

“Trabajar jugando”: la institucionalización del ocio como práctica empresaria en la industria del software

Denise Kreпки¹

Resumen

Los debates en torno al “capitalismo electrónico- informático” (Lins Ribeiro, 2017), al “capitalismo cognitivo” (Vercellone, 2011), “capitalismo digital” (Schiller, 2000) demuestran que estamos frente a un escenario actual en el cual la tecnología de la información y la comunicación asume un rol fundamental en el desarrollo económico, político y cultural de la sociedad. La pregunta que se suscita de esos debates en torno a la caracterización de esta nueva fase de desarrollo, es cómo esos enfoques teórico-conceptuales se traducen en espacios de trabajo concretos. Es decir, analizar que formas asume la valorización del conocimiento y del trabajo intelectual en el sector de desarrollo de software para poder desentramar la naturaleza del trabajo contemporáneo.

Para esto, tomaremos como caso de estudio a una empresa multinacional argentina, en donde la construcción de una cultura empresaria es fundamental, según la retórica empresaria, para formatear un nuevo paradigma de trabajo flexible, divertido, creativo e innovador. Analizaremos, por tanto, los dispositivos corporativos de los que se vale la empresa para construir un *ethos* del trabajo como juego y como son percibidos por los mismos sujetos en los espacios de trabajo.

Palabras clave: industria del software; espacio de trabajo; ocio; cultura empresaria; trabajo.

“Work playing”: the institutionalization of leisure as a business practice in the software industry.

Abstract

The debates about “electronic-computer capitalism” (Lins Ribeiro, 2017), “cognitive capitalism” (Vercellone, 2011), “digital capitalism” (Schiller, 2000) show that we are facing a current scenario in which the information and communication technology assumes a fundamental role in the economic, political and cultural development of society. The question that arises from these debates around the characterization of this new phase of development, is how these theoretical-conceptual approaches translate into real workspaces. That is to say, to analyze which forms assumes the valuation of knowledge and intellectual work in the software development sector to be able to unravel the nature of contemporary work.

For this, we will take as a case study a multinational Argentinian company, where the construction of an entrepreneurial culture is essential, according to business rhetoric, to format the idea of a new paradigm of flexible, fun, creative and innovative work. We will analyze, therefore, the corporate devices that the company uses to build a work ethos as a game and how they are perceived by the same workers in the workspaces.

Keywords: software industry; work space; leisure; business culture; work.

¹ Universidad de Buenos Aires/CONICET. Correo electrónico: dkrepki@gmail.com



Introducción

Desde la crisis del capitalismo industrial en la década de 1970, estamos transitando una nueva fase de desarrollo de las relaciones capital-trabajo, que, si bien adquiere diversas denominaciones y caracterizaciones, existe un consenso teórico en asumir que dicha fase comprende un paradigma de organización del trabajo que, en principio, admite modificaciones en los procesos y las prácticas. Ante todo, existe una re configuración en la relación entre concepción y ejecución y, por tanto, en la relación entre el contenido intelectual del trabajo y su ejecución manual. El trabajo manual tiende a ser desarrollado por máquinas dirigidas automáticamente y el trabajo innovador, el que realmente produce valor, es el trabajo mental (Berardi, 2003). Así, la extracción de ganancias basadas en el conocimiento y en la innovación se convirtió en el factor central de la acumulación (Moulier-Boutang, 2010) en los últimos años. La actividad cognitiva siempre ha estado en la base de toda producción humana, hasta de la más mecánica. Pero, en la actualidad, la capacidad cognitiva se ha vuelto el principal recurso productivo. En el trabajo industrial, la mente era puesta en marcha como automatismo repetitivo, como soporte fisiológico del movimiento muscular. Hoy la mente se encuentra en el trabajo como innovación, como lenguaje y como relación comunicativa. (Berardi, 2003). Esto no implica que un sistema de organización del trabajo venga a suplantar a otro mecánicamente, fase industrial por fase cognitiva. Si no, que supone pensar en la relación entre saber y trabajo como dinámica y acumulativa y en la cual, el rol asumido por el saber pareciera en la actualidad escapar a las intenciones siempre presentes del capital de negar y acotar la centralidad del trabajo en el proceso productivo (Zángaro, 2013). Existe, en el capitalismo contemporáneo una afirmación de una nueva preponderancia cualitativa de los conocimientos vivos frente a los saberes formalizados incorporados al capital y a la organización de las empresas (Vercellone, 2016). Incluso, el autor anteriormente mencionado, refuerza esta idea a partir de pensar una nueva división internacional del trabajo, para dar cuenta de cómo la complementariedad de distintos bloques de saberes homogéneos en la tradición industrial taylorista se ve modificada en el capitalismo cognitivo.

