

**Grupo 8: Cambios en el trabajo:
reestructuración, tercerización y deslocalización de la producción**
Coordinación: Julio Cesar Neffa - jneffa@ceil-piette.gov.ar

Trabajo ‘Creativo’, Industria Cultural (I.C.) y Reestructuración Socioeconómica Mundial Contemporánea. Reflexiones en base a la Rama Televisiva de la (I.C) en Argentina 2000s.

Martha Roldán
FLACSO, CONICET
imartharoldan@arnet.com.ar

1. Introducción

La problemática: Capitalismo Informacional, Trabajo “Creativo”, Desarrollo.

La crisis financiera mundial de fines de 2008__ cuyos alcances y posibles ‘soluciones’ no se avizoran al redactar este ensayo__ evidencia de modo contundente las falencias del modelo neoliberal de crecimiento capitalista ‘global’ de las últimas décadas. Simultáneamente la misma crisis coadyuva a subrayar la urgencia de un debate largamente postergado: el de la relación entre la teoría y prácticas del capitalismo que privilegia el registro informacional-comunicacional, la lógica de la organización del trabajo connotado “creativo”, y sus implicaciones generizadas para el desarrollo futuro.

Mi aproximación a la problemática hace hincapié en las *profundas mutaciones* que experimenta el capitalismo contemporáneo desde los 1970s sustentado en una Tercera Revolución Industrial-Informacional 1/ (Freeman y Louça, 2002, entre otros), y a su núcleo duro: la negación del carácter social de la información, la apropiación de su valor a través de su privatización (Tavares, 2002, Roldán 2007, 2008, 2009). Desde esta óptica crítica la información y el conocimiento constituyen fuerzas productivas, a la vez que recursos sociales y fundamento de cualquier desarrollo futuro viable basado en su abundancia, precisamente porque están fundadas en la dimensión que distingue a nuestra especie en tanto rareza biológica: su capacidad superior de procesamiento simbólico, de trabajo “creativo”.

En coincidencia con el filósofo Paolo Virno (2004), argüí en otros textos (Roldán 2007, 2008, 2009) que el capitalismo actual moviliza para su propio beneficio todas las aptitudes y actitudes que distinguen a nuestra especie: capacidad de pensamiento abstracto, lenguaje, imaginación, entre otras. En este sentido el capitalismo informacional Siglo 21 pone la vida misma a trabajar,

se apropia de la vida a través del producto del trabajo “creativo” mediante formas específicas de organización de la producción y del trabajo. Pero si la vida misma se incorpora de este modo al proceso productivo, el debate socioeconómico nos conduce al terreno de la Ética, y, por ende, al interrogante clave de la filosofía política ¿Qué es una sociedad buena, qué es una vida buena?. Sin embargo__ advierte la filósofa Alison Jaggar (1983)_ no existe una única respuesta ‘correcta’, sino diferentes respuestas-opciones derivadas de teorías y prácticas asociadas a la concepción de la naturaleza humana que sustentan diferentes vertientes filosóficas generizadas.^{2/} Este interrogante fundacional está implícito en la visión del desarrollo en tanto ‘éxito en desplegar el potencial humano y productivo de una sociedad’: Aronskind (2001: p.11), que defino como construcción articulada de contextos que garanticen el ejercicio de los Derechos Civiles, Políticos, Económicos, Sociales y Culturales, como dimensiones indivisibles de los Derechos Humanos. (Roldán, 2000). ^{3/}

El interrogante fundacional explica, asimismo, la importancia de su corolario: *la relación entre la “creatividad” actual o potencial del trabajo humano* entendido como proceso de información comunicación, y la organización productiva *diseñada para la apropiación de aquel potencial* en el período histórico estudiado. Este interrogante, arguyo, no puede resolverse en abstracto, sino que requiere su testeo en la práctica enfocando procesos de producción concretos en las industrias clave de la Tercera Revolución Industrial Informativa __entre ellas las Culturales (ICs), ahora denominadas “creativas” o del “entretenimiento” (Hugues, Ross, entre otros en Huws 2006-2007), y su rama Televisiva en particular__ en relaciones sinérgicas con las telecomunicaciones e Internet (Freeman y Louça, 2002).

A pesar de su importancia la literatura sobre (ICs) no incluye, por lo común, estudios que indaguen, en profundidad, las dimensiones cuantitativas y cualitativas de la producción de contenidos en aquellas industrias, i.e. en la fase previa a la industrialización (réplica) de esos contenidos o productos y de su distribución/emisión/venta al público. Esta ausencia es extraña, dado que actualmente la “creatividad” desplegada en la acción, una dimensión “cualitativa” inherente a la transformación de valor simbólico en valor económico, nos remite una vez más a las incertidumbres y riesgos implícitos en su valorización, una consecuencia de la naturaleza aleatoria de su valor de uso simbólico (Huet, et.al, 1978; Miede, 2000, en Bustamante, 2003).

Las investigaciones de Windeler y Sydow, 2001, y Manning 2005, en la rama Televisiva de las (ICs) sugieren, desde una perspectiva empresarial, que la aplicación de un modelo de “producción de contenidos en colaboración” mediante “redes de proyectos constituye una propuesta exitosa de renovación organizacional, que suponemos despejaría aquellas incerti-

dumbres. Sin embargo, este modelo, que los autores aplican a nivel “*mezzo*” (industrial), únicamente, necesita ser de-construido a nivel micro social a fin de dar respuestas a la problemática de nuestra investigación: ¿Cómo definir el concepto de “creatividad”? ¿De qué modo el potencial “creativo” del trabajo humano es ejercido y apropiado a través de pautas específicas de organización productiva, sus divisiones y economías de tiempo asociadas (código de trabajo)? ¿En qué medida esta definición “objetiva” es corroborada o negada por las definiciones de productos, prácticas y potencialidades “creativas” provenientes de “*managers*” y trabajadore/as? ¿Cuáles mecanismos de coordinación-cooperación y/o control de las divisiones del trabajo (código laboral) son utilizados por la empresa y cuáles las reacciones del sector trabajador involucrado? Por último, de qué modo teoría y prácticas se concilian con la visión del desarrollo antes citada?

Este artículo se propone contribuir a dilucidar estos interrogantes en base a los hallazgos de una investigación en curso ^{4/} con foco en la *producción de contenidos y organización del trabajo en ‘redes de proyectos’* en la Rama Televisiva de la Industria Cultural en Argentina (2000s). Simultáneamente invita a continuar una línea de investigación que sostiene que las realidades socioeconómicas y psico-culturales asociadas la organización del trabajo y a sus economías de tiempo fundamentan interpelaciones articuladas a las significaciones del desarrollo y sólo adquieren sentido pleno en ese marco más amplio. El estudio de aquellas realidades provee asimismo la retroalimentación empírica necesaria para el avance teórico que permitiría diseñar estrategias de desarrollo genuinas que beneficiarían por igual a mujeres y varones. (Roldán, 2000). ¿Qué lecciones cabe extraer del doble ejercicio en una era en la que el trabajo ‘creativo’ es velozmente incorporado a los avatares del circuito mundial del valor y en tanto aporte a una agenda de desarrollo basada en la defensa de los Derechos Humanos en su indivisibilidad?

2. Construcción de un marco teórico-conceptual y su aplicación a la Argentina (2000s)

* La propuesta teórica de este ensayo sostiene que la Tercera Revolución Industrial- Informativa en proceso de consolidación en las economías de industrialización avanzada (Freeman y Louça, 2002, entre otros) (Nota 1) __sustenta *el capitalismo informacional contemporáneo*: i.e. aquél que moviliza trabajo (vivo) para procesar y comunicar información por medios adecuados (digitales) de procesamiento y comunicación (Dantas, 2003). Este autor reformula la Teoría de la Información (TI) con el objetivo de aplicarla al análisis del trabajo humano y a su necesaria vinculación con los procesos de valorización y acumulación del capital, definiendo a la infor-

mación como proceso ‘que provee orientación al trabajo realizado por cualquier organismo vivo, en sus esfuerzos para recobrar parte de la energía que se disipa debido a las leyes de la termodinámica’ (2002, p.146 Mi traducción del original en portugués). En ese sentido todo trabajo humano es trabajo informacional, esto es, trabajo dedicado a percibir, procesar, registrar y comunicar información; implica usar el cuerpo y la mente y está orientado por significaciones culturales. La información es así trabajo llevado a cabo por trabajo vivo, una dinámica que no debe ser confundida ni con el resultado del proceso de captarla y procesarla (un libro, señales eléctricas) ni con “conocimiento” (el producto de trabajo pasado). Para que esto ocurra debe haber individuos y objetos interactuando en un ambiente, es decir *cualquiera sea su forma, la información es siempre el resultado de la interacción y solamente se da en interacción*, un proceso bi-direccional, inserto en códigos que proveen orientación para la acción. ^{5/} En otros términos, la producción informacional convoca tanto al trabajo de quien aparentemente lo realiza, como de quien aparentemente (sólo) lo usufructúa. No es ni un atributo del objeto, ni del agente, sino una relación entre ambos. La interacción-comunicación entre los agentes es inherente a todo trabajo informacional dado que *sin actividades de comunicación, los trabajadores no sabrían qué tarea realizar*; es, por ende, una dimensión clave de toda organización productiva y del trabajo y de la definición gerencial del tipo de trabajo potencialmente “creativo” que se intentará captar para la valorización del capital; un proceso que requiere compartir códigos determinados; no podría existir en caso contrario.

Intensificando el tiempo para superar al espacio. No hay dudas de que al comienzo de los 70s habían surgido formas de experimentar el tiempo y el espacio relacionadas a prácticas más flexibles de acumulación de capital, a las (TICs), y a una nueva organización tempo-espacial del capitalismo. Como arguye Harvey (1998) cada modo de producción y de formación social comprende un complejo de prácticas y de concepciones de tiempo y espacio; de ahí que la hegemonía ideológica y política de cada sociedad dependa de su capacidad de controlar el contexto material de la experiencia personal y social. Por lo tanto, históricamente, dinero, tiempo y espacio han constituido recursos articulados de poder social. En el curso de la Revolución Informacional, sostiene Harvey, existen razones económicas y políticas que “empujan” al capitalismo a usar (TICs) para “comprimir” el tiempo (intensificando el tiempo de trabajo) a fin de superar el espacio y reducir el tiempo total de rotación del capital. El tiempo “intensificado” implica ahorros de tiempo en la esfera de la circulación, siendo una de las principales fuentes de valorización, acumulación y apropiación de rentas informacionales a nivel internacional y nacional.

