



número 30 (segundo semestre 2014) - number 30 (second semester 2014)

Conflictos y problemáticas sociales

Revista THEOMAI / THEOMAI Journal

Estudios críticos sobre Sociedad y Desarrollo / Critical Studies about Society and Development

Issn: 1515-6443

149

Perforando subjetividades. La "industria" de los Call Center en el Chaco

Marcelo Graciosi¹

Introducción:

La propuesta metodológica de trabajo consistió en analizar las estrategias de gobierno para superar la desocupación estructural en la provincia. *El actual mandatario provincial propuso como meta al inicio de su gestión el despegue industrial.* El llamado parque industrial en la localidad de Puerto Tirol, es una de las principales formas que asume dicha reactivación. A este *polo industrial*, se pueden sumar una serie de fábricas en Resistencia, Barranqueras,

¹ Facultad de Humanidades - Universidad Nacional del Nordeste /Espacio Interdisciplinario de Investigación sobre Conflictos y Territorios - Universidad Nacional del Nordeste

Fontana, La Leonesa, Sáenz Peña y una vieja estructura fabril casi en desuso en Puerto Vilelas que se mantiene como depósito de grandes grupos que exportan soja y otros productos primarios.

La estrategia para promover la radicación de industrias fue generar una serie de incentivos industriales: exención de cargas patronales, instalación de agua y energía eléctrica, promoción impositiva, y también créditos *blandos*. La hipótesis corroborada parcialmente en los avances de investigación; es que la flexibilización laboral es un componente decisivo para que las empresas se instalen en los nuevos nodos industriales.

Fruto de este trabajo de investigación también pudimos dar cuenta de que en el polo industrial de Puerto Tirol, entre las viejas fábricas y las "*nuevas industrias*" la población obrera no superaba los 1500 obreros. Siendo la mayoría subsidiadas por el estado nacional a través del programa de recuperación del empleo industrial, y con salarios por fuera de convenio. Es decir, los obreros de Puerto Tirol distan de poseer las condiciones de trabajo deseables. En este sentido, pudimos registrar toda una gama de conflictos obreros de variada intensidad. Como también pudimos observar la existencia de empresas cuasifantasmas. Una primera síntesis de este trabajo arroja por otra parte, un fuerte proceso de transformación en los sujetos sociales, habiendo una masa crítica de trabajadores que se organizó por dentro y también por fuera de los sindicatos. En el presente ese estado de conflictividad en la localidad de Puerto Tirol se mantiene abierto.

En la actual investigación detenemos la mirada en la forma que asume la relación capital/trabajo en la denominada *industria de los Call Center en el Chaco*. En el marco de este impulso al desarrollo industrial, el gobierno provincial logró la radicación de las denominadas industria del call center en nuestra provincia. El crecimiento del empleo es este sector es notable respecto a de los obreros fabriles.

¿Que son los call Center?

En términos específicos, los *Call Centers* son empresas de servicios que contratan personas para realizar y recibir llamadas telefónicas relacionadas con atención al cliente, ventas, telemarketing, encuestas y en general todo aquello que los contratantes demanden. La variable tecnológica es ineludible para comprender la aparición y la fisonomía del sector.

La industria de los call Center responde a la deslocalización del capital en el marco de un mercado flexible que busca globalmente combinar bajos costos productivos, con la oferta de una fuerza de trabajo competente e hiperdisciplinada, todo ello además, en medio de un estado que facilita las condiciones de explotación de este segmento. Es común que grandes empresas mundiales subcontraten a otras empresas de países periféricos donde se contrata mano de obra barata. Se dan casos, incluso, en que la empresa subcontratada vuelve a subcontratar constituyendo así una mayor vulneración de las condiciones de trabajo y un aumento de la plusvalía absoluta y relativa.

En este tipo de actividad productiva la tecnología responde a un tipo específico de demanda que requiere el capitalismo flexible (Landa y Marengo, 2012: 72). En la re-diagramación del mapa mundial capitalista, los Call Center logran enormes tasas de ganancia explotando a los jóvenes fueron expulsados del mercado laboral en los 90 (Oitman, Lisdero y Marengo, 2010: 3).

