo se amplía el margen de ganancia de las empresas al localizarse en países como Argentina en busca de mano de obra barata que pueda hacer la misma tarea por la tercera o cuarta parte del salario de lo que tendrían que pagar en sus países de origen, por momentos genera indignación:

“porque te sentís explotado, te sentís defraudado, viste? porque al final, y vos te enterás que en otro lugar están pagando mucho mas y vos estás haciendo lo mismo” Natalia (E1)

“Yo hice la cuentita: tres pesos allá son cincuenta centavos de dólar, no es nada ¿entendés?, somos la mano de obra barata de Estados Unidos, y es así” Cintia (E15)

Más allá de estas imágenes desvalorizadas de sí que reflejan cuando se definen como “*la mano de obra barata*” de los países donde brindan servicios, o “*los monitos a los que pagan menos*”; el principal factor que contribuye a la fragilidad identitaria de estos trabajadores en este punto tiene que ver con las sensaciones y percepciones de vulnerabilidad e inseguridad frente a la “volátil” circunstancia de trabajar en una plataforma *offshore*. Ante esta incertidumbre, ellos también se cuestionan: ¿hasta cuándo se quedarán estas empresas? ¿Qué sucederá si se modifica el tipo de cambio? Y ante tal incertidumbre también especulan:

“Estas empresas ahora están acá pero en cualquier momento levantan todo y se van... Vos pensá que ni siquiera tienen que pagar la línea. Es todo por líneas de Internet. Entonces estén donde estén no importa. El día que Uruguay sea más barato todavía que nosotros, se fueron todos a Uruguay. Es así.” .” Andrea (E3)

Por otra parte, hemos podido observar que esta volatilidad asociada al *offshore* también es magnificada por el discurso empresarial y utilizada como un eficaz mecanismo disciplinador, ya que la amenaza de “levantar todo y marcharse” no sólo se plantea ante una posible modificación en el tipo de cambio, sino que también es utilizada ante cualquier tentativa que otorgue mayor fortaleza al trabajo, sea mediante una política salarial, sea a través de intentos de organización colectiva o si la conflictividad laboral comienza a hacerse manifiesta.

Retomando los análisis de Peck(1996), y Harvey (1998) observamos así cómo la superioridad en el control del espacio se convierte en un arma aún más importante en la lucha de clases y que las estrategias de localización juegan un rol activo en el establecimiento de nuevas relaciones de subordinación y vulnerabilidad en el trabajo. “Nunca fue el trabajo más central en el proceso de generación de valor. Pero tampoco nunca fueron los trabajadores más vulnerables ya que se han convertido en individuos aislados subcontratados en una red flexible, cuyo horizonte es desconocido incluso para la misma red”. (Castells, 1996:)

7. Conclusiones

Durante la juventud atravesamos experiencias importantes para la conformación identitaria, la salida del sistema escolar, la confrontación con el mercado de trabajo; estas primeras experiencias laborales constituyen la base de una identidad ocupacional que se irá construyendo progresiva y dialécticamente en el tiempo y están muy vinculadas con la proyección de uno mismo en un futuro y con la anticipación de una trayectoria laboral (Dubar 2002). Cómo atraviesan por este momento de la vida quienes ingresan al mercado de trabajo con un empleo en uno de los tantos centros de llamada *offshore* de la ciudad de Buenos Aires?

Según hemos visto, el trabajo ocupa un lugar importante en la vida de los jóvenes agentes telefónicos de quienes nos ocupamos. En este sentido, hemos puesto en evidencia la concepción instrumental que tienen del mismo, pero resaltando también que esa instrumentalidad no les impide tener una actitud positiva hacia el trabajo. Esto es en algún punto contradictorio, pero tampoco tanto: amparados por su propia juventud estos trabajadores proyectan sus deseos (expectativas), sus exigencias (demandas), y sus búsquedas (otros

itinerarios), hacia el futuro, donde se encuentra la posibilidad de encontrar un trabajo gratificante y con sentido. Esa actitud positiva encuentra sus raíces, más en el mañana que en el día de hoy, pero esta lejos de ser indiferencia hacia lo que el trabajo representa. En este texto, hemos tratado de indagar en ese territorio tratando de profundizar en una caracterización que la literatura sobre centros de llamada suele homogeneizar en la sola imagen del “agente telefónico” -con la mirada puesta en el proceso de trabajo y puertas adentro de las plataformas-.