En este sentido es posible coincidir con Dantas (2003) en que la gran novedad que trajo consigo la Tercera Revolución Industrial-Informacional es la emergencia de una tecnología que permite la unificación de muchos procesos y medios de procesamiento y comunicación de información y también el gigantesco incremento de las condiciones para su apropiación y monopolización, i.e. las tecnologías informáticas y microelectrónicas, que a través de la “convergencia digital” __en los hechos una pauta históricamente construida de convergencia económica (Galperín, 2004; Hart, 2004) __contribuye a niveles inéditos de concentración del capital (por ejemplo a través de complejos multimedios). Simultáneamente las (TICs) hacen posible la transferencia a las máquinas de gran cantidad de actividad informacional: esto es, con la evolución del capitalismo y luego de varias revoluciones industriales, más y más trabajo vivo ha sido reemplazado por trabajo pasado, maquinarias y equipos) pero en tareas rutinarias, redundantes.

Durante los 80s-90s este proceso se tradujo en la construcción institucional nacional y supranacional de una Nueva División Internacional Informacional del Trabajo (NDIIT) generizada que concentra la producción de conocimiento científico y tecnológico, tecnologías estratégicas, y trabajo “creativo” en algunos pocos lugares de las economías avanzadas (Lastres y Albagli, 1999; Roldán, 2005c), a través de nuevas formas de organización del trabajo que implican una mayor capacidad para dominar los códigos relevantes, procesar aleatoriedades, y/o crear nuevos códigos es decir, implicando conocimiento; trabajo que connoto “creativo” o “artístico” 6/ y que puede llevarse a cabo bajo diferentes relaciones y formas productivas: capitalista, de producción simple de mercancías (PSM) clásica, voluntaria, híbrida (Nota 4) y por lo común desplegadas en el campo cultural, y del conocimiento (Nota 6)

****Industrias Culturales .** Parafraseando a Bustamante (2003, p.21), utilizo el concepto de (ICs) para abarcar un conjunto de creaciones simbólicas que, una vez multiplicadas en numerosas copias y utilizando diversos soportes materiales, van al encuentro de sus receptores. En este sentido las (ICs) constituyen un segmento de la estructura productiva total cuyos orígenes y evolución se remontan a la Segunda Revolución Industrial (1880s-1940s) aunque es solamente en el curso de las últimas décadas que la convergencia construida entre las (ICs) y las redes digitales otorga pleno vigor a la constelación tecnológica que caracteriza a la Tercera Revolución Industrial-Informacional (Freeman y Louça, 2002 y Nota 1). En efecto, esta constelación comprende a la microelectrónica (la industria proveedora del ‘insumo clave’:el ‘chip’ con circuitos integrados); las computadoras electrónicas; la informática, y la infraestructura integrada por las telecomunicaciones e Internet (p.303) En un sentido amplio, también puede incluir a las biotecnologías y a la publicidad (Getino 2007), y a la totalidad del complejo de entretenimientos incorporando

al deporte (Jowell, 2004) una ampliación que justificaría el reemplazo del concepto de (ICs) por el de Industrias del Entretenimiento. (Para una crítica a esta ampliación del concepto en el Reino Unido, véase Garnham, 2005; y ensayos en Huws, 2006-2007).

Desde la perspectiva crítica aludida la importancia que revisten las (ICs) en la actualidad en términos económicos, políticos, simbólicos y de *desarrollo*, trasciende los límites estrechos de la propia industria en su definición original. Su estudio debe, por lo tanto, tomar en cuenta aquellas relaciones sinérgicas que afectan desde el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) y mundial, el empleo directo e indirecto, y la ‘concientización’ /subjetividad de lo/as trabajadores/as, a las luchas por la construcción de sociedades ‘en desarrollo’ según la definición de la Introducción.

En segundo lugar, corresponde destacar que los productos de las (ICs), son *bienes indivisibles e inagotables*, su consumo no destruye el producto ni anula su disfrute por otros usuarios, y el consumo que una persona haga de ellos no impide que los mismos estén disponibles para otra. Son así bienes caros de producir y baratos de copiar. Tampoco constituyen recursos escasos por naturaleza, sino que su escasez presunta es sólo artificial y asegurada por medio de patentes, derechos de autor, licencias varias, destinadas a captar en forma de renta el producto del trabajo humano definido “creativo”. (Moulier-Boutang, 2004, entre otros) Esta dimensión, que señala la posibilidad de crear economías de la abundancia, en lugar de economías de la escasez, no debe ser olvidada por ningún análisis sobre el tópico. De ahí que las dimensiones involucradas en la producción y distribución de aquellos bienes den origen a cuestiones complejas que únicamente pueden ser abordadas en forma interdisciplinaria.

*****Captación de trabajo potencialmente “creativo”: Coordinación-cooperación vs. control de las divisiones del trabajo en el modelo de producción de contenidos en colaboración en redes de proyectos.**

La temática de la coordinación de las divisiones del trabajo en la esfera productiva concierne a los mecanismos que aseguran las modalidades del aporte del trabajo al producto elaborado, implicando el ejercicio de mecanismos que aseguren la coordinación-cooperación, en si misma una fuerza productiva (Marx, 1991) y/o la coordinación de aquéllas a través de la coordinación jerárquica, i.e. control de su performance. (Edwards. 1979; Roldán 2000). 7/ Lógicamente los mecanismos de coordinación adoptados están asociados a la evolución histórica de las formas productivas que “consumen” determinadas aptitudes y capacidades individuales y grupales. En el caso de que la empresa capitalista pretenda captar un espectro amplio de aptitudes, y *la pulsión o deseo de saber que moviliza la “creatividad”* (Nota 6)__el despliegue de mecanismos de control

debe ser *necesariamente diferente* del predominante en la era del trabajo directo sobre la materia tangible en las tareas del ensamble automotriz. (Taylorismo-Fordismo; Ohnismo/ Justo-a-Tiempo japonés o el Sistema Sueco de Producción Reflexiva) (Roldán, 2000).

Sugiero que el modelo elaborado por Windeler y Sydow 2001; y Manning 2005 __desde una óptica empresarial__ para dar cuenta de la experiencia Televisiva germana en base a la “producción de contenidos en colaboración” mediante “redes de proyectos” (“*project networks*”) también puede útil para el testeo de aquella hipótesis en Argentina a nivel “*mezzo*” y micro social. (Sección 3)

Contexto histórico, producción de contenidos y mutaciones en co-evolución. Un dicho común en la cambiante industria televisiva alemana, sostienen Windeler y Sydow, es que “el contenido es rey” en un contexto histórico muy particular signado por el carácter global adquirido por la industria, la digitalización tecnológica y la privatización de la radiodifusión en muchos países europeos. (p.1035) Estos procesos se plasman en fusiones y alianzas empresarias que afectan las finanzas, producción, distribución y aspectos culturales de la industria, compuesta en gran medida por grupos multinacionales que controlan no solamente la distribución, sino también gran parte de la producción de contenidos a escala mundial. Con un número creciente de canales televisivos ‘el contenido no solamente permanecerá siendo el rey, sino que muy probablemente será un recurso aun más crítico para el éxito en términos económicos y tal vez culturales’. (p.1036. Mi traducción). Tal marco de urgencia histórica marcó el pasaje de la producción interna de contenidos televisivos, en los estudios de los canales (*in-house*), a la subcontratación generalizada de los mismos a productoras independientes, dando como resultado una producción de contenidos en colaboración a través de ‘redes de proyectos’ *no siempre más económica, pero sí con una oferta más variada, de acuerdo a las demandas del mercado.* (p.1047-8).

En base a la teoría de la ‘estructuración’ de Giddens (1984) los autores definen aquel concepto en estos términos: (...) “un medio de coordinación de actividades entre firmas relativamente independientes (incluyendo a artistas y artesanos) a fin de llevar a cabo una tarea temporaria para la cual las redes de firmas coordinan sus actividades de proyectos con referencia a un conjunto de relaciones y prácticas establecidas (extendiéndolas) más allá (*sic!*) del proyecto inmediato” (p.1049). Las redes de proyectos, aclaran, son sistemas temporarios dado que las actividades son temporalmente limitadas; pero, como cada nuevo proyecto está basado en experiencias de colaboración anteriores, las mismas ejercen un impacto significativo en la formación y coordinación de redes de proyectos posibilitando que compañías independientes se reúnan por períodos

relativamente cortos, un par de semanas en el caso de producción de contenidos televisivos, y que sin embargo coordinen efectivamente sus actividades. (p.1049).

Funcionalidad de las ‘Redes de Proyectos’ Manning (2005) corrobora las tendencias identificadas por Windeler y Sydow destacando que la industria televisiva alemana (pública y privada) se caracteriza por su elevada demanda de contenidos creativos diversos y rápidamente cambiantes, acorde a las tendencias artísticas y comerciales. *“A fin de reducir costos, y promover la innovación y competencia en materia de contenidos”*, explica, “los canales televisivos subcontratan la producción de contenidos cinematográficos a Productoras especializadas que conservan relaciones muy cercanas con sus clientes poderosos mientras siguen sirviendo sea al público, o al mundo privado de la TV, que difieren en términos de perfiles de consumidores”. (p.411. Mi traducción y cursivas agregadas en esta cita y siguientes).

La organización en ‘redes de proyectos’, continúa, promete conciliar las demandas de estabilidad y flexibilidad con la explotación y exploración de redes de negocios para los cuales las relaciones estables con los clientes son clave para reducir riesgos financieros y costos de transacción. Asimismo, a fin de conservar dichos clientes *“las firmas productoras tratan de desarrollar reservas externas de ciertos profesionales creativos y técnicos en las que puedan abreviar con los canales de TV a fin de proveerse de contenidos creativos en forma regular para proyectos en colaboración”* a fin de obtener ingresos y economías de repetición.(p.411). A su vez, aquellas reservas están insertas en redes de proyectos basadas en “relaciones a más largo plazo, *contando con actores que se reproducen a través de los mismos proyectos en los que colaboran*” (..) De este modo “a través de proyectos particulares”, agrega, “las redes de relaciones son actualizadas e institucionalizadas, y eventualmente modificadas” por ejemplo cuando los actores cambian su status en alguna de aquellas reservas, coadyuvando a que las redes de proyectos constituyan una forma organizacional a la vez permanente y dinámica. (p.411). Hay que recordar, también, que las Productoras necesitan explorar nuevas opciones a fin de conservar su autonomía respecto de clientes específicos a más largo plazo, y que las redes resultan funcionales a estos mismos fines.