En consecuencia, las nuevas tecnologías de información han ampliado el espectro de posibilidades de circulación del capital a niveles inimaginados. Su desarrollo, en primer lugar, ha posibilitado una explotación mundializada de la mano de obra sin las complicaciones que

trae aparejada la cohabitación espacial del capital y del trabajo. En segundo lugar, la internacionalización del capital expande a lo largo de las fronteras sus redes de producción y gestión, estrechando los vínculos productivos entre diferentes economías “en tiempo real”.

En esta economía política de los cuerpos se produce una circulación unilateral de energía desde las regiones periféricas liberalizadas, laboralmente desprotegidas y devaluadas, hacia las economías centrales que reciben esas energías corporales ya procesadas por el sistema productivo en forma de bienes de servicios, bienes de capital, de consumo y regalías financieras (Landa y Marengo, 2012: 72-73).

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

El florecimiento de los call center en Argentina

¿Cuáles son las condiciones objetivas para la radicación de los call center en Argentina? Una situación estructural que debemos tener en cuenta para analizar la presencia creciente de la industria de los call center, es disolución de cordones fabriles de los años sesenta y setenta, que luego fueron acompañados por el cierre de las grandes empresas estatales. Para fines de los noventa, con la enorme desregulación del mercado, el sector servicios fue quien generó empleo privado bajo condiciones hiperflexibilizadas. En este contexto, las grandes ciudades fueron el ámbito propio para la radicación de los Call Center, dado que albergaban *ejércitos industriales de reserva y masas marginales*².

En la Argentina hace unos 10 años que los call center han comenzado a instalarse, desde entonces han tenido un crecimiento vertiginoso, dadas las condiciones que ofrece nuestro país: costos laborales baratos para empresas internacionales que tienen como capitales de inversión monedas extranjeras (euro o dólar), que por lo general facturan en dólares, mientras pagan sueldos en pesos. (Las principales empresas del rubro son Atento, Teletech, Action Line, Teleperformance, Apex América y Telecom). Para cualquiera de ellas el costo de un operario en España es casi 7 veces más caro que en Argentina (Del Bono y Bulloni, 2008: 3). Estas empresas por lo general tercerizan, subcontratando empresas locales que prestan el servicio que ellos solicitan; atención a clientes y ventas para marcas líderes internacionales que apuestan a la teleatención para reducir costos. La cadena de tercerización en ocasiones se extiende a una tercera empresa, denominadas vulgarmente Call center de garage, oficinas mucho más chicas que se hacen cargo de las condiciones de contratación de personal.

Los costos salariales de la Argentina son incluso más ventajosos que la de otros países latinos como Chile o México. Estas condiciones favorables para estas empresas off shore son promocionadas incluso por organismos estatales que destacan la oferta de recursos humanos de alta calidad a costos comparativamente beneficiosos.³

² Excedente de trabajadores no absorbibles por las fuerzas directrices de la economía capitalista (Nun, 2000: 87-88)

³ La promoción de la Argentina como sede para empresas de call center y contact center, se puede ver en un documento publicado por la Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones (PROPEAR), que tiene por objeto la captación de capitales internacionales. Dicho documento responde plenamente a los criterios de management empresarial. Documento disponible en URL:
<http://www.ideared.org/ideajoven/EstrategiaCompetitivaenArgentina.pdf>

En el caso particular de la provincia del Chaco, la combinación es aun más que fructífera para la radicación de empresas de servicios de este tipo, dado que existe una altísima concentración de población urbana, pensemos que alrededor de un 40 % de la población se concentra en el Gran Resistencia, y muchos de los jóvenes que forman parte de esta población están desocupados y califican por su formación para ser teleoperadores.

La modalidad operativa de los Call Center

Algunos autores consideran que hay 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. Otro tipo de clasificación distingue 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 (Del Bono y Bulloni, 2008: 3).