Ahora bien, así como el componente tecnológico es transversal a todas las industrias y la mediación tecnológica circula en las cadenas productivas que podríamos denominar como “tradicionales” o características de una fase industrial de organización del trabajo, la mercantilización del conocimiento y de la ciencia de datos, se han convertido en fundamentales e incluso parte de las mismas. La utilización de datos generados a través de plataformas, por ejemplo, es un insumo indiscutible en esta era para el desarrollo y sofisticación de determinados productos y servicios “a la carta”. La “economía de carnada” (Lins Ribeiro, 2017), y la noción de “falsos dones” (Reygadas, 2017) supone que miles de millones de personas que usan estos sistemas con la falsa idea de la gratuidad y sofisticación de los servicios, son los mayores activos de las

“Trabajar jugando”: la institucionalización del ocio como práctica empresaria en la industria del software

empresas y ese mismo flujo de información es utilizado para ajustar los bienes de consumo y los servicios que quieren vender.

Con lo cual, entendemos que, desde los estudios del trabajo, considerar a la mediación tecnológica es imprescindible para entender de manera holística cómo las relaciones se resignifican a partir de otros tipos de interacciones. El celular como el dispositivo que ofrece una asistencia hiper individualizada a cada usuario, es fundamental a la hora de pensar el desenvolvimiento de dinámicas laborales. Desde grupos de WhatsApp corporativos, vínculos laborales y extra laborales a través de redes sociales, hasta sistemas creados por las propias empresas para controlar los flujos productivos de forma *on line*.

Particularmente, en empresas dedicadas al rubro tecnológico, la valorización del conocimiento asume un rol central ypreciado por estas compañías. Dadas las características del proceso productivo, donde la creatividad es el motor, no es posible aplicar las viejas recetas de gerenciamiento rígidas e inflexibles. En tal sentido, se despliega toda una estrategia empresarial orientada a producir y reproducir una fuerza de trabajo acorde con los intereses de la producción (Palermo, 2018). El discurso y las prácticas agenciadas por las empresas van a confluír en la construcción de un modelo de trabajador flexible, culturalmente joven, a gusto y cómodo con el lugar que ocupa en el espacio corporativo. Una búsqueda constante por legitimar y promover a la empresa como el mejor lugar para trabajar. La reformulación de un trabajo ligado a lo lúdico, a la innovación, incluso la apelación a la “diversión” como valor corporativo pareciera que busca interpelar a la fuerza de trabajo a formar parte más que de una relación laboral, de una comunidad de trabajo. En este sentido, la política empresaria entiende que la administración del trabajo intelectual supone nuevas formas de organización del trabajo. La disposición de los espacios físicos de trabajo, la ambientación de los mismos buscando el máximo confort posible, son pensados desde la política empresaria con el afán de generar una atmósfera laboral de flexibilidad en apariencia ilimitada. Situando a estos/as trabajadores/as en ese ambiente de trabajo *googleizado* -donde prima una ficción de autonomía, de juventud eterna con una construcción del espacio de trabajo como asimilable a las comodidades del hogar-, nos interesa reconstruir a partir de los relatos de los mismos sujetos, su proceso de trabajo y analizar qué características particulares encuentran en una industria donde el trabajo intelectual es el insumo principal y el motor productivo. Para eso, retomaremos los aportes de la antropología del trabajo en relación a la categoría de hegemonía empresaria que define ese carácter pedagógico de las políticas empresarias orientadas a producir y reproducir una fuerza de trabajo capaz de ser utilizada a partir de las especificidades del proceso de producción. Es decir, el carácter pedagógico de la hegemonía articulado con la necesidad corporativa de transmitir los principios legitimadores que enmascaran los propósitos que persigue el capital.