Trabajadores ‘creativos’. Dado que las empresas enfrentan altos costos y presión para producir con calidad, *las productoras televisivas emplean con carácter permanente únicamente a sus productores ejecutivos.* En cambio, *“los proveedores de servicios creativos y técnicos, como guionistas, directores y operadores de cámara, se emplean sólo en base a proyectos específicos, para conservar costos fijos bajos y promover variedad creativa”* (p.411).

*******Argentina. Avances hacia la construcción del desarrollo basado en la información y el conocimiento (2000s).**

La década de los 90s atestiguó en Argentina la aplicación ortodoxa del modelo neo Liberal de crecimiento económico y la consolidación de una Nueva División Internacional-Informacional del Trabajo (NDIIT) a través de NPPs (Nuevas Políticas Públicas) que abarcaron la privatización (parcial o total) de empresas estatales (entre ellas ENTEL, la empresa nacional de telecomunicaciones) y de recursos sociales básicos como la educación, la información, el conocimiento, y la salud; la apertura comercial asimétrica, y la desregulación selectiva de la economía, que en conjunto, establecieron un modelo de crecimiento basado, predominantemente, en la valorización financiera del capital (Basualdo, 2000, Aronskind 2001, Basualdo y Arceo, 2006). Argentina se convirtió en un país exportador de recursos naturales/ primarios (soja en particular) y ‘*commodities*’ industriales. Las industrias y tecnologías que sustentan la Tercera Revolución Industrial-Informacional__ que lideran la expansión mundial y que según la literatura requieren, por lo menos en algunos de sus estratos (laboratorios, (I/D) y producción de contenidos) trabajo particularmente “creativo” (aleatorio) __están ausentes de esta lista.

El proceso culminó en la crisis de 2001, y la movilización popular (“*cacerolazos*”) que forzó la renuncia del presidente De la Rúa. Durante los períodos presidenciales de Néstor Kirchner (2003-2007) y de Cristina Fernández Kirchner (2007-2011) se han concretado avances importantes en la re-orientación del país hacia una senda de crecimiento-desarrollo a través del retorno del Estado al ejercicio de un rol activo en la regulación económica y el fomento de actividades de producción traducidos en incrementos significativos y sostenidos del (PBI) __incluyendo el campo de la Industria Cultural (Getino, 2007)__ y reducción de la pobreza y del desempleo. 8/

Existen, sin embargo, obstáculos severos a la continuidad de esta senda. En primer lugar: *la concentración en pocas empresas de sectores clave de la economía argentina*, asociada mayoritariamente a su *transnacionalización*, caso de las telecomunicaciones, Grupos Multimedia e (IC) en general, alimentos, supermercados energía, gas, recursos hídricos; minería, *procesos todos protegidos por la regulación de la Organización Mundial de Comercio (OMC)* en particular. En segundo lugar, *la inequidad en la distribución del ingreso*, aunque se advierte crecimiento con generación de empleo (con todavía altos porcentajes de empleo precarizado e informal) y se han implementado mejoras en el salario real. A mediados de 2009, el crecimiento sostenido con empleo creciente de años anteriores experimenta una importante retracción ante la crisis financiera mundial, estando ya en ejecución medidas de corto y mediano plazo tendientes a paliarlas. Una señal positiva está dada por el Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación

Audiovisual actualmente en discusión, proyecto atacado ferozmente por sectores político-económicos conservadores, al significar un avance importante respecto de la legislación anterior heredada de la última dictadura militar (1976-83) (Nota 8)

3. Producción de Contenidos Televisivos “Creativos” y Organización del Trabajo en Redes de Proyectos en Argentina (2008)

El objetivo de mi trabajo de campo de 2008 en la ciudad de Buenos Aires coincide con el de mis estudios de 2004-2007 (Nota 4). En la etapa 2008 mi proyecto específico era captar aquellos procesos en la transición de la producción de contenidos televisivos llevados a cabo por los propios canales (*in-house*) a la producción de contenidos en “redes de proyectos” iniciada en los 90s. A estos efectos tomé como ejemplo la evolución del Complejo Multimedios (AA) haciendo hincapié en las relaciones a nivel micro social. A continuación se ofrece una breve síntesis de los hallazgos de investigación.

Una experiencia de producción de contenidos Televisivos a nivel “mezzo y micro (2008) El Complejo Multimedios (AA), su Canal de TV satelital (BB’) y el modelo de Producción de Contenidos en Colaboración en ‘Redes de Proyectos’ : El caso del Corto Publicitario (ZZ).

Antecedentes. El Complejo Multimedios (AA) tiene su origen en la Industria Editorial argentina iniciada en los 60s pero participa actualmente en una variedad de negocios__ la industria editorial y gráfica, radio, telecomunicaciones, TV abierta, por cable, satelital e Internet, de contenidos digitales y producción audiovisual, entre otras__ que sustentan un proceso de concentración de la propiedad de los medios de comunicación tanto en los tradicionales como en sus segmentos innovadores. El Grupo cuenta con un aporte importante de capital transnacional cuya magnitud difiere a través de su red productiva, una faceta propia del resto de los Grupos Multimedios (Katz, 2006) que incluye, en este caso, las efectuadas por una de las operadoras telefónicas privatizadas. En la primera década de los 2000s se distinguen dos tendencias simultáneas coincidentes con las observadas a nivel mundial: la *centralización de actividades administrativas en la WEB* incrementando las economías de tiempo en la esfera de la circulación; y la *subcontratación de actividades de producción de contenidos* previamente realizada en el mismo Canal con equipos propios de dirección y promoción, escasa filmación en exteriores, y un numeroso plantel total de trabajadores.

Una instancia de Coordinación de las Divisiones del Trabajo a nivel corporativo-institucional. Durante su proceso de reestructuración el Complejo Multimedios (AA) puede desarrollar diferentes

“modelos de negocio”. En la instancia estudiada en 2008 (Diagrama 1) y a través de su Canal satelital (BB’) da origen a una cadena de subcontratación de la producción de contenidos “creativos” en “redes de proyectos” al recurrir a un Corto publicitario para la difusión de sus nuevos servicios ofrecidos a precios más económicos que la competencia, y a fin de evitar la “migración” de su audiencia potencial hacia otros canales. El Diagrama 1 permite apreciar la complejidad inherente a la cadena estudiada. El Anunciante, el Canal satelital (BB’) a través del Equipo de Creativos de su Departamento de Promoción y Publicidad (que gozan de estabilidad laboral) contrata (a Nivel 1) a la Agencia/ Equipo de Creativos ‘Alas’ con la cual ha llevado a cabo proyectos exitosos en el pasado, con el objetivo de redactar el Guión y diseño general del Corto (ZZ) (“*Ellos piensan las ideas que nos guían*”, según una fuente consultada). A su vez, la Agencia ‘Alas’ (a nivel 2) subcontrata a la Productora Independiente ‘Buenos Aires Arte’ de Publicidad y Cine (BAA) para llevar a cabo la subcontratación y pertinente coordinación del resto de las fases productivas en este caso divididas entre los Niveles 3.1: Directores __tres jóvenes profesionales, uno de ellos el hijo de uno de los socios de la Productora Independiente subcontratada__ y 3.2: Equipo de Producción que da origen a la subcontratación (nivel 4): los equipos técnicos y generales que intervienen en las diferentes etapas de la producción total del Corto (ZZ) incluyendo a la empresa ‘Castinera’ a cargo de la selección de los actores que recomienda al nivel 3, entre ellos a (D.B), nuestro informante clave. En conjunto este entramado socioeconómico incorpora una variedad de actores sociales “creativos” convocados por/ o pertenecientes a diferentes empresas y/o equipos independientes.

DIAGRAMA 1 (Nivel Industria)

La pirámide económico-cultural: Complejo Multimedios (AA), Canal de TV satelital (BB') y Producción de Contenidos 'Creativos'. El caso del corto Publicitario (ZZ) 2008

Complejo Multimedios (AA) 2008

Canal TV satelital (BB') del Complejo (AA)

Su Departamento de Promoción y Publicidad/ Equipo de Creativos contrata a:

- 1. Agencia /Equipo de Creativos 'Alas' (a cargo del Guión del Corto) que subcontrata a la:**
- 2. Productora Independiente 'Buenos Aires Arte' (BAA) de Publicidad y Cine que subcontrata a:**
- 3. 1. Los Directores:** Tres jóvenes Directores, uno de ellos hijo de uno de los socios de (BAA)
- 3. 2. El Equipo de Producción,** que **subcontrata** a los diversos equipos y personal interviniente en las diversas Etapas de la Producción total, incluyendo a:
- 4. La 'Castinera':** Empresa a cargo de la selección de los actores que recomienda al Nivel 3, entre ellos a Darío Bellini (DB) 9/

Fuente: Documental y entrevistas realizadas por la autora, 2008.

subcontratada__y 3.2: Equipo de Producción que da origen a la subcontratación (nivel 4): los equipos técnicos y generales que intervienen en las diferentes etapas de la producción total del Corto (ZZ) incluyendo a la empresa 'Castinera' a cargo de la selección de los actores que recomienda al nivel 3, entre ellos a (D.B), nuestro informante clave. En conjunto este entramado socioeconómico incorpora una variedad de actores sociales "creativos" convocados por/ o pertenecientes a diferentes empresas y/o equipos independientes.