Más allá de que un Call Center sea taylorista y apunte a la atención masiva de llamadas (Inbound), el operador debe lograr la conformidad del cliente, sea cual fuere el objeto de la llamada. En estos casos existe una tensión entre la necesidad de atender la mayor cantidad de llamadas (por las cuales les pagan premios), y la necesidad de no pasar a otro cliente antes de cumplir protocolos (por ejemplo tiempo de la llamada). En el caso de que se apunte a una estrategia de atención personalizada, el objetivo de la atención al cliente es vender un servicio o un producto, la duración de la llamada es flexible en este caso y el eje central es promover la venta. Los Call Center varían notoriamente cuando pasamos de los casos de Inbound, (cuando llama el interesado a la empresa), a los casos donde el teleoperador tiene que intentar efectuar una venta realizando llamadas. Las condiciones de trabajo se vuelven más duras en el caso de este tipo de Call center donde se busca realizar ventas por convencimiento (telemarketing outbound).

La explotación de la fuerza de trabajo en los Call Center es diferente a las típicas industrias fordistas, donde un obrero realizaba esfuerzos físicos repetitivos frente a una línea de montaje, en el que la intensidad física del esfuerzo corporal podía medirse en productos. No se trata ya de un trabajo mecánico, ni de la creación material de objetos. Se trata de un esfuerzo intelectual que desgasta el cuerpo y la mente. Los Call center sin duda constituye nuevas interrelaciones entre el trabajo y el cuerpo en el marco de un capitalismo flexible. El cuerpo del teleoperante dista considerablemente del *intellect informacional* que auguraban las lecturas optimistas del post-industrialismo. No estamos frente al desarrollo de intelectuales creativos, ni frente a la desregulación del trabajo del valle del Silicon. La tarea del teleoperador presenta evidentes continuidades y discontinuidades con el círculo del fordismo. El teleoperador se constituye como una instancia mediadora entre la voz anónima de un cliente demandante y un sistema informático de respuestas tipificadas que la empresa precodifica ante el repertorio de posibles reclamos del usuario.

Los trabajadores de los Call center, al igual que todo sujeto que vende su fuerza de trabajo, se inscribe en una dinámica en la que el trabajo es la instancia y el lugar (locus) en el que se compromete la propiedad de los cuerpos para producir valores sociales. La pregunta es ¿qué tipo de intensidad corporal producen los teleoperadores?, ¿cómo se insertan en la red que permite acumular beneficios a capitales desanclados de un territorio fijo? (Landa y Marengo, 2012: 70-71). En principio y como ya dijimos, la sustracción de energías que realiza una empresa de call center sobre sus empleados no pasa por un esfuerzo físico repetitivo,

sino en todo caso por tareas mentales repetitivas que suponen cierto proceso de anquilosamiento corporal.

Las industrias de los Call Center tienen a favor una enorme oferta de mano de obra desocupada que puede incorporarse sin poseer mayores cualidades. Son trabajadores genéricos que pueden ser rápidamente reemplazados por otros. Estos cuerpos para incorporarse activamente a la cadena productiva de los Call Centers solo requieren atravesar un breve proceso de capacitación que funciona como mera "afinación" según la especificidad de cada sistema, empresa o cliente. Así es como el contexto social los presenta prefabricados, listos para ser consumidos (Landa y Marengo, 2012: 76).

Perforando subjetividades, acumular ganancias reducir energías

El cuerpo del teleoperador se presenta como un cuerpo desechable para esta lógica desterritorializada de los capitales flexibles. Ser teleoperador en dicho contexto es una carrera contra el tiempo, la noción de "*vida útil*" es una categoría que surge de los propios actores para dar cuenta de la creencia de que un teleoperador no dura más de dos años en el cargo (Landa y Marengo, 2012: 76-77).

El teleoperador, más que resolver problemas, es un atractor de malestares. Se le paga para ser la membrana sensible que separa a la empresa de los usuarios. Tiene que evitar que las innumerables fallas, desperfectos y fraudes no rompan el vínculo entre consumidor y empresa. Es la terminal nerviosa de un organismo a la defensiva. Ese obrero lingüístico opera bajo un código estricto, sabe con precisión lo -poco- que se puede decir y lo -mucho- que no se puede hablar.