Para el presente artículo nos hemos centrado en una aproximación cualitativa sobre un trabajo de investigación que aún continúa. Realizamos trabajo de campo en los años 2018 y 2019 en las oficinas de la empresa de venta de

servicios informáticos, Globant², de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Hemos realizado entrevistas en profundidad -individual y grupal- a trabajadores/as de distintas jerarquías, programadores y desarrolladores y al mismo tiempo hemos realizado un proceso de trabajo de campo en las redes sociales donde, en gran medida, los trabajadores/as de Globant encuentran espacios virtuales de expresión y debates entre ellos.

Presentaremos, en primer lugar, a la empresa tecnológica en cuestión para poder dar cuenta de su estructura y enmarcar el análisis. Luego, nos adentraremos en el análisis y descripción de la oficina como espacio de trabajo y de ocio en simultáneo, retomando las apreciaciones y justificaciones que de esa construcción hace la política empresaria para consolidar la idea del trabajo como juego consiguiendo que, en definitiva, se construya como *ethos*³. Luego, trataremos puntualmente el caso del equipo de desarrollo de video juegos, para evidenciar cuales son las particularidades de un colectivo de trabajadores/as en dónde lo lúdico se entrelaza tanto con el proceso de trabajo como con el producto del mismo. Los trabajadores/as de esta área funcional con un doble rol: como productores y usuarios de video juegos en simultáneo. Analizaremos, por tanto, los límites difusos que existe entre el ocio y el trabajo para estos trabajadores/as.

Globant, un unicornio latinoamericano

Globant, es el segundo unicornio empresarial latinoamericano⁴, más importante de la región. Siguiendo a Mercado Libre que tiene una valuación de US\$26.000 millones, Globant se posiciona en los US\$3000 según datos correspondientes al mes de agosto de 2019. Desde su creación en 2003 como empresa *start up*⁵ hasta la actualidad como multinacional argentina que cotiza en el NYSE, Globant ha tenido un salto exponencial económico y territorial. Opera en 11 países y cuenta con 37 centros de entrega en el mundo.

Su estrategia de negocios principal se define por ser una *software factory*. Es decir, se dedica a la venta de servicios de software a clientes externos, principalmente en lo que concierne al desarrollo de soluciones informáticas. Así,

4

² Globant, empresa multinacional argentina de IT y desarrollo de software. Opera actualmente en 17 países con más de 40 oficinas (Argentina, Uruguay, Chile, Colombia, Brasil, México, Perú, India, Reino Unido, Rumania, Luxemburgo, España, Bielorrusia y Estados Unidos). Fue formada en 2003 y actualmente cuenta con una dotación de 10.000 empleados y empleadas.

³ Entendemos por *ethos* al conjunto de hábitos, actitudes, costumbres, representaciones y prácticas que como unidad total configuran una ética del trabajo. Principalmente hacemos uso de esta categoría desde la acepción weberiana.

⁴ Unicornio, ser mitológico, de fantasía que al amalgamarlo con el mundo empresarial va a caracterizar a compañías de base tecnológica que en el corto plazo llegan a tener una cotización mayor a los mil millones de dólares. En noviembre de 2013 Aileen Lee, fundadora de Cowboy Ventures, fue la primera en introducir el término. En Argentina está denominación se le adjudica a cinco empresas: Mercado Libre, Despegar, OLX, Auth0 y Globant.