La fuente consultada (Agencia/Equipo de Creativos Alas) sintetiza su visión de "creatividad" aplicada a la producción de contenidos en términos netamente instrumentales, de negocio lucrativo:

"La publicidad resulta crucial porque *el producto se hace, y por eso nos llaman 'creativos' a nosotros* pero también hay "creativos" en la empresa Productora y a quienes ella subcontrata directamente, como a los directores, depende de los proyectos, pero las corporaciones ejercen gran influencia porque son las que pagan la publicidad: entonces para nosotros el negocio depende del *anunciante*" (...) "Por supuesto", agrega, "los anunciantes tienen en cuenta el Canal, y los productos y sus mercados. Puede haber diferencias pequeñas pero sí, existen. Si toma en cuenta los estudios de mercado verá que el Canal (BB') apela a un nivel económico

superior al que se dirige, por ejemplo el Canal (DD). (otro Canal de Buenos Aires. M.R.) Ud. lo percibe en el tipo de publicidad. También que hay que tener en cuenta **que los Directores de Programación de TV son a menudo los dueños de otras Productoras y se contratan a si mismos**. Pero en el caso de grandes Anunciantes se impone la práctica de contratar paquetes de publicidad anuales, nos dicen, ‘la quiero para tal Programa’, **y compran paquetes grandes. El Canal decide luego cómo se distribuye, en que programas específicos**, cómo va a invertir ese presupuesto de publicidad’ (Énfasis en el original)

De este modo, a nivel de *empresas* participantes __los eslabones de la cadena de subcontratación__ los hallazgos de este estudio coinciden con los de Windeler y Sydow y Manning en cuanto a la importancia de las relaciones pre-existente entre niveles y empresas subcontratadas de una duración variable (promedio 4 años), que podían tener su origen y coincidir con las llevadas a cabo, con anterioridad, por otros de los Canales de propiedad del mismo Complejo Multimedios (AA) Esta cadena de confianza construida en base a la experiencia, que supera la temporalidad limitada de un proyecto determinado, incorpora a empresas y sus contactos principales: los ejecutivos de cada una de ellas que pueden ser socios o funcionarios estables de alto nivel. En otros términos, la composición interna de cada una de las empresas y/o equipos subcontratados puede haber variado, pero la relación inter-firma entre los miembros ‘creativos’ más conspicuos de cada una de ellas persiste. En el caso estudiado, las fuentes entrevistadas mencionan la relación de “confianza reiterada” derivada de la experiencia compartida entre los miembros del Equipo de Creativos del Departamento de Promoción y Publicidad del Canal satelital (BB’) y la Agencia/ Equipos de Creativos “Alas” (nivel 1) y a través de ésta con la Productora Independiente (BAA) (nivel 2) (Diagrama 1) sugiriendo la interdependencia de las “redes de proyectos”.

Se impone, sin embargo, mencionar algunas reservas respecto de una aceptación apresurada de las conclusiones del estudio llevado a cabo por los autores que analizan la experiencia germana desde la perspectiva empresarial, al ser aplicadas al caso argentino: En primer término la “colaboración recurrente” según las fuentes locales consultadas, no excluye la competencia entre las empresas “colaboradoras” dependiendo de su posición en el mercado nacional e internacional. En segundo lugar, la interdependencia entre firmas puede deberse, en el caso argentino, a un mayor grado de transnacionalización en la producción de contenidos que en el caso alemán, y al hecho de que diferentes escalones de subcontratación pueden estar articulados a un nivel superior de la cadena debido a relaciones de propiedad parcialmente compartidas, una situación común en la estructura de los Complejos Multimedios en la periferia. En tercer término, esto hecho puede explicar la coordinación jerarquizante (control) de las divisiones del

trabajo impuestas por los códigos imperantes y su contribución a la dinámica subyacente a la continuidad de las redes a nivel micro social, según se expone a continuación.

El Código de Trabajo: Organización y Economías de Tiempo en la Producción de Contenidos del Corto Publicitario (ZZ).

El Cuadro 1, permite explorar la misma realidad productiva del Diagrama 1, pero desde la perspectiva de las fases de producción y tiempos del trabajo articulado en “redes de proyectos” en las cuales Directivos, Ejecutivos, y profesionales *de diferentes empresas, que son empleados estables y/o accionistas de las mismas empresas, detentan el poder de seleccionar el mensaje*, i.e. el Guión del Corto publicitario, o *la corrección de los contenidos grabados* si se ha violado el código básico (implícito o explícito) propiciado por el Anunciante, el Canal satelital (BB’).

**Cuadro 1. (Producción de Contenidos, Nivel Micro)
Complejo Multimedios (AA), Canal de TV satelital (BB’), Fases Internas * y Economías de Tiempo en la Producción del Spot Publicitario (ZZ) (2008)**

Fase 1	Fase 2	Fase 3
10 días	1 día	1, 2 días
(con Ciclos Internos)**	**	**
Tiempo O _____	// __//	// __//
1: Guionista y otros	2: Diversos Equipos	3. Equipo de Edición.

Tiempo total: 13 días

***Fases:** 1. Pre-Producción, 2. Producción per-se. 3. Producción-edición, musicalización, doblaje, y efectos especiales. Esta fase puede tener lugar simultáneamente con la fase 2.

****Ciclos Internos:** Cada fase incluye divisiones del trabajo jerarquizadas coincidentes con ciclos internos y tiempos de trabajo.(Ver texto) El tiempo Total suele variar de 13 a 15 días, dependiendo, en especial, de las condiciones climáticas y articulación de tareas de las fases 2 y 3.

Fuente: Elaboración en base a Trabajo de campo, documentos y entrevistas (2008)

Sigamos las diferentes fases, ciclos internos y economías de tiempo

(Ver Cuadro 1)

1. Fase de Pre-Producción

Tiempo: 10 días

La **fase de Pre-Producción y Planificación** del Corto Publicitario prosiguió el camino de sucesivas subcontrataciones mencionado (Diagrama 1) incorporando en el Nivel 1 a la Agencia/Equipo de Creativos ‘Alas’ a cargo del Guión y diseño del comercial (*‘ellos piensan la idea general que guía al resto’*) y a Nivel 2 a la Productora Independiente ‘Buenos Aires Arte’

(BAA). Estos eslabones, trabajando bajo la dirección y supervisión del primero, son responsables de la *generación y primer procesamiento de la información*. Se articula de este modo la idea del proyecto (Guión) y la provisión de los recursos necesarios para cumplir estos objetivos subcontratando a los Directores y al Equipo de Producción a cargo de la selección del personal técnico, artístico, y de provisión de servicios diversos que incluye el ‘ *Casting* ’ en el Nivel 4 de subcontratación.

“**Creatividad**” y **trabajadores ‘creativos’** (de acuerdo a la empresa).

La **Agencia/Equipo de “Creativos” Alas**, secundada por la Productora Independiente (BAA) estaba a cargo del Guión que guiará la producción de contenidos y fue mencionada por todos los entrevistados como el único agente realmente “creativo” participante de este proyecto. En efecto, en 2008 el Canal Satelital (BB’) requería un Corto Publicitario que destacara que el costo de instalación de la TV satelital era 0 pesos. *El argumento del Corto* cumpliendo la norma de que la explicación surge del relato que opone a dos fuerzas dramáticas y su resolución (provista en el Guión del Corto) *hace referencia al enfrentamiento de dos grupos*. Uno de ellos __ compuesto por ‘personajes’ de TV que aparecen en diferentes programas ofrecidos por el auspiciante, el Canal (BB’), y liderado por (DB) en su rol de Muñeco/Oso, personaje de un programa infantil__ reclama sus derechos como trabajadores de la Empresa anunciante. Su oponente es el grupo compuesto por los técnicos de la misma Empresa que instalan gratuitamente las antenas del Canal, trámite sin cargo, pero que omite, lógicamente, mencionar el alto costo mensual del servicio satelital a brindar. El grupo de personajes trabajadores libran una batalla campal con los instaladores del Canal (BB’), intervienen los bomberos con sus mangueras dispersantes, los trabajadores son derrotados, y el Corto finaliza con la retirada de algunos de ellos en la ambulancia contratada por la empresa.

¿Qué ha sucedido con el resto de los roles “creativos” de 1993? (Nota 4) **Los Directores**, Nivel de subcontratación 3.1, que habían sido elegidos por la Productora Independiente, Nivel 2, tienen escasa experiencia en Actuación y conocen más de Cámaras brindando a (DB), como **Actor Principal** (disfrazado de Muñeco/Oso) la chance de tener un rol protagónico no sólo como actor, sino también en la sugerencia de cambio de texto y resolución final. Si bien el **Equipo de Producción**, Nivel 3.2, subcontratado por la Productora es responsable por la provisión de los diversos insumos necesarios para la producción, merece mención especial la delegación de un rol importante a Nivel 4 de subcontratación, la **Empresa ‘Castinera’**. Este nivel es importante porque la firma Castinera (y otras conocidas competidoras) elige a los principales actores para diferentes Productoras en Buenos Aires. A tales efectos cuenta con su propio plantel de ‘Castine-

ros' profesionales (que también trabajan para otras productoras) quienes a su vez llaman a los agentes o representantes de actores especializados en diferentes roles y perfiles. En este caso la Castinera convocó a unas 100 personas; de las cuales las 5 pre-seleccionadas fueron llamadas para un 'call back', del cual surgieron dos o tres pre-candidatos finales que participaron en el CD del *Casting* presentado al Equipo de Producción que tuvo a su cargo la decisión final.

2. Fase de Producción (Grabación/Rodaje del Corto)

Tiempo: 1 día

La fase de grabación o rodaje, nuclea a representantes del Canal, "creativos" de la Agencia, directores de la Productora, cuatro en cada caso, a los que se unen los equipos técnicos haciendo un total de 58 personas. Con artistas y extras, personal del 'catering' y de la ambulancia contratada con médico y enfermero, el plantel convocado alcanza a 270 personas. Téngase en cuenta que la Agencia de Creativos Alas es la responsable última de la calidad del proyecto, siempre de acuerdo a los códigos básicos establecidos por/o con el Canal satelital (BB') y su matriz de origen, el Complejo Multimedios (AA) y observados también por los 'creativos' la Productora (BAA).

En la Producción de Publicidad las economías de tiempo son cruciales y el joven Director designado por (BAA) debe ajustarse a ellas. De acuerdo a la coordinación específica de las divisiones del trabajo correspondiente a este Corto, los actores/extras, los miembros de los equipos, y uno de los Guionistas del 'spot' se encontraron a primera hora de la mañana (algunos de ellos a las 4 horas) para el rodaje en Exteriores. De esta manera el día de grabación implicó una jornada de 16 horas (desde las 4 horas de la mañana hasta las 20 horas) dado que la hora extra se paga muy bien, y había que 'darle duro' para acabar lo más velozmente posible.