Son dos las capacidades que las empresas exigen y que los teleoperadores desarrollan a partir de toda una transformación subjetiva: la "resistencia" y la cualidad de "persuadir". La persuasión es sumamente importante porque está ligada al tiempo de llamada, es decir a la productividad, mientras más rápido logre satisfacer un reclamo o vender un producto, más rápidamente podrá volver a estar en línea, *disponible*, de ello dependen sus *premios como sus castigos*.

Por lo tanto, cualquier factor que afecte la función "tiempo por llamada" compromete los márgenes de productividad y rentabilidad de la empresa. Es común identificar a dos variables que alteran dicha función: "agotamiento" y "habitación". Cada uno conlleva mecanismos y efectos particulares. El cuerpo agotado es lento, irritable, y reactivo, por lo tanto improductivo y políticamente peligroso. La empresa implementa mecanismos para administrar la fatiga al límite. Las pausas, las tablas de ausentismo, los incentivos, e inclusive el esparcimiento formal e informal, una sonrisa, un cumplido o una palmada en la espalda se constituyen como herramientas de precisión puntillosa para regular y gestionar el deshacerse de estos cuerpos. El caso de la "habitación" es distinto. Un cuerpo habituado, también puede ser improductivo, pero no necesariamente. La habituación según la entiende el conductismo, se presenta como la desaparición o la disminución de reacción frente a la repetida y regular presencia de un determinado estímulo. Por lo tanto, si dicha habituación se da en torno a la variable "insultos del cliente" por ejemplo, ella se constituye en una propiedad corporal provechosa para la dinámica productiva (Landa y Marengo, 2012: 78).

Cuando el cuerpo de los teleoperadores ha entrado en una etapa de declive productivo, es cuando entran en escena los dispositivos de regulación de las energías, *los mecanismos de control* fundamentalmente la figura del líder/supervisor. En líder o supervisor se condensan dos funciones estrechamente vinculadas. En su función de supervisor actualiza

el modelo disciplinar panóptico: es quién vigila y castiga de acuerdo a los parámetros de lo norma/anormal, prohibido/permitido/obligatorio que determine el universo ético-normativo de la empresa. También es responsable de identificar, expulsar o neutralizar los factores contaminantes que alteren el armónico clima laboral deseado. En cuanto a la función de líder despliegan una serie de estrategias destinadas a estimular el trabajo por medio de premios y el sentimiento de pertenencia al grupo (Landa y Marengo, 2012: 79).

El trabajo en los call center termina derivando en una situación de creciente angustia, donde los operadores sienten que deben mejorar su rendimiento para sobrellevar la presión externa e interna. Tener el cerebro quemado es la expresión que utilizan los empleados del call center para expresar el agobio de tener que responder a los “controles de calidad” de la empresa

Sentir que te taladran la cabeza es sentir que cuando salís de ahí no servís para nada, estás tan agotada que no podés pensar con claridad y no tenes ganas de hacer nada. Luego comencé a investigar y pude ver que esto se da porque en un lapso de tiempo determinado el cerebro recibe información de casi todos los canales sensitivos que un humano tiene a su disposición para conectarse con el mundo. El cerebro, entonces, debe procesar la información que recibe al mismo tiempo de lo táctil, lo visual, lo auditivo, todo a contrarreloj y bajo presión. Esta situación se da específicamente durante la llamada, porque además de escuchar con el oído que tiene el headset los reclamos de los clientes ofuscados, con el oído que tenemos libre soportamos los gritos que nos dirigen (Colectivo Situaciones, 2006: 66)