⁵ La denominación de empresa *start up* corresponde a aquellas empresas de nueva creación que comercializan productos y/o servicios a través del uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's). Opera con costes mínimos, inferiores a las empresas tradicionales.

“Trabajar jugando”: la institucionalización del ocio como práctica empresaria en la industria del software

el 95% de lo que desarrolla, se exporta.

La diferencia de su crecimiento económico responde al hecho de conseguir en 2006 un contrato con Google, profundizando su etapa de internacionalización del negocio iniciada en 2004 y pudiendo, en primer lugar, tener llegada a nuevos clientes tales como Linked-in, Coca Cola, Disney, Dreamworks etc. Y, en segundo lugar, sentar precedente en el mundo por ser la primera empresa de *out sourcing* elegida por Google para tercerizar parte de su negocio.

Siguiendo el paradigma del “mito del garaje” (Sadin, 2016) característico de las principales empresas de tecnología, en donde la idea de un emprendedor o varios prospera hasta dirigir su propia compañía, Globant nace en 2003 con la misma impronta. “La multinacional que nació en un bar” titula Sebastián Catalano (2017) cuando comienza a describir el nacimiento de este unicornio latinoamericano, en un bar del centro porteño con un presupuesto inicial de 5000 dólares. Así lo replicaba uno de sus socios fundadores: “Hace 17 años nos juntábamos en un bar a tomar unas cervezas. Y en ese proceso de ver qué podíamos hacer para que el talento no se vaya del país, nació la idea de crear Globant” (Cfr. Martin Migoya, 2019)⁶

Esta experiencia fielmente repetida en cada conferencia de presentación de la empresa, refuerza la ideología emprendedora de que, con poco capital inicial y una buena idea, se puede montar un gran negocio. Sentidos construidos a partir de la acción de emprender, que no por casualidad va a ser una cualidad requerida a sus propios trabajadores/as en su cotidianeidad laboral, como propulsora de un crecimiento corporativo. Las habilidades emprendedoras y la capacidad de adaptación al cambio como competencias necesarias para cumplir exitosamente con los objetivos diagramados. Objetivos que ante todo, se plantean como alcanzables por todos/as y producto del esfuerzo individual impreso en el accionar cotidiano.

La importancia de imprimir una cultura organizacional común entre cada uno de los centros de entrega de Globant y entre sus empleados/as es una tarea que consideran primordial y para la cual, reinventan sus estrategias permanentemente. Al interior de los espacios de trabajo, en palabras de Claudia Figari (2013), la importancia que adquiere la hegemonía empresaria es crucial para el mantenimiento de un marco común simbólico que pueda direccionar el discurso y el lenguaje en clave corporativa. En términos de June Nash (2015), el control hegemónico corporativo se vehiculiza a través del idioma de los negocios y los principales elementos de dicha hegemonía pueden decodificarse a partir de las diversas tácticas que utilizan las gerencias. Un ejemplo muy claro de esto, emerge de los mismos espacios físicos, donde el eslogan de Globant y los valores corporativos de la misma se encuentran decorando las paredes de las oficinas con una estética muy ligada a lo joven, a lo colorido y a lo descontracturado. Estos valores, que en conjunto con la visión y misión

⁶ *El cronista comercial*, “Martin Migoya, de Globant, el CEO del año” 22/11/2019. Recuperado de: <https://www.pressreader.com/argentina/el-cronista-comercial/20191122/281775631001298>

empresarial configuran los principios ordenadores de la filosofía empresarial (León, Salazar, 2015), en Globant constituyen el denominado “manifiesto de Globant”: pensar en grande; ser divertidos; ser innovadores; ser jugadores de equipo; actuar éticamente y tener excelencia en el trabajo. Una especie de guía del buen *glober*, del trabajador/a estrella. Estas cinco cualidades definen un modo de concepción y de ejecución del trabajo *aggiornado* a la creatividad e innovación permanente: un modo de ser en el trabajo.