El rodaje del Guión siguió en líneas generales el diseño de los 'creativos' antes resumido. El Corto comienza con la escena en la que el Muñeco/ Oso arenga a la multitud de personajes: "*Me he enterado por ahí que el Canal satelital (BB') pretende 0 pesos por la instalación del servicio. ¿Esto significa que nuestro trabajo para la empresa vale 0 pesos?*" Esta arenga tiene lugar frente a los mismos personajes, cuyas caras de sorpresa primero y de indignación después van acompañando al discurso de (DB) al tomar conciencia de que la empresa no los consideraría valiosos. Esto es, los personajes se preguntan, "*¿Cómo 0 pesos, entonces para la empresa nuestro trabajo no vale nada?*" (Aquí aparecen pancartas alusivas). "*Claro*" acota (DB), "*no se les dice que luego les van a cobrar caro el servicio, que solamente la instalación es gratis*".

En el extremo opuesto de la calle están los técnicos instaladores del Canal (BB'), blandiendo antenas, dado que al ser el Anunciante un canal satelital, se lo simboliza con la antena de la instalación en la mano. Los primeros planos permiten percibir cómo los ánimos se exacerban a

medida que los personajes comprenden el mensaje del Muñeco y comienzan a seguirlo, pretendiendo poner freno a la acción de los Antenistas. Éstos resisten, dando lugar a una pelea campal, alguien arroja una torta desde otro piso, se percibe a un personaje que utiliza a otro (femenino) como escudo, y se reparten golpes y sacudones, ocasionando algunos contusos reales luego atendidos por el médico contratado. El grupo de Antenistas, fieles al comando del Canal, resisten. Finalmente intervienen los bomberos con sus mangueras dispersando a la multitud de personajes y el muñeco rociado por la columna de agua cae al piso. La Empresa ha triunfado y la instalación seguirá gratis. *La empresa, el verdadero personaje bueno, que cobra 0 pesos gana el combate, y los personajes trabajadores son reprimidos.*

3. Fase de Producción (Edición)

Tiempo: 2 días

Esta fase comprende una serie de procesos imbricados: Edición de la imagen, musicalización, doblaje, realización de jingles, diseño de bandas sonoras, efectos, locución, etc. En la sala de Edición y Doblaje se encontraban presentes los representantes de todos los eslabones subcontratistas pertinentes, además de los representantes del Anunciante. Culmina de este modo, en la Etapa de Producción-Edición, la cadena de Control de Calidad. Los ‘controladores’ son unas 10 personas: los Creativos del nivel 1 (los Guionistas), los del Nivel 2, la Productora (BAA) con la presencia de su Productor Jefe, y por supuesto los representantes de la empresa Anunciante, el Canal (BB’) dado que el producto tiene que gustar a todos, pero finalmente a este último que provee el presupuesto de la publicidad. (DB) participó en el doblaje del discurso del Muñeco. Terminada la Post-producción con la edición (prototipo) del producto publicitario, se procede a la entrega del mismo en los términos pactados con el Anunciante. Esta Etapa implica 2 días de trabajo, de unas 10 horas cada uno. En suma: el proceso de “doblaje” ejemplifica también los controles y jerarquías en la interacción y cotidianeidad del trabajo televisivo sin olvidar que la matriz semántica de origen culmina en el Complejo Multimedios (AA) que provee en última instancia los códigos básicos que dan origen a la cadena de subcontratación.

El Código Laboral (Breve síntesis de la visión del actor Diego Bellini, Nota 9)

General: Tiempo, “creatividad”, filosofía de vida.

La participación de (DB) (nombre ficticio) en la producción-rodaje y edición, no sólo como actor, sino como movilizador de una interpretación diferente del guión, es parte de su definición de que “*ser actor es una experiencia que no se puede separar de la concepción que cada uno tiene de la vida*” filosofía que influye *a posteriori* en cada una de sus actuaciones, como actor y como docente, y en las que participa de acuerdo a distintos Códigos y a sus tiempos respectivos. Consideremos la visión de (DB) extractando de los diálogos durante el trabajo de campo.

__MR. Conversemos ahora sobre *la imaginación y la creatividad* y los tiempos de trabajo, ¿Considera que existe alguna relación entre el tiempo de trabajo y su capacidad “creativa”?

“Hay una diferencia si pensamos en los tiempos rígidos en una fábrica, por supuesto. Estoy acostumbrado a ser un trabajador cultural ‘autónomo’ (...) Durante mis horas de docencia, el código que inspira mi trabajo es auto-impuesto, quiero decir, no necesito ajustarme a una definición de creatividad definida por un salario. En este sentido diría que “ser creativo” en el trabajo de cada uno, es poder trabajar de manera autónoma, libre de la dictadura del reloj, libre para crear nuevos proyectos, presentar ideas nuevas, originales, y poder llevarlas a cabo en mi propio tiempo, auto-impuesto. Y reconozcamos, el género publicidad no se presta para grandes improvisaciones. Tampoco la TV en general, por eso prefiero el teatro y la docencia”.

__MR. ¿Por qué dice que su experiencia como actor no puede separarse de su experiencia de vida?

‘Tengo y he tenido desde muy joven una filosofía y prácticas claras contra todo tipo de opresión, y veo a la actuación como una manera directa de expresarlo. (...) Para mí el actor es un proletario, un trabajador más, y las condiciones del trabajo en producción pueden ser deplorables. Por ejemplo. Me resistí a la indignidad a la que se somete habitualmente al actor que se desempeña como Muñeco. Me enteré que al que hacía de Muñeco, le iban a pegar. Exigí entonces a la Productora que en el contrato se estipule que nadie me iba a tocar durante la filmación, de lo contrario, paraba y no habría toma. Sí, porque la costumbre es que le tiran huevos y festejan el fin del rodaje con golpes. Les advirtieron a todos con megáfono: ‘No vayan a tocar al Muñeco’. También se advierten jerarquías en las categorías del ‘catering’, entre otras muchas más sutiles. Si nos reúnen a las 4-5 horas de la mañana, empiezan con el desayuno en el lugar de la filmación. Había una mesa con productos carísimos para Directores, ejecutivos, y algún invitado importante. La segunda mesa se reservaba a los actores, algunos personajes que aparecen en primer plano, que gritan, o hablan se les paga un poco más, están por arriba de los extras. El chico negro que habla inglés, seguro cobra unos pesos más. La tercera era para los equipos técnicos, y la cuarta para los extras. Hay que darse cuenta de que existen prejuicios, discriminaciones por color de piel, por ejemplo, y supongo también por género, si tenemos en cuenta que casi todas las presentes eran o extras o servidoras del ‘catering’, como pudo ver’.

__MR. ¿Qué busca transmitir su actuación, su docencia en el teatro?

‘Trato de transmitir un sentido de que siempre se puede luchar por un mundo mejor, sin las injusticias actuales’.

__MR. Hablemos de su trabajo como actor ‘Muñeco-Oso’. ¿De que modo su *filosofía de vida* se traduce en este trabajo en particular? ¿Percibe algunas diferencias con el pasado?

“Las jerarquías que yo ya percibía en el ejemplo de 1993, no han sufrido grandes cambios salvo que en este caso no había controles técnicos disimulados. El Corto publicitario no es un marco que favorezca la creatividad de los participantes, si bien algún toque ‘genial’ del Guionista y en este caso el rol impensado de líder que asumí ante la inexperiencia del Director, podrá dar sus frutos (...) Siento que los años transcurridos han traído consigo experiencias de trabajo negativas en cuanto a lo artístico y político, aunque el Convenio Colectivo, aunque con falencias, todavía se cumple. 10/ También hay que reconocer que estos contratos bien remunerados pueden

aparecer y luego desaparecer el resto del año, y la Productora, en la oposición entre lo artístico y el negocio, siempre impone este criterio, salvo en algún caso crítico”.

4. Conclusiones. En la Introducción de este ensayo plantee la necesidad de un nuevo diálogo entre la teoría y las prácticas de investigación a fin de comprender la dinámica del “capitalismo informacional realmente existente” y sus relaciones con el potencial “creativo” del trabajo humano y el tipo específico de organización productiva y del trabajo a nivel “*mezzo*” y micro diseñado para captar dicho potencial. Esta retroalimentación, argüí, es una condición sine-qua-non para el diseño de una nueva agenda de desarrollo que pueda incluir la construcción histórica del potencial “creativo” del ser humano como una dimensión indivisible los Derechos Humanos. Los hallazgos del trabajo de campo, a pesar de sus límites en materia de generalización permiten develar algunas de las complejidades a ser superadas para alcanzar ese objetivo.

En efecto, la instancia estudiada en 2008 ejemplifica una posibilidad (que creo común) de producción capitalista de contenidos y sus economías de tiempo en convergencia digital con las telecomunicaciones, la informática y la industria de equipos. Los Códigos de Trabajo y Laboral ‘pactados’ (formal y/o informalmente) entre el Complejo Multimedios (AA), su Canal (BB’), la Agencia /Equipo de “Creativos” Alas y la Productora independiente (BAA) y sucesivos eslabones de la cadena de subcontratación asociada a la producción de contenidos ‘creativos’ a nivel ‘*mezzo*’, se manifiestan en la práctica y en los límites últimos (implícitos o explícitos) impuestos a esta producción por la filosofía y criterios de rentabilidad del Complejo (AA). En el mismo sentido la de-construcción del modelo de acuerdo a las definiciones de ‘creatividad’ de distintos agentes de la relación capital-trabajo muestra la maleabilidad intrínseca del concepto según sea expresado por la empresa en términos de modelo de negocios o por lo/as trabajadore/as, en defensa de su naturaleza intrínseca, su valor de uso, asociado a sus visiones/subjetividades.

Como ocurre en otras industrias, las nuevas divisiones del trabajo crean la necesidad de su coordinación a través de personal a cargo de esta función específica, (gerentes, personal técnico) personal que adquiere a su vez el poder de control de las divisiones del trabajo y, por ende, del contexto involucrado (Tesis de Harvey, 1998). Con este objetivo una serie de agentes de los diversos escalones de la cadena (1, 2, 3, y 4) generalmente ejecutivos y diferentes profesionales, todos empleados estables y/o socios de diversas empresas que pueden también pertenecer, al menos parcialmente, al mismo Complejo Multimedios, acompañaba las diversas Etapas del ciclo total de Producción, condicionando los contenidos del Corto, a través del control del tiempo que demanda su emisión (57 segundos) límite máximo que el Anunciante había pactado con el nivel

1 (Agencia de Creativos). En otros términos, aquel conjunto de agentes, aunque diferentes, pero a semejanza del ejemplo de 1993, *coordinaba jerárquicamente* (i.e. coordinación-impuesta-control) las divisiones del trabajo de los contenidos materializados en el prototipo final/matriz que luego de su réplica (en la industrialización de contenidos) sería exhibido por el mismo Canal y/o comercializado de corresponder.