Sin duda, las expectativas «diferidas» de los agentes telefónicos que aquí estudiamos, son totalmente funcionales al movimiento constante de capital y fuerza de trabajo sobre el que se organiza hoy el capitalismo. En este sentido, los sectores emergentes, esencialmente servicios, han conseguido terminar con los que fueron problemas clásicos para la gestión de la mano de obra (perfeccionamiento, ascensos, envejecimiento, proyección profesional) haciendo de la fluidez su paradigma y de la provisionalidad un culto. En definitiva, no hay nada que asegurar a quien no piensa quedarse en un empleo, cuando éste es deseado como provisorio por la mano de obra joven que se recluta. Volvemos a la dimensión generacional como una clave interpretativa central en nuestro análisis, en este caso ligada a las dificultades que se presentan en estos espacios para la construcción de un “nosotros” que recree identidades colectivas sólidas que permitan pensar en estrategias de organización efectivas para interpelar a estas empresas. Los sindicatos por su parte no poseen en la actualidad capacidad para convocar en torno a sí a estos jóvenes. Disposiciones actitudinales que van desde la apatía, pasando por el descreimiento y el temor son todas barreras que cualquier iniciativa de organización, sea sindical o alternativa, tendrán que superar de cara a cualquier estrategia de organización.

Ahora bien, la empresa capitalista implica una distribución asimétrica de poder que siempre abre la posibilidad del conflicto. Aunque sea muy difícil pensar en una estrategia organizada y efectiva que sea capaz de desafiar la iniciativa política del capital, y aún esto parezca imposible en un país en donde estas plataformas *offshore* funcionan como un paliativo indiscutible hacia el desempleo y la precariedad laboral de estos jóvenes; los trabajadores en condiciones de trabajo subordinado siempre tienen la posibilidad de resistir por fuera de los límites de las identidades corporativas. Y de hecho lo hacen, aunque a veces no reconocemos sus formas.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Auer, P., Besse, G. et Méda, D. (2005), *Délocalisations, normes du travail et politique d'emploi*, París, La Découverte.
- Agulló, E (1998) “La centralidad del trabajo en el proceso de construcción de la identidad de los jóvenes una aproximación psicosocial.” *Psicothema*. Vol. 10, nº1, pp. 153-165
- Agulló, E. (1997) *Jóvenes, trabajo e identidad*. Servicio de Publicaciones. Universidad de Oviedo.
- Batt, R., Doellgast, V. y Kwon, H. (2004) “The U.S. Call Center Industry 2004: National Benchmarking Report.” *CAHRS Working Paper 05-06*. Ithaca, N.Y.: Center for Advanced Human Resource Studies, Cornell University (www.ilr.cornell.edu/cahrs/2005).
- Batt, R. and Moynihan, L. (2002), “The viability of alternative call centre production models”, *Human Resource Management Journal* 12 (4): 14-34.