A continuación, abordaremos cómo se traduce este manifiesto en la materialidad a partir de la disposición espacial y ambientación de los lugares de trabajo y de ocio. Analizaremos la importancia que le adjudica la política empresaria a esta cuestión, qué razones subyacen en esta búsqueda de pleno confort y cómo lo perciben los sujetos de carne y hueso. Una puesta en escena que intenta, en primera instancia, que los trabajadores/as la asimilen con las comodidades del hogar. El lugar de trabajo como un espacio donde quieran estar y permanecer.

El pelotero en la oficina: la institucionalización del ocio como política empresaria

Somos una compañía creativa. Creamos software, innovamos, tenemos diseñadores que necesitan espacios que los inspiren. Ellos requieren una cultura distinta a las empresas que hacen otro tipo de actividades. Desde el principio, una pata fundamental fue la creación de la cultura con distintos entornos para los empleados. Por ejemplo, el *chill out*, el espacio principal, que está diseñado por nuestros *globers*. Porque ellos eligen qué quieren tener: mesa de ping pong, de pool, *flippers*, una palestra y hasta un ring. (Cfr. Martin Migoya, CEO fundador)⁷

Sillones, puffs, un metegol, mesa de ping pong, consolas de juegos (incluido una máquina *arcade*⁸), máquinas expendedoras de golosinas y bebidas, máquinas de café, una barra desayunadora, una terraza con mesas, sillas y sombrillas, parrilla, mesas largas, sillas de colores y enchufes varios para notebooks. En primera instancia, parecería la descripción de un local moderno de video juegos o un bar de moda de la actualidad, sin embargo, corresponde al primer paneo que se puede tener del mencionado por Martin Migoya, *chill out* de Globant. Es el espacio del comedor, el espacio principal donde a diario circulan decenas de trabajadores y trabajadoras con sus notebooks. En donde, en palabras de Migoya, “ellos eligen que quieren tener” y en función de esa elección, Globant provee. En función de esta iniciativa de elección colectiva del espacio, tienen instancias de sugerencias que finalizaron, por ejemplo, en la instauración de un ring de boxeo en una de las oficinas de Buenos Aires o en una competencia de arte con *post-it* en los ventanales de las oficinas de México donde replicaban a

6

⁷ *El cronista*. “Hecho en la argentina”. (Mafud, L.), 27/09/2012. Recuperado de: <https://www.cronista.com/cl/aseejejecutiva/Hecho-en-la-Argentina-20120927-0109.html>

⁸ Un juego de arcade es una máquina de entretenimiento que funciona con monedas, típicamente instalada en negocios públicos como restaurantes, bares y salas de juego. Un videojuego estilo arcade es aquél que está diseñado siguiendo los principios básicos de los antiguos juegos para máquinas arcade. Sus características principales son un diseño sencillo y controles fáciles de asimilar, niveles cortos y de dificultad ascendente y una interrupción mínima entre niveles.

“Trabajar jugando”: la institucionalización del ocio como práctica empresaria en la industria del software

personajes de películas o comics.

Siguiendo a Carlos León Salazar (2017), podríamos hablar de una construcción social del espacio, donde se utilizan determinados mecanismos para orientar la construcción de sentidos y significados del lugar, que, a su vez, se imponen como pautas identitarias que condicionan el comportamiento disciplinado y el consentimiento de los trabajadores/as. La construcción de esos sentidos y significados, en Globant, se traducen en la puesta en escena de un espacio donde impera una construcción y profundización de una cultura vinculada a lo joven. La estética de las oficinas ligada a lo colorido, decoradas con plotters de bandas de rock, grafitis, con mesas de trabajo en islas, puertas vidriadas, una sala con instrumentos musicales, una réplica del submarino amarillo de los Beatles, y del autobús de los Simpson, abonan a la construcción de un espacio de trabajo donde el tiempo de esparcimiento es considerado como una forma más de habitar el lugar de trabajo.