El análisis de la evidencia de campo permitió asimismo apreciar la asociación entre el continuo de coordinación- cooperación-control de aquellas divisiones, y el mayor o menor grado de aleatoriedad y redundancia de la información procesada y sus economías de tiempo asociadas (o de despliegue de conocimiento en el continuo O, R, D, en la terminología de Nilsson, Nota 6). *No existe, a mi juicio, conciliación posible (síntesis) entre ambos términos antitéticos, i.e. tiempo de trabajo aleatorio, 'creativo' (nivel O) y tiempo de trabajo redundante, 'controlado' (nivel D).* El Complejo y sus empresas subcontratadas recurren, por ende, al modelo de producción de contenidos 'creativos' traducido: a nivel 'mezzo' en relaciones de confianza y experiencia entre aquéllas pero, a nivel micro en tiempos de trabajo diferentes acordados a los actores juzgados 'creativos', en este caso la Agencia/ Equipo de Creativos Alas, Guionistas) que participa(n) en el ejercicio total y son responsables de la **calidad del producto informacional** adquirido por el anunciante, el Canal de TV Satelital (BB'). A su vez, los agentes habitualmente subalternos pero que demuestran ser "creativos", caso de (DB), serán recompensados en términos generosos, según el mercado argentino.

Si bien la instancia estudiada pone de manifiesto la funcionalidad del modelo de captación de saberes desde la perspectiva del Complejo Multimedios (AA), y de su Canal satelital (BB') también evidencia sus riesgos en tanto captación por *tiempo indeterminado* de saberes y experiencias de trabajadore/as 'creativo/ as' traducidos en un producto final (en este caso el "Spot" (ZZ). Esto es, el Canal necesita asegurar la provisión de trabajo "creativo" durante el tiempo de trabajo necesario para crear un nuevo código (**un producto informacional original**) que delega a la Agencia de Creativos Alas. No necesita el despliegue permanente de trabajo aleatorio de alto nivel en actividades que el/la trabajador/a genuinamente "creativo/a" consideraría aburridas o rechazarían llevar a cabo. Esta *rara avis* exige libertad en la coordinación de sus tiempos de trabajo remunerado y no remunerado (familiar, social) y economías de tiempo **auto-impuestas**, que de ser necesario superan las de una jornada diaria común, según el ejercicio de creatividad que **desea comunicar** en el marco del trato preferencial y remuneraciones elevadas concedidas a los trabajadore/as más 'geniales', de acuerdo a la calidad del producto informacional pactada de mo-

do que la relación y su producto sea fuente de valor y acumulación permitiendo su patentamiento posterior.

En el caso de (DB), en particular, su *filosofía de vida plena*, se desliza por otros senderos relativamente inestables pero a su juicio plenamente placenteros, el de la *producción autónoma* en que se inserta en tanto artista de teatro en grupos independientes o en la docencia teatral. Si aceptamos con Jaggar y Virno (entre otro/as) que las necesidades, capacidades, y deseos expresados por el artista __entre los que incluyo la pulsión de saber y de crear__ son constitutivos de la naturaleza humana, es posible explicar la supervivencia de Grupos artísticos autónomos, entre ellos el que desea constituir (DB), aunque no asegurar su sustentabilidad a largo plazo necesaria para su efectiva contribución al desarrollo informacional-comunicacional remitiéndonos, en última instancia, a los límites de la libertad que la producción mercantilizada debe dejar a por lo menos una porción de sus trabajadores culturales.

Crecimiento informacional vs desarrollo potencial basado en la información y el conocimiento en la periferia mundial. Desde los inicios de la Segunda Revolución Industrial (1880s) se observaba la creciente aplicación de la ciencia al proceso productivo objetivada en el sistema de máquinas de tal forma que el conocimiento o '*knowledge social general*' se había convertido en fuerza productiva inmediata. Por lo tanto se impone la reinterpretación de este último en la indagación de las características que asume el crecimiento capitalista contemporáneo. El mismo vendría menos significado por la objetivación científica en los dispositivos tecnológicos, que por la movilización de las capacidades intelectuales y lingüísticas desplegadas en el proceso productivo. Por ende, la 'cooperación entre cerebros' (Virno) deviene en fuente *principal de apropiación vía privatización de su producto: el conocimiento en tanto información comunicada*. (expresada en el producto: Corto ZZ) en la instancia estudiada. La crisis de los modelos de explicación económica, fundados en el *paradigma de escasez*, no ha sido superada todavía por una teoría coherente y necesariamente interdisciplinaria que lidere los senderos inéditos de la abundancia, ni tampoco por un pensamiento socio-político que pudiera utilizarla.

En el ínterin la construcción de la (NDIIT) avanza desplazando trabajo redundante a la periferia a través de ciclos de producción de contenidos "creativos" muy cortos e impuestos por una coordinación-control de las divisiones del trabajo a través de organismos supranacionales entre los cuales la Organización Mundial del Comercio desempeña un rol crucial. *¿Cuáles serían entonces las luchas del presente conducentes a un futuro alternativo?* Las Políticas de Estado supranacionales operando hacia un objetivo común son necesarias en este caso, y debería comprender la totalidad de la constelación tecnológica involucrada, además de educación, entre otras

dimensiones, todas las cuales, a su vez, necesitan ser articuladas a Políticas de Desarrollo socio económico basado en mecanismos de coordinación por cooperación en lugar de control.

Con referencia a esta temática Moulrier Boutang (p.117) sostiene que las luchas posibles y viables derivan del carácter mismo de la información y del saber que, al no presentar las características de divisibilidad y escasez, que permitían mercantilizar su uso, su fruto, y su reproducción, *impide también amparar derechos de propiedad sobre ambos de modo efectivo al no ser estrictamente privatizables*. De ahí el énfasis de su enfoque en la necesidad de establecer *nuevos derechos de propiedad que permitan que la actividad cognitiva humana sea respetada en su dimensión liberadora* y, simultáneamente, en materia de posibilidad de obtención de beneficios. (p.111) Sin embargo, insiste, existe asimismo otra vía, **el logro de una renta universal a los productores, que no dependa del mercado, de modo de liberar ese conocimiento para beneficio colectivo**. Esta conclusión, que comparto, requeriría, a fin de ser operativa, estar asociada no sólo a un nuevo tipo de Políticas de Estado, sino, también, a la lucha de hombres y mujeres trabajadore/as en defensa de los Derechos Humanos al desarrollo, un largo camino a recorrer en luchas de liberación en las que la teoría e investigación científica juegan un rol crucial dado que los marcos teóricos, como códigos significativos, no solamente dan sentido a la realidad, sino que forjan activamente su propia construcción.

NOTAS

1. El debate sobre la naturaleza del capitalismo contemporáneo y su sustento en la Tercera Revolución Industrial-Informacional admite diversos matices según la periodización del capitalismo con la que se identifique cada autor/a, y la caracterización de las posibilidades e impedimentos estructurales para la emergencia de una nueva etapa de crecimiento sostenido en base a aquella misma Revolución, en particular en economías de la periferia mundial. Freeman y Louça, 2002, economistas heterodoxos, fundamentan la construcción de aquella Revolución en la emergencia de una quinta 'onda larga' de Kondratieff ; posición que comparte Dantas (2002, 2003) aunque desde una posición marxiana amplia. Mi pensamiento sobre la problemática abrevia en ambas producciones, aunque ninguno de los autores es responsable de la articulación y resignificación de sus ideas originales sustentadas en este ensayo y anteriores (2005a, 2006,2008,2009). La Tercera Revolución Industrial-Informacional (una quinta "onda larga" en la terminología de Freeman y Louça) a la que me refiero en el texto principal comenzó en los Estados Unidos a fines de los 40s- comienzos de los 50s, completó su fase de expansión a mediados de los 70s, y de regresión a fines de los 80s. Aunque es prematuro argüir que se ha consolidado una quinta "onda larga", se afirman las relaciones sinérgicas entre las (TICs) digitales y la constelación industrial afín aunque sin haber encontrado todavía los soportes institucionales y demás pre-requisitos que garanticen su expansión.

2. La concepción de que los seres humanos constituyen una especie biológica entre otras, cuya naturaleza se construye en la praxis, es común a las vertientes de la matriz semántica de la economía política crítica de base marxiana, a pesar de sus diferencias internas. Véase Jaggat, 1983, y Roldán, 2000, para una elaboración de estos temas. Sucintamente, la noción de *praxis* es crucial para la comprensión de la ecuación productiva. En efecto, el concepto de *proceso de trabajo* alude a la agencia activa y potencialmente liberadora del ser humano en su relación con la naturaleza y en la creación de las condiciones materiales de la vida social.(praxis). Empero, este concepto, que a mi juicio significa el reconocimiento de la pulsión o deseo de saber expresada en la praxis, no menciona el contexto donde se materializa. Son las relaciones sociales predominantes en cada modo de producción las que otorgarán su sello específico al carácter de la interacción dentro y entre procesos de trabajo en los que podría expresarse aquel potencial creador. La discusión contemporánea en materia de trabajo con y sobre la información (trabajo informacional sígnico) enfoca una dimensión diferente: la relación entre capital e información y como esta relación crea valor y hace posible la acumulación a través de la captación de rentas informacionales (i.e. dado que la

información producida y comunicada tiene valor de uso, pero no de cambio y por lo tanto no puede captarse como plusvalía). Véase Dantas, Dantas, 2003, Moulrier Boutang, 2004 entre otros, sobre esta temática.

3. El Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales__ incorporado a la Constitución nacional argentina en 1994, comprende, entre muchos otros: el derecho de toda persona a trabajar, a un nivel de vida adecuado, para si y su familia, **al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental, a la educación, y a participar en la vida cultural, a gozar de los beneficios del progreso científico y de sus aplicaciones.** De ahí que la búsqueda de senderos de desarrollo basado en la información y el conocimientos implica necesariamente el diseño e implementación de formas “humanizadas” de organización del trabajo, i.e. aquellas capaces de satisfacer el derecho humano al crecimiento de la capacidad mental, emocional y física y asimismo el *poder* para el ejercicio de esta capacidad incrementada, incluyendo del derecho a informar y comunicar, o agencia de los trabajadores en la producción de conocimiento e información y control sobre ambos.