Batt, R. (2000), "Strategic segmentation in front-line services: matching customers, employees and human resource systems", en *The International Journal of Human Resource Management*, 11 (3) Pp. 540-561

Battistini, O. (2007) "Historia, actualidad y proyecto en las construcciones identitarias de dos grupos de trabajadores jóvenes." Ponencia presentada en el V Congreso Latinoamericano de Sociología del Trabajo, Montevideo, Uruguay, abril 2007

Buchanan, R. y Koch-Schulte, S. (2000) « Les femmes et le travail par téléphone: répercussions de la technologie, de la restructuration et de la réorganisation du travail sur le secteur des centres d'appels 2000 », Site de Condition féminine Canada. En: http://www.swc-cfc.gc.ca/pubs/pubspr/0662281586/index_f.html

Burawoy, M. (1985): *The Politics of Production*. Londres/Nueva York, Verso

Buscato, M. (2002): " Les Centres d'appels, usines modernes ? Les rationalisations paradoxales de la relation téléphonique ", *Sociologie du Travail*, 44 : 99-107

Castells, M. (1996) *La Sociedad Red* (The Rise of Network Society), La Era de la Información, Volúmen 1, 1996. Alianza

Cousin, O. (2002), "Les ambivalentes du travail. Les salariés peu qualifiés dan les centres d'appel" en *Sociologie du Travail*, 44 (4), pp. 499-520.

Del Bono, A. (2006a), "Deslocalización extraterritorial de empleos del sector servicios. Sentidos y transformaciones del trabajo ", *Sociología del Trabajo*, 56: 3-31.

Del Bono, A. (2006b), "Deslocalización de empleos en el sector servicios, nuevos escenarios de vida y trabajo: los *call centres offshore* en Argentina", pp. 70-95 in Bialakowsky, Partida, Antunes, Carrillo, Costa, Jinkings y Supervielle (eds), El trabajo entre la perennidad y la superfluidad. Tomo II., México, Universidad de Guadalajara.

Del Bono, A. (2000), "Call centers, ¿el trabajo del futuro?", El caso de Estrategias Telefónicas S.A. (ESTRATEL)", *Sociología del Trabajo*, 39: 3-31.

Dejours, Ch. (1998) "De la psicopatología a la psicodinámica del trabajo."(pp.23-74)en Dessors D. y Guiho-Bailly (comps) Organización del trabajo y salud. De la psicopatología a la psicodinámica del trabajo. Asociación Trabajo y Sociedad PIETTE (CONICET) Editorial LUMEN

Di Martino (2004) *Telework in Latin America and the Caribbean*, Ginebra, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDCR-CRDI).

Dubar, C. (2002), La crisis de las identidades. La interpretación de una mutación. Barcelona, Ed. Bellaterra.

Dubar, C. (2001), "El trabajo y las identidades profesionales y personales", en *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, Año 13 N°7, Buenos Aires, ALAST, pp. 5-17.

Dubar, C. (1991) *La socialization, construction des identites sociales et professionnelles*. Paris, Armand Collin

Dubar, C. y Tripier, P (1998) "Sociologie des Professions" Armand Colin, París, 1998

Dubet, Francois (1989). De la sociología de la identidad a la sociología del sujeto, en *Estudios Sociológico* del Colegio de México. Vol 21.

Durnad, J.P. (1998) : « Is the 'better job' still possible today ? », *Economic and Industrial Democracy*, Vol. 19, núm. 1, pp. 185-198

Durand, J.-P. (2004), La chaîne invisible. Flux tendu est servitude volontaire, París, Le Seuil.

Flichy, P. et Zarifian, P. (2003) : " Les centres d'appel ", *Réseaux*, 114, 213p

Gadrey, J. (2003) *Socio-économie des services*, Paris, La Découverte, coll. Repères.

Gadrey, J. (1994) « Les relations de service dans le secteur marchand », en Jean Gadrey et Jacques De Bandt (éd.), *Relations de service, marchés de services*, Editions du CNRS.

Gereffi, G. y Sturgeon, T (2004) : "Globalization, employment, and economic development: a briefing paper", Sloan workshop Series in Industry Studies, Rockport, Massachusetts, 14-16 de junio de 2004, Massachusetts Institute of Technology, INDUSTRIAL PERFORMANCE CENTER, Working Paper Series, junio 2004.

Harvey, D. (1998) La condición de la posmodernidad, investigación sobre los orígenes del cambio *cultural*. Buenos Aires. Amorrortu editores.