La imagen corporativa que más circula de la empresa es, sin ir más lejos, la de dos personas trabajando con sus notebooks en un pelotero⁹, ambos con sonrisas en sus rostros con la idea subyacente del disfrute arraigado al trabajo¹⁰. Incluso, dependiendo del lugar en que se encuentren radicadas las oficinas, la política empresaria dispone ambientarlas según hitos culturales o cuestiones características de la localidad. Por citar dos ejemplos, en las oficinas de Mar del Plata tienen un salón con tablas de surf, de las cuales pueden hacer uso los trabajadores/as y en uno de los edificios de Buenos Aires, hay una cancha de fútbol que pueden reservar sin costo y una huerta orgánica donde pueden reservar su lugar para plantar y cosechar lo que deseen. En este sentido, los “beneficios corporativos” se suman a este paquete de dispositivos creados por la empresa para lograr ese ambiente laboral *googleizado*. Desde peluqueros, masajes durante la jornada de trabajo, médicos en los edificios, viernes de facturas o frutas, descuentos en gimnasios, clases de idiomas, obra social con cobertura familiar, viajes corporativos en vacaciones para esquiar y clases de yoga. De hecho, en una de las entrevistas realizadas a un trabajador, presenciamos una clase de yoga en el espacio del comedor con una audiencia de casi diez personas. Esto nos da cuenta, de las dimensiones de este piso que admite varias actividades a la vez y de la utilización de esta práctica durante la jornada. A su vez, en días extra laborales, pueden alquilar gratuitamente el anteriormente mencionado “*chill out*” para el festejo de cumpleaños con invitados. Esto nos comentaba uno de los líderes técnicos entrevistados:

Y después otra cosa que también Globant permite por ejemplo es cerrar el chill para tu cumpleaños. Ponele que querés hacer un asado y vivís en un

⁹ El pelotero mencionado es un espacio funcional de uno de los edificios de Globant Buenos Aires, al cual pueden acudir los trabajadores/as durante su jornada y trabajar desde ahí.

¹⁰ La imagen fue tomada en el año 2011 cuando Globant inauguraba sus oficinas en Buenos Aires con la presencia de la entonces presidenta Cristina Fernández de Kirchner. (Recuperado de: <http://www.redusers.com/noticias/cristina-kirchner-desde-un-pelotero-presencia-inauguracion-de-globant-que-creara-1500-puestos-de-trabajo/>)

departamento, en un monoambiente. Un fin de semana. Vivís en un monoambiente y querés festejar tu cumpleaños con tu familia y no tenés lugar para hacer asado, podés reservar el chill el sábado y venir con tanta gente y venís y la anotás¹¹

Se condensa un ambiente donde pareciera que Globant, está 24 horas en guardia para los requerimientos de los/las empleados/as. Donde el espacio no es propio de la jornada laboral, sino que puede ser utilizado cuando los/las *globers* lo necesiten. La empresa como proveedora de soluciones y comodidades aun traspasando la esfera de reproducción de la fuerza de trabajo, con un festejo de cumpleaños en terreno corporativo. Existe, por tanto, un especial interés corporativo por saldar cualquier tipo de preocupación que pueda tener el/la *glober*, incluso cuando esto signifique tiempos de ocio tanto en el espacio de trabajo como en su vida personal.