4. El trabajo de campo en que se basa este artículo forma parte de un proyecto teórico-empírico más amplio dirigido al análisis de la relación entre la organización del trabajo y del aprendizaje y las formas productivas en las que se insertan (híbrida voluntaria, producción simple de mercancías, asalariada) en el contexto de la evolución del capitalismo informacional argentino y mundial (1990s-2000s). La investigación a la que hace referencia esta ponencia se lleva a cabo en la ciudad de Buenos Aires, y enfoca la (IC) abarcando casos en la rama Editorial (fase 2007) y Televisiva (2008), con el objetivo de comparar instancias organizativas en la producción de contenidos en el Taller, Exteriores /Estudio Televisivo, u oficina de la persona entrevistada. Las instancia televisiva de 1993 mencionada en el texto principal hace referencia a un ejemplo del género ficción re-construida con la asistencia de nuestro informante clave: Darío Bellini, en la ocasión una de las estrellas juveniles participantes de la experiencia. Finalmente, téngase en cuenta que la organización “por proyecto”, no constituye una novedad del presente, sea en la construcción, software; cine o televisión, entre otras instancias.

5. A nivel conceptual y de trabajo de campo, mi propuesta contempla la articulación de los conceptos de *código*, trabajo *aleatorio y redundante*, derivados de Dantas (2001, 2003) y de *trabajo natural, niveles de conocimiento y ciclo de trabajo*, de Nilsson (1999, 2004) que considero afines a los anteriores, aunque expresados en otro lenguaje (Roldán 2005 a, 2006, 2007 y 2008). Sin embargo ninguno de estos autores es responsable de mi interpretación y aplicación de sus ideas en la investigación en curso.

Respecto del Eje Código. Entiendo, siguiendo a Dantas (2001, 2003) que un **código** está formado por un repertorio relativamente limitado de señales con sus reglas necesarias de combinación, permitiendo que la ‘fuente’ y el ‘destinatario’ establezcan una relación comunicativa. Cada individuo, grupo de individuos, o sociedad percibirá un evento como componente de un código en la medida en que logre reconocer, entre este evento y otros eventos, determinadas relaciones previamente establecidas, de naturaleza sintáctica, semántica, y pragmática. La noción de trabajo redundante alude a las actividades neguentrópicas, que exigen del agente con mayor o menor dificultad, replicar algo cuyo modelo esta dado, de tal manera que el resultado final puede anticiparse. Despliega, por lo tanto, un nivel mínimo de incertidumbre, y la secuencia de repeticiones cumplen una función orientadora. En otros términos, la creatividad original ya se ha plasmado en el prototipo que se utiliza en la industria y que permite su réplica de acuerdo al mercado al que se dirija la producción analizada. En contraste, por trabajo aleatorio se hace referencia a la búsqueda de información que la redundancia del código no provee de inmediato aunque, lógicamente, el código debe ofrecer algún grado de redundancia que lo oriente en esa búsqueda, alguna certidumbre, aunque sea mínima, en cuanto a la viabilidad de su búsqueda. Advértase también que los códigos son herramientas de una práctica o interacción, que no existen en abstracto, sino en el concreto de las relaciones sociales.

Respecto del Sistema Sueco de Producción Reflexiva (SPR), en el que se inscribe la obra de Nilsson. Este sistema privilegia una visión del ‘Trabajo Natural’ (que sería típico de la producción artesanal ‘tradicional’ o ‘clásica’) asociado a diferentes niveles de conocimiento y ciclos de trabajo a los fines de orientar la construcción de una organización del trabajo más ‘humanizante’ aunque sujeta, en última instancia, a las economías de tiempo inherentes a los procesos de valorización y acumulación del capital. Sugiero que el concepto de ‘Trabajo Natural’ puede también ser útil para el análisis de la organización del trabajo informacional signico en la producción de contenidos. En efecto, de acuerdo a este autor (1999) los niveles de conocimiento requeridos por la forma de organización del trabajo adoptada y su aprendizaje asociado, representan una manera específica de llevar a cabo las divisiones del trabajo, reflejando, en el común de los casos, las divisiones del modelo de producción que le sirve de sustento, aunque este último no sea explicitado en el mismo lenguaje que se utiliza cuando es aplicado en ámbitos de producción. Por ejemplo, respecto de niveles o tipos de conocimiento, O (*overview*), R (*relational*), y D (*detailed*) que hacen referencia a las capacidades, aptitudes y actitudes que valorizan al capital a través del trabajo informacional signico acorde, pero que también pueden utilizarse en otras instancias productivas. (Roldán 2007 y 2008). El nivel Overview es significado por Nilsson como *conocimiento de visión general*, esto es: conocimiento necesario para adquirir una orientación total, como los ojos de un pájaro sobre el paisaje, un nivel necesario para dominar la complejidad de un proceso dado. *Entiendo que este nivel coincide con un Código Laboral de máxima*

aleatoriedad, o incertidumbre, aunque siempre articulado a elementos redundantes según se adujo, y que se aplica en la elaboración de contenidos como los contemplados en este ensayo.

6. ¿Cómo organiza la firma capitalista el trabajo “creativo” a efectos de la valorización y acumulación? ¿Cómo definir “creatividad”, trabajo y trabajador/as “creativo/as”? De acuerdo a la definición de la RAE (Real Academia Española) “**creatividad** es la facultad de crear, la capacidad de creación,” y “**crear**” es producir algo de la nada, establecer, fundar, introducir por vez primera algo, hacerlo nacer o darle vida. Pero, a mi juicio, a fin de “crear” en una situación de trabajo la persona necesita ser “creativo”, en el sentido de tener la **facultad** de “crear” (trabajo “creativo”) pero también el **poder** de “crear”, esto es el poder de *controlar los recursos que permiten que los seres humanos sean “creativos”*, i.e. **los medios de producción y el tiempo necesario para ejercer libremente la facultad de “crear”**. Esta posibilidad existe en la PSM (producción simple de mercancía (artesanía clásica), y en formas híbridas y voluntarias de organización. (Roldán 2005 b, 2006, 2007, 2009) Sugiero que los ejes derivados de Dantas y Nilsson, concernientes a códigos, trabajo aleatorio y redundante el primero y “trabajo natural”, y niveles de conocimiento el segundo, son herramientas útiles para este análisis. Así, podemos preguntar respecto del **trabajo “creativo”**. ¿De que modo el capitalismo capta la capacidad superior del ser humano para procesar símbolos, de pensamiento abstracto, imaginación, lenguaje, etc., en departamentos de I/D, laboratorios, pero también en la producción de contenidos televisivos? Los indicadores **de la organización de trabajo “creativo”**, serían entonces, las situaciones de trabajo en las que lo/as trabajadore/as tienen la capacidad de crear nuevos códigos que comprenden dimensiones de máxima aleatoriedad, y de mínima redundancia y que pueden controlar, al menos parcialmente, los medios de producción, y disponen del tiempo para ejercer libremente esta capacidad (trabajo “natural”). Por supuesto ni Dantas ni Nilsson son responsables de mi articulación e interpretación de sus ideas originales, que pueden no coincidir con las aquí expresadas

7. Es oportuno, a mi juicio, efectuar una re-lectura de la obra de Edwards (1979) a fin de verificar su actualidad y/o posibles reservas en la era contemporánea, en particular con referencia a las divisiones internas en la producción de contenidos “creativos”. En efecto, si bien toda producción social que supera un determinado volumen requiere una actividad de **coordinación** de sus elementos físicos y humanos sin la cual sería poco probable su concreción, Edwards arguye que la coordinación puede lograrse de muchas maneras y que las diferencias pueden ser cruciales. En la empresa capitalista y también en otros sistemas sociales donde no se haya establecido una coordinación-cooperación democrática del proceso de trabajo la coordinación presenta características distintas. (...) En la primera la coordinación, que es siempre necesaria, toma la forma de una coordinación impuesta, dirigida desde arriba hacia abajo, para cuyo ejercicio los de ‘arriba’ (capitalistas) deben poder controlar a los de ‘abajo’ (trabajadore/as). Por lo tanto, concluye Edwards, en el análisis de esta forma productiva es más apropiado hablar de **control** que de coordinación aunque, por supuesto, el control es una forma de coordinación. Esta última no necesita incluir coerción, pero el control sí.

Empero, el ejercicio de control es simultáneamente necesario y problemático. Es necesario porque ‘en una situación donde los trabajadores directos no controlan su propio proceso de trabajo y **no pueden hacer del mismo una experiencia creativa**, cualquier esfuerzo más allá del mínimo necesario para evitar aburrimiento no sería en el interés de los propios trabajadores’ (p.12. Mi traducción y énfasis agregado) Sin embargo, el ejercicio del control es en sí mismo problemático porque a diferencia de las otras mercancías utilizadas en la producción, la fuerza de trabajo esta siempre incorporada a seres humanos que tienen sus propios intereses y necesidades y que retienen su poder para resistir a ser tratados como mercancía. Los trabajadores resisten, en forma solidaria o individual, pública u oculta. Pero a pesar de los constreñimientos externos, sostiene Edwards, existe, especialmente en la gran empresa, una cierta indeterminación del proceso de trabajo cuya implementación concreta se convierte en un terreno cuestionado (de ahí el título de su libro: *Contested Terrain*)

8. Entre los hitos importantes de este proceso cabe mencionar la re-nacionalización del sistema de seguridad y previsión social, privatizado en los 90s, del correo, del transporte aéreo, entre otros. La decidida defensa de los Derechos Humanos; el incremento de los presupuestos Universitarios y de (I/D); un estilo de diálogo en lugar de represión de los movimientos sociales son también importantes. Respecto del Proyecto Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Si el proyecto es aprobado por el Congreso de la Nación constituirá un paso fundamental para la democratización de los medios, ahora bajo la égida de conglomerados transnacionales con la presencia subordinada de capital local. Entre las disposiciones importantes el proyecto incorpora los adelantos tecnológicos y democratiza el acceso a la información como Derecho Humano fundamental; fija que 2/3 del espectro deben ser asignados al sector público incluyendo universidades, y organizaciones sociales como cooperativas, sindicatos, etc. la protección de la producción nacional y local y del trabajo respectivo, entre otros. También incluye artículos sobre aspectos técnicos y de propiedad para la des-concentración de la explotación monopólica de los derechos de exhibición, se auspicia la producción de contenidos “creativos”, etc.