Todo el cuadro laboral constituye un escenario de reducción de las energías que poco a poco te conduce a un embotamiento emocional que no permite continuar. Tener el cerebro quemado es traducido como el síndrome de "burn out" creado por Herbert Freudenberger haciendo una metáfora con los restos de un edificio consumido por un incendio.⁴ En el caso de los Call Centers es normal que condiciones como el tiempo de conexión, la duración de la llamada, el tiempo de que se dispone para ir al baño, la constante sensación de estar siendo grabado y escuchado, etc. generen altas presiones en los trabajadores, quienes muchas veces terminan sufriendo problemas como el estrés crónico, la ansiedad generalizada, el agotamiento emocional, el cansancio extremo, y hasta cuadros depresivos graves que requieren tratamientos psicológicos y medicación. Además, es *normal* que los trabajadores sometidos a este tipo de condiciones padezcan trastornos del sueño, tensión muscular, úlceras y desórdenes gástricos. La característica principal de esta enfermedad es que la persona que la sufre pierde las particularidades que definen su personalidad, es decir, que una persona que se caracterizaba por su entusiasmo y alegría a la hora de ir a trabajar se convierte en un ser apático y sin vitalidad. Existe un sentimiento muy acentuado de baja realización personal. La profunda fatiga y frustración son también rasgos característicos del síndrome del “Burn Out”.

La perforación subjetiva está ligada también a la ausencia de capacidad para dar una colectiva a la situación que viven los trabajadores de los call center.

Formas de resistencia frente a la perforación subjetiva

Si bien muchos de los jóvenes que se incorporaron al mundo de los call center en nuestro país, tomaban a este trabajo como un empleo transitorio, part time, “una ayuda a su

⁴Cf. *Mi salud Primero*. Blog de Trabajadores del call center de Aerolíneas Argentinas. Disponible en URL: <http://misaludprimero.blogspot.com.ar/2007/12/la-enfermedad-de-los-call-centers-el.html>

economía”, la realidad cotidiana término por modificar sus perspectivas. La mayor parte de los operarios de los call center son jóvenes menores de 30 años, muchos ellos buscan ingresos para financiar sus estudios, o un trabajo que no ocupe todo el día para poder atender a su familia. Sin embargo, el trabajo en los *call* término por ser mucho más desgastante de lo inicialmente previsto, la presión psicológica de estar siempre *logueado* acompaña al sujeto fuera del ámbito exclusivo de la oficina. Al desgaste emocional se suma una lectura crítica respecto a las retribuciones, las dificultades para alcanzar los premios, los descuentos por no cumplir con los controles de calidad. El dialogo sobre estas condiciones surge de manera lenta.

Una de las primeras luchas documentadas de trabajadores de call center, es la que tuvo lugar en las oficinas de Atento en Buenos Aires en el año 2005. El *Colectivo Situaciones* registró dicho proceso en el libro *¿Quién habla?* (Colectivo Situaciones, 2006: 66). Allí se recogen múltiples testimonios donde los operarios cuentan cómo fueron dando diferentes pasos organizativos. El punto de inflexión, en el caso de Atento fue la intervención del gremio FOETRA de los telefónicos, que exigía a la empresa el encuadramiento de los operarios del call center atento como trabajadores telefónicos, si bien la empresa rechazo de plano la irrupción del gremio en la empresa, la protesta que llevaron a cabo contra la empresa los telefónicos de Foetra fue un punto de quiebre.

ATENTO Argentina S.A. no es una empresa privada cualquiera: es el call center de Telefónica de Argentina S.A. (TASA). Forma parte del grupo Telefónica, como tantas otras empresas: Speedy, Movistar, Telefé. El salario de un empleado de call center está fijado por la ley de empleados de comercio, más la reducción por trabajar solo 6 horas. 96% de los clientes de Atento son empresas del Grupo Telefónica. Foetra presento un recurso ante el Ministerio de Trabajo de la Nación solicitando el reencuandramiento de los operarios y aduciendo fraude, (por que los trabajadores hacían una actividad diferente a la que establecía su contrato laboral). La empresa impugno el fallo de la dirección de trabajo, entonces FOETRA recurrió a la justicia y nuevamente tuvo un fallo favorable, la empresa apello el fallo a fines del 2005 y comenzó a vaciar de trabajo la planta de Barracas trasladando todas las llamadas a la filial de Córdoba y a hostigar a los activistas. Controles a los operarios, despidos, separación del sector de los más combativos y los sumisos, fueron algunas de las muchas medidas que llevo a cabo la empresa para frenar el reclamo de los trabajadores (Colectivo Situaciones, 2006: 175-178. A la lucha de Atento siguieron muchas otras en todo el país, desnudando los mecanismos de opresión que se repiten en los call center y en algunos casos poniendo al descubierto la connivencia política que permite condiciones deplorables como es el caso de los call center de garaje.