Cabe cuestionarse entonces: ¿por qué la empresa le da tanta importancia a la construcción de un ambiente laboral vinculado al pleno confort? ¿Cuál es el rédito que obtienen con montar un espacio ligado al esparcimiento y al ocio? ¿Cuál es el propósito de institucionalizar esos *rincones perdidos* al decir de A. Giddens? Estas preguntas incluso podrían ser utilizadas dentro de las empresas del rubro tecnológico, en donde en mayor o menor medida, se replican estas cuestiones. El arquetipo anglosajón de empresa de tecnología tiene su huella en la matriz productiva de Globant, como en la mayoría de las compañías del rubro. Y no solo se da por la implicancia del lenguaje técnico y de organización del trabajo cimentado en el inglés como lengua madre de cada proceso, sino en el diseño una mística laboral y un ambiente de trabajo en el que parece que los empleados/as no están trabajando, que no están en un lugar de trabajo sino ejerciendo su creatividad e imaginación en un club (Lins Ribeiro, 2017). Los trabajadores/as no sólo ocupan las oficinas al uso que todos conocemos, sino que también los podemos ver acurrucados en sofás con sus portátiles o tomando el sol en grandes terrazas, pero siempre trabajando (Reischl, 2009). El mejor lugar para estar y trabajar. La clave de esta reflexión es que la política empresaria entiende que la administración del trabajo intelectual supone nuevas formas de organización del trabajo. La capacidad cognitiva se ha vuelto el principal recurso productivo. Con lo cual, la búsqueda del máximo confort en los espacios de trabajo por parte de las empresas, va a incluir tanto a los tiempos productivos como los tiempos improductivos. El mencionado *chill out* y la instalación de *playstations* en las oficinas, hacen del espacio de trabajo incluso un espacio apto para el esparcimiento. Para tomarse los mencionados por los desarrolladores/as, “tiempos para despejar las mentes”:

8

es un trabajo que estresa además porque estás el día entero pensando, y sentado... si en algún momento querés pararte, estirarte, mejorar la postura, entonces aprovechas un partido de ping pong, jugás un ratito a la play, tomamos un café, te fumás un pucho, después regresas como nuevo.

¹¹ Entrevista a Líder técnico de Globant, junio-noviembre 2018

“Trabajar jugando”: la institucionalización del ocio como práctica empresaria en la industria del software

Yo suelo tomarme tiempos en el medio, estirar las piernas, relajar la cabeza un rato, no sirvo para estar seis horas, siete horas pegado a una pantalla... pero yo lo suelo usar, varios de mis otros compañeros también. Vas y siempre hay alguien en el chill, nunca está vacío.¹²

Estar toda una jornada laboral frente a una pantalla, los encuentra en una misma posición por horas y que si bien supone cierta quietud física, acuña una exigencia exponencial de actividad intelectual-creativa. Por ende, el estar “quemado”, categoría nativa muy recurrente a lo largo de las entrevistas realizadas, no es funcional para la realización de las tareas de manera óptima y requiere de un tiempo de pausa. Globant, entonces, va a incluir dentro de su jornada laboral requerida, tiempos de renovación: de ocio institucionalizado. De esta manera, los espacios de socialización, de ocio, de descanso se encuentran puertas adentro.

Ahora bien, esos espacios de socialización y descanso en territorio empresarial, imprimen un tiempo de descanso parcial. Se podría afirmar que no existe una división tajante de cuánto tiempo se trabaja y cuánto se descansa. En esos mismos tiempos de ocio, los/las trabajadores están continuamente pensando cómo resolver su diaria laboral, incluso al momento de tomarse un café en el desayuno o compartir el almuerzo. Existe una colonización de los espacios de socialización de los sujetos con miras a una producción intelectual constante. Así, la única preocupación que deberían tener los trabajadores/as es la consecución de sus objetivos en tiempo y forma por lo cual acondicionamiento de los espacios y los tiempos de esparcimiento no son una mera concesión: se corresponde con la necesidad de reiniciar las competencias intelectuales de la fuerza de trabajo cual sistema operativo bloqueado para seguir funcionando. En palabras de Byung Chul Han (2018) el imperativo neoliberal del rendimiento transforma el tiempo en tiempo de trabajo, con lo cual la pausa es solo una fase del tiempo de trabajo.

En definitiva, re significan la idea de mejora continua a través de la institucionalización de los espacios de esparcimiento, de los denominados: rincones perdidos. Los/las trabajadores están en una tormenta de ideas (*brainstorming*) continua, aún en esos supuestos tiempos de descanso. Así, la necesidad de tomarse esos tiempos de pausa durante la jornada laboral, que mencionan los trabajadores/as, es un uso y costumbre dentro de su esquema de trabajo y son tenidos en consideración en la planificación productiva desde las jerarquías.