9. Darío Bellini (DB) (nombre ficticio) informante clave de la experiencia estudiada, se desempeña como docente universitario, “coach”, y ocasionalmente como consultor en temas de su especialidad. En estas actividades eminentemente aleatorias, (DB) plasma su subjetividad y luchas culturales. Ha tenido también diversas inserciones en la producción de contenidos televisivos, en tanto artista juvenil en 1993 (Roldán, 2008, versión presentada al Congreso de CALACS, Vancouver, Canadá, junio) y como ‘estrella’ disfrazada de personaje Muñeco/Oso en el Corto publicitario (ZZ) en 2008, entre otros. Ambas participaciones lo vinculan en tanto “pequeño eslabón” con el Complejo Multimedia (AA): en 1993, con su Canal Televisivo ‘de aire’ (BB) y su Departamento de Producción, y con el mismo Complejo y su Canal Satelital (BB’) y su Departamento de Promoción y Publicidad/ Equipo de Creativos a través de sucesivas subcontrataciones, en 2008. Este ensayo enfoca esta última experiencia.

10. En una entrevista con el Secretario de Prensa de (SATSAID, *Sindicato Argentino de Televisión-Servicios Audiovisuales, interactivos y de datos*, el mismo confirmó que la mayoría de los trabajadores que participan en la producción televisiva total, desde productores generales y asistentes, directores, equipos operativos, jefes técnicos, camarógrafos, especialistas en sonido, iluminadores, vestuaristas, maquilladores, administrativos, son miembros de ese sindicato. Son excepciones los actores, músicos, extras, (‘interpretes masivos’), trabajadores de prensa y publicidad que tienen sus propios sindicatos. Autores y guionistas por lo general no participan de la fase de rodaje. Téngase en cuenta que los sindicatos acompañan a los representantes del Ministerio de Trabajo que se acercan al lugar de la filmación a fin de constatar la legalidad de la contratación y el cumplimiento general de las normas vigentes. Allí los sindicalistas pueden explicar las ventajas de la acción colectiva evitando la contratación ilegal, por ejemplo los contratados como autónomos, ‘free lancers’, que no gozan de derechos específicos, reciben menor salario, etc.

REFERENCIAS (Las mencionadas en el texto principal únicamente)

- Aronskind, R.** (2001) *¿Más cerca o más lejos del desarrollo? Transformaciones económicas en los 90s*. Buenos Aires, Libros del Rojas, 2da serie extramuros.
- Basualdo, E.** (2000). *Concentración y centralización del capital en la Argentina durante la década de los noventa. Una aproximación a través de la reestructuración económica: el comportamiento de los grupos económicos y los capitales extranjeros*. Buenos Aires: FLACSO, UNQ.
- Basualdo, E. & Arceo, R.** (Comp.) (2006) *Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias nacionales*. Buenos Aires, CLACSO Libros.
- Bustamante, E.** (2003) “Introducción: Las industrias culturales, entre dos siglos” in E. Bustamante (Coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa Ed.
- Chesnais, F.** (1996) *A Mundialização do Capital*, São Paulo, Xamã.
- Dantas, M.** (2000) Prefacio al libro de C.Bolaño’s *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*, São Paulo, Editora Ucitec/Polis.
- (2001) *Os significados do trabalho: uma investigação semiótica no processo de produção*. Ph.D. Thesis, Coppe_UFRJ, Rio de Janeiro.
- (2002) *A lógica do capital-informação. A fragmentação dos monopólios e a monopolização de fragmentos num mundo de comunicações globais*. Rio de Janeiro, Contraponto.
- (2003) “Informação e trabalho no capitalismo contemporâneo”, en *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, n.60, São Paulo (Consultado en versión electrónica)
- Edwards, R.** (1979). *Contested Terrain, The Transformation of Work in the Twentieth Century*. London: Heinemann.
- Freeman, Ch. & Louza, F.** (2002). *As Time Goes By From the Industrial Revolutions to the Information Revolution*. Oxford. Oxford University Press.
- Galperín, H.** (2004) *New Television, Old Politics The Transition to Digital TV in the United States and Britain*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Garnham, N.** (2005) “From Cultural to Creative Industries. An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom”. *International Journal of Cultural Policy*, Vol.11 (1) pp.15-29
- Getino, O.** (2007) *El Capital de la Cultura. Las industrias culturales en la Argentina*. Buenos Aires, Ciccus
- Hart, J. A.** (2004) *Technology, Television and Competition. The Politics of Digital TV*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Harvey, D.** (1998) *La condición de la posmodernidad*, Buenos Aires., Amorrortu editores.

- (2006) *Spaces of Global Capitalism. Towards a theory of uneven geographical development*. London, Verso.
- Huet, A.** et.al. (1978) *Capitalismo et industries culturelles*, Presses Univ. de Grenoble, Grenoble.
- Hugues, B.** “Suits” and “creatives”: managerial control, the expropriation of fun and the manufacture of consent” en Huws (2006-2007) pp. 76-88.
- Huws, U.** (2003) *The Making of a Cybertariat: Virtual Work in a Real World*. New York, Monthly Review Press.
- (2006-2007) “The spark in the engine: creative workers in a global economy” en *Work Organisation, Labour and Globalization*, Vol. 1 (1) Winter. London. Analytical Publications Ltd. pp. 1-12
- Jaggar, A.** (1983) *Feminist Politics and Human Nature*, Rowman and Allenheld, Brighton.
- Jowell, T.** (2004) *Government and the value of culture*. London, Dept. of Culture, Media and Sport, May.
- Katz, J.** (2006) *Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales. Una perspectiva Latinoamericana*, CEPAL, EuropeAid, Oficina de Cooperación, Julio.
- Landes, D.** (1969) *The Unbound Prometheus. Technological Change and Industrial Development in Western Europe from 1750 to the present*. London, Cambridge University Press.
- Lastres, H. & Albagli, S.** (Eds)(1999) *Informação e Globalização na Era do Conhesimento*, S.Paulo. Ed. Campus
- Lojkine, J.** (2002) *A Revolução Informacional*. 3 ed. São Paulo, Cortez Editora.
- Manning, S.** (2005) “Managing Project networks as dynamic organizational forms: Learning from the TV movie industry” en *International Journal of Project Management*, 23, pp.410-414.
- Marx, K.** (1991) *El Capital* (14 edición) México, Siglo XXI editores s.a. Tomo II/Vol.4
- Moulier Boutang Y.** (2004) “Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo” in Moulier-Boutang et.al. *Capitalismo Cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Madrid, Traficantes de Sueños, pp.107-128
- Nilsson, L.** (1995).”The Uddevalla Plant. Why did it succeed with a holistic approach and why did it come to an End?” en Sandberg. D. (Ed.) *Enriching Production*. Avebury, Aldershot pp. 75-86.
- (2002) “Basic concepts of the RPS Approach”. Paper presented at the National. Technical University of Rafaela, and at the Faculty of Social Sciences, University of Mar del Plata, during a lecture tour, Argentina, November.
- Noble, D.** (1979) *America by Design*. Oxford, Oxford University Press.
- Roldán, M.**(2000) *¿Globalización o Mundialización? Teoría y Práctica de Procesos Productivos y Asimetrías de Género. Una interpelación desde las realidades de la organización del trabajo en el apogeo y crisis de una industria nacional autopartista (1960-1990)*. Buenos Aires, Universidad Nacional de la Patagonia (SJB), Flacso, Eudeba.
- (2005a) “División internacional-informacional del trabajo, y configuraciones tempo-espaciales Explorando claves del desarrollo ausente argentino (1990s-2000s)”, en *Sociología del Trabajo*, nueva época, núm.53, invierno de 2004-2005, pp.91-117.
- (2005b) “From “Information” to “Knowledge” Societies? Argentina in the Context of Engendered Regional Globalization”, en Cecilia Ng y Swasti Mitter, editors, *Gender and the Digital Economy, Perspectives from the Developing World*, New Delhi; Sage Publications India, Pvt Ltd, pp.54-89.
- (2005c) “Exploring the New International Informational Division of Labour, Collisions” between Time-Space Configurations, and Engendered Work Organization. Reflections from Argentina.” in *Gender, Technology and Development*, 9 (3) pp. 319-346.
- (2006) “Information-Knowledge-based Development, Time-Space Configurations, and Engendered Work Organization. Exploring the New International Division of Labour and some implications for Vocational Education in Argentina (1990s-2000s)”, in Richard Daly y Liv Mjelde, eds. *Working knowledge in a globalizing world. From work to learning, from learning to work*. Berna, Peter Lang. pp. 313-348.
- (2007) “Desarrollo informacional generizado y organización del trabajo y del aprendizaje artístico teatral en el taller y en la escuela media (EGB3)” en *La Aljaba, segunda época, Revista de Estudios de la Mujer, Volumen XI, año 2007* Santa Rosa, Universidad Nacional de la Pampa. Miño y Dávila editores. pp 45-77

(2008) “Capitalismo Informacional, industrias de la comunicación y organización del trabajo en la producción de contenidos en la rama editorial. Reflexiones sobre su contribución al desarrollo en la Argentina 2000s” en Susana Sel (Comp.) *Imágenes, palabras e industrias de la Comunicación. Estudios sobre el capitalismo informacional contemporáneo*. Buenos Aires, La Tinta ediciones. pp.11-51.

(2009) “Work and Learning Organization Dynamics: A Missing Link in the Problematic of Informational Development? Reflections on “Artistic” Artisan Production in Argentina from 1993 to the Present en Markus Weil, Leena Koski & Liv Mjelde (eds) *Knowing Work The Social Relations of Working and Knowing*. Bern, Peter Lang, pp.165-184

Ross, A. “Nice if you can get it: the mercurial career of creative industries policies” en Huws (2006-2007) pp.13-30.

Rullani, E. (2004) “El capitalismo cognitivo. Un déjà- vu” en Moulner Boutang, Y. et.al, pp 99-106

Schiller, H. (1986) *Information and the Crisis Economy*. New York, Oxford University Press.

Smith, A. (1980) *The Geopolitics of Information, How Western Culture Dominates the World*, Oxford, Oxford Univ.Press.

Tavares, M.C. (2002) Prefacio de la primera edición del libro de Dantas (2002) reproducida en la segunda.

Virno, P. (2004) *Cuando el verbo se hace carne. Lenguaje y naturaleza humana*. Buenos Aires, Editorial Cactus & Tinta Limón Ediciones.

Windeler, A. & Sydow, J. (2001) “Project Networks and Changing Industry Practices__ Collaborative Content Production in the German Television Industry”, en *Organization Studies*, 22 (6), pp.1035-1060.