Otras formas de resistencia a la explotación de los call center se dieron a través de organizaciones que surgieron de forma virtual, como el caso de “Teleperforados”, una organización que se agrupo en torno a un blog desde el cual delinea toda una serie de estrategias que apuntaban a los teleoperadores que denunciaban las condiciones insalubres de trabajo. Exigiendo a su vez ser reconocidos como trabajadores telefónicos. Otras experiencias organizativas similares a la de teleperforados se suman luego al escenario de luchas que tienen los operarios de los call center.

Un proyecto de ley que data del año 2007, iniciativa del Diputado Miguel Bonnaso plantea la necesidad de encuadrar a los teleoperadores como telefónicos, regulando a su vez la horas y el ritmo de trabajo, la insalubridad, los descansos, las condiciones generales de trabajo y el tipo de francos, entre otros, esta iniciativa parlamentaria ha caído debido al lobby empresarial.

Condiciones de acumulación para la radicación de los Call Center en el Chaco

La fuerte presencia de empresas de Call Center en el Chaco obedece entre otros factores a un régimen especial propiciado por el estado provincial para que dichas empresas se localicen en nuestra provincia.

A partir del objetivo de crear *empleo joven*, el Ministerio de Economía, Industria y Empleo puso en marcha una serie de políticas de promoción para posibilitar la instalación de estas empresas en la provincia, y generar así mayores oportunidades laborales para la franja de trabajadores de entre 18 y 30 años⁵.

¿Cuáles son los factores que inciden para que los empresarios de este sector en medio de una economía hiperglobalizada elijan el Chaco para localizarse? El gobierno ofrece una serie de incentivos: régimen exenciones impositivas, subsidios a la mano de obra, servicios de selección y capacitación de la mano de obra. Otro de los beneficios que la gestión Capitanich ofrece a los empresarios es el acceso a una mano de obra calificada y sedienta de empleo que aceptaría las condiciones propuestas de trabajo sin mayores objeciones. Son aproximadamente unos 45.000 los jóvenes que buscan un empleo mientras realizan estudios terciarios o universitarios, ellos son la fuerza de trabajo que estos capitales requieren⁶.

En el año 2008 se sancionó la ley 6.209 que establece un régimen de promoción para las empresas de Call Center. En conjunto con los decretos N° 3.987/08 y 1.058/10 prevén exenciones en el pago de los impuestos provinciales y subsidios por la contratación de empleo joven⁷. Las empresas comprendidas en la ley 6.209 están eximidas del pago de los impuestos a los ingresos brutos y sellos en un 100% durante los primeros cuatro años. Los incentivos del gobierno también contemplan aportes directo para el pago de la mano de obra. El artículo 1° del decreto 1.058/10 establece que las empresas de Call Center recibirán una compensación por la contratación de mano de obra tendiente a incentivar el empleo joven y la capacitación. La misma equivale a un porcentaje de la remuneración total del personal, no directivo y no gerencial, de entre 18 y hasta 30 años de edad, que dichas empresas contraten en la Provincia, durante los cuatro primeros años, contados desde el inicio de las operaciones de las empresas en el Chaco. A continuación detallamos el aporte del estado a la sustentabilidad salarial de la empresa:

Tramo	Puestos de trabajo	1° año de trabajo del empleado	2° al 4° año de trabajo del empleado
A	Hasta 30	15%	5%
B	Más de 30	30%	20%

Si la empresa efectúa una contratación mayor a los 30 empleados el monto de aporte del estado provincial al salario supera llega al 30%. Cabe mencionar que la totalidad de las empresas poseen un número mayor a los 30 empleados.

Según datos de agencia de empleo de la provincia del Chaco, existen cuatro call center en la ciudad de Resistencia, Apex, Allus, Atento, y uno de menor tamaño call conect.