Hochschild, A.(1979): "Emotion work, feeling rules, and social structure", *American Journal of Sociology*, Vol. 85, n. 3, 1979,pp. 551-575.

Jacinto, C. (2002) : "Los jóvenes, la educación y el trabajo en América Latina. Nuevos temas, debates y dilemas." En: María de Ibarrola (coord.) Desarrollo local y formación. Cinterfor-OIT, Montevideo

Jacinto, C. y Solla, A. (2005) : "Tendencias en la inserción laboral de jóvenes: los desafíos para las organizaciones de la sociedad civil", en Abdala E.; Jacinto C; Solla, A. Coord. La inclusión laboral de los jóvenes: entre la desesperanza y la construcción colectiva. Montevideo: CINTERFOR/OIT (Trazos de la formación, 21)

Jacinto, M et al (2005) : *Jóvenes, precariedades y sentidos del trabajo*. Documento presentado en 7º Congreso Nacional de estudios del Trabajo: Nuevos escenarios en el mundo del trabajo: rupturas y continuidades, Ponencia presentada a ASET, 10 al 12 de agosto, Buenos Aires. ISBN: 987-98870-2-6

Jacinto, C. (2007) : "Políticas públicas, trayectorias y subjetividades en torno a la transición laboral de los jóvenes." Ponencia presentada en el V Congreso Latinoamericano de Sociología del Trabajo, Montevideo, Uruguay, abril 2007

Kinnie, N., Purcel, J. (2000) « 'Fun and surveillance' : the paradox of highcommitment management in call centers. » *The International Journal of Human Resources Management*. Vol.11, Issue 5, octubre 2000, pp.967-985

Longo, M.(2003) : *¿Qué les queda a los jóvenes? Representaciones en torno al trabajo e identidad en varones jóvenes pobres.* Serie Documentos de Trabajo del IDICSO. Documento de trabajo Nº16

Longo, M (2004) : "Los confines de la integración social. Trabajo e identidad en jóvenes pobres." en Battistini Comp, *El trabajo frente al espejo. Continuidades y rupturas en los procesos de construcción identitaria de los trabajadores*. Bs. As. Prometeo.

Morin, E (2003) "Promouvoir la santé au travail : donner un sens au travail" *Conferencia presentada para la Association Canadienne de Recherche en Santé au Travail* (CARWS), 25 octubre. 2003, Montréal, Québec. (Disponible en : http://usherbrooke.ca/handicap/fr/Congres/Morin_Estelle_CARWH_2003.pdf)

Novick, M. (2007): "¿Emerge un nuevo modelo económico y social? El caso argentino 2003-2006" Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo. Año 11 Nº18 pp.53-78

Peck, J.(1996): *Work-Place. The social Regulation of Labor Markets*. The Guilford Press, Nueva York

Rosenfield, C. (2007) : "Construcción da identidade no trabalho em call centers: a identidad provisória." Ponencia presentada en el V Congreso Latinoamericano de Sociología del Trabajo, Montevideo, Uruguay, abril 2007

Sainsaulieu, R. (1988) : *L'identité au travail*. Paris, Presses de la Fondation des Sciences Politiques

Taylor, P. y Bain, P. (2001), "Trade Unions, Workers Rights and the Frontier Control in UK Call Centres", *Economic and Industrial Democracy*, Vol. 22, 39-66.

Taylor, P. (et al.) (2002), "Work organization, control and the experience of work in call centers, *Work, employment and society*, Vol.16(1), pp.133-150.

Taylor, P. y Bain, P. (2005) "India Calling to the far away towns. The call center labor process and globalization", en *Work, employment and society*. Vol.19 (2) 261 a 282.

Zarifian, Ph..(1996). El trabajo: Del modelo de la operación al modelo de la acción. Serie documentos de trabajo nº 17. UDELAR. Unidad de relaciones y cooperación con el sector productivo. Montevideo, 1996.