⁵ Fuente: Portal digital del Ministerio de Economía, industria y empleo. Disponible en URL: http://economia.chaco.gov.ar/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=143

⁶ *Ibíd.*

⁷ *Ibíd.*

Cuadro sobre las empresas de Call Center en el Chaco⁸

Empresas	Apex	Allus	Atento	Call Connect
Cantidad de trabajadores	1.000	1000	1.200	
Salario Promedio	3.200\$	3.500\$		200
Horas de trabajo	6 horas	6 horas	6 horas.	5 horas
Capacitación	Si	Si	Si	Si
Periodo de prueba tres meses	Si	Si	Si	Si
Contratos temporales	No	No	No	No
Pagan premios por productividad	Si	Si	Si	Si
Conflictos por despidos	No	Si	No	No
Denuncias públicas de abuso	No	No	No	Si
Contraturnos para llegar a metas	Si	Si	Si	Si
Exigen métricas de atención	Si	Si	Si	Si
Conflictos salariales	No	No	No	No
Representación gremial	No	No	No	No
Conformidad de los empleados con La empresa	90%	90%	85%	60 %

El cuadro nos arroja ciertas similitudes entre la realidad de los trabajadores de call center del Chaco y del resto del país: condiciones de contratación, periodo de pruebas, salario, convenio, formas organizativas de trabajo, etc. El cuadro también presenta diferencias, de las entrevistas se concluye que los trabajadores de Call Center en el Chaco, no poseen una visión crítica respecto a sus condiciones generales de trabajo, la mayoría dijo no tener mayores afecciones. Solo al avanzar con la entrevista y en medio de un dialogo más distendido surgían casos de jóvenes que padecían algún tipo de malestar por la tarea. Los entrevistados siempre referían que el hostigamiento laboral, las situaciones de abuso eran parte de otras empresas, no de aquella en la que ellos trabajan. Lo llamativo es que todos dicen eso de las otras nadie de la propia empresa, en este sentido una de las mayores dificultades eran la desconfianza de los entrevistados porque no había ningún tipo de confianza con el entrevistador, por lo tanto había una respuesta uniforme, casi estandarizada, pese a que la mayoría de ellas fueron entrevistas individuales. En los casos donde había algún tipo de confianza por existir un vinculo entre el entrevistador y el entrevistado también las respuestas fueron bastantes formales, señalando que en el trabajo no se observaban síntomas de stress psicológico o abuso. En muy pocos casos en que los entrevistados tenían un cierto grado de confianza en la entrevista explicitaron que el trabajo era claramente insalubre y reconocieron la existencia de situaciones de maltrato y clara presión psicológica para que los empleados alcancen determinadas métricas.

Por lo general cuando hablábamos de la exigencia de cumplimiento, de los mecanismos de control, la mayoría hablaba de un buen clima, y comentaban que esa situación de maltrato pasaba en las otras empresas. Una de las comentadas era Kalbo SRL, como empresa donde había hostigamiento laboral. Pudimos observar que con respecto a esta empresa salieron una serie de denuncias en el Blog de Canal 9 donde los mismos empleados comentaban situaciones de maltrato. Por otra parte, cuando se menciona el despido de más de 100 empleados de la empresa Allus, la mayoría explico que eso había sucedido por que se *cayó un cliente*, y eso era

⁸ Datos de Abril del 2013 en base a testimonio de trabajadores y la Agencia de Empleo.

algo que puede pasar, es normal. El Subsecretario de Empleo de la provincia Dario Kholi, al ser entrevistado sobre los despidos del call center Allus, dijo que eran *flujos comerciales*⁹, que el problema para la empresa eran los altos costos salariales en la Argentina, pero que la empresa hasta diciembre seguía firme con el resto de los empleados. A su vez los empleados de Allus consideran que la empresa simplemente puede absorber todo la demanda de llamadas en las centrales de Mendoza o Córdoba, son conscientes en cierta medida de la volatilidad del capital y la productividad del mismo.

Conclusión

En la ciudad de Resistencia, los empleados de Call Center no poseen formas organizativas de negociación gremial, tampoco se han producido movilizaciones callejeras o movilizaciones públicas donde los cuerpos de los trabajadores expongan colectivamente demandas. Si se produjeron denuncias a través de medios periodísticos de maltrato y por despidos.

Este escenario de baja participación en la lucha por los derechos a nuestro juicio se debe a una serie de factores:

_Las empresas chaqueñas de Call Center son visibilizadas desde la gestión gubernamental como un *logro* para la generación de empleo joven y el mejoramiento de la calidad de vida. Esta *lectura* es eficaz en una enorme masa marginal de jóvenes que viven en situación de pobreza.

_La enorme mayoría de jóvenes que trabajan en este empresa provienen de sectores desocupados o de empleos aun mas mal pagos, por lo que ven como una enorme superación trabajar en un Call antes que atender un kiosco, ser cadete de mensajería, remis, etc.

_Las empresas de Call Center constituyen para estos jóvenes no solo el ingreso al mercado laboral, también el acceso a un nuevo status social. De este modo los *Call Center* constituye capital simbólico. Expresa la superación de su propia realidad social a partir de la pertenencia a una empresa cuyo edificio y nombre son de primer mundo, el box propio, el mismo trabajador con que se asume y se identifica, el nombre del grupo y de su jefe, *Team Lider*, todas estas relaciones sociales disimulan y encubren la relación social de producción donde el cuerpo de los teleoperadores es saturado por un salario de pobreza subsidiado por el mismo estado.

_Es probable que el hecho de que los call center sean una *novedad* en nuestro territorio incide en que todavía no sean generado escenario de conflictividad entre obreros y patronal.

_Por otra parte, también es probable que la mayoría de los operadores de los Call de Resistencia todavía estén en una etapa de identificación positiva con la empresa, incluso tengan depositada una carga afectiva positiva. Las conversaciones en grupo, las salidas, los premios y bonificaciones, el contacto ameno con el líder, etc.

Es plausible que desgaste psicofísico de los operadores del call center en el Chaco se producirá a mediano plazo tienda a generar un grado de movilidad en torno a las condiciones de trabajo, aunque la alta rotación de trabajadores en las empresas y el escaso contacto con la *cuestión gremial* obstaculicen una faceta organizativa. La captación de jóvenes de entre 18 y 25 años de edad para que hagan su primera experiencia laboral, actúa también como una especie de mecanismo de defensa para que los trabajadores no depositen mayores expectativas en dichos empleos.

La indefensión general de los jóvenes respecto su futuro laboral es una de las principales causas para que cualquier crítica a las condiciones de trabajo sea limitada, incluso

⁹ 24Sieteinfo. Portal Informativo. 12/10/2013

la legislación laboral puede llegar a ser considerada riesgosa por parte de los mismos trabajadores. En este sentido la investigación actual comprobó que los jóvenes entrevistados no son conscientes de los proyectos de ley que buscan regular sus condiciones de trabajo. La presente investigación busca ser un aporte para mejorar dichas condiciones a partir de un proceso de conocimiento y debate sobre el tema.

Bibliografía:

- COLECTIVO SITUACIONES. **¿Quién habla?** Buenos Aires, Tinta Limón, 2006.
- Foucault, Michel. "Verdad y Poder", en **Microfísica del poder**. Madrid, La Piqueta, 1992.
- DEL BONO, Andrea y BULLONI, María Noel. "Experiencias laborales juveniles. Los agentes telefónicos de call centers offshore en Argentina", en **Revista Trabajo y Sociedad**, Santiago del Estero, otoño 2008, N° 10.
- Harvey, David. **La condición de la postmodernidad**. Buenos Aires, Amorrourtu, 1999.
- Landa, M. Marengo, L. "La digestión de las energías en los Call Center; entre cuerpos deshechos y performances del liderazgo", en **Revista Trabajo y Sociedad**, Santiago del Estero, enero/julio del 2012, N° 18.
- Oitman, S., Lisdero, P. y Marengo, L. (comp.) **La llamada... El trabajo y los trabajadores de Call Centers en Córdoba**. Córdoba, Universitas, 2010.
- Nun, José. **Marginalidad y exclusión social**. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2000.
- Zizek, Slavoj. **Ideología. Un mapa de la cuestión**. Buenos Aires, Fondo de Cultura Eco