(...) cuando estás haciendo una actividad intelectual que lleva mucho trabajo y llega un momento que te bloqueas y sigues mirando y no das con el resultado, te levantas, cambias de actividad un segundo y enseguida te viene una solución.¹³

¹² Entrevista a Desarrollador de Globant, junio-noviembre 2018

¹³ Entrevista a Líder técnico de Globant, junio-noviembre 2018

Entonces, si la solución no proviene de los tiempos productivos, la empresa propone incorporar los tiempos improductivos para tal fin. La clave de este modelo se basa justamente en la institucionalización del tiempo de ocio en favor de un rendimiento productivo renovado en el mismo espacio de trabajo. Espacios que terminan fortaleciendo los procesos hegemónicos empresarios que se erigen en formas actuales de gestionar el trabajo a través de mecanismos coactivos, pero también cobran centralidad las herramientas manageriales para la generación de consentimiento por parte de los/las trabajadores/as (Figari, 2017). La actual administración del trabajo ajeno despliega, en este sentido, un sofisticado entramado de estrategias y herramientas que, bajo un discurso participativo, que lucha por su legitimidad, operan para conformar una subjetividad susceptible de manipular en un marco de intensificación del trabajo (Miguel; Kreпки, 2014). Así, con un ambiente ludificado y una cultura empresaria condescendiente orientada por la idea de generar el mejor lugar para trabajar y estar, se intenta eclipsar la creciente intensificación del trabajo¹⁴.

Gaming: trabajar jugando/jugar trabajando

El estudio de desarrollo de video juegos en Globant adquiere una importancia significativa ya que proveen servicios a grandes empresas de comercialización de video juegos a nivel mundial. Específicamente, nos referimos a empresas que desarrollan los juegos denominados, triple AAA. Este tipo de juegos son desarrollados para tres tipos de consolas diferentes, cuentan con exorbitantes presupuestos e inversiones y una fuerte campaña publicitaria. Representan un riesgo económico alto en este sentido y una alta complejidad en términos de la cantidad de tareas que requieren ser conjugadas para la consecución del producto final. La complejización del juego y de su producción está directamente relacionada con la magnitud del mismo, en términos de la adaptabilidad a los diversos dispositivos y plataformas en los cuales se encuentre disponible para ser comercializado

Actualmente, Globant es la única empresa que trabaja para videojuegos triple AAA internacionales y para empresas reconocidas mundialmente. Trabajar en este tipo de industria y sobre todo para clientes de tal envergadura es una oportunidad sumamente valiosa para quienes vienen desarrollándose en video juegos. La experiencia que otorga el hecho de estar siendo parte de un video juego con un prestigio y reputación internacional, y que suele renovar sus versiones a cada año, es una de las principales razones por las cuales los/las trabajadores insisten formar parte de esta área. De hecho, para la mayoría de los ingresantes resulta su primer trabajo en la industria y se consideran *gamers*. Es decir, tienen un contacto con los videojuegos lúdico, permanente y desde

¹⁴ Es importante aclarar que, si bien no es un objetivo a abarcar en este artículo, existen prácticas cotidianas de resistencia por parte de los trabajadores/as a determinadas situaciones que impliquen una intensificación del trabajo que mayoritariamente se dinamizan en el espacio virtual.

“Trabajar jugando”: la institucionalización del ocio como práctica empresaria en la industria del software

pequeños. Así, el rango de edad del sector ronda una franja que va desde los 23-35 años aproximadamente.

Ahora bien, pertenecer al equipo de trabajo de *gaming*, entrama una relación con la diversión y ocio durante la jornada laboral que se diferencia de sectores de Globant focalizados en tareas administrativas o de gestión. Si bien el valor corporativo de la diversión- como parte de la filosofía empresaria- es transversal a toda la compañía y las instalaciones son comunes a todos los equipos de trabajo, que los momentos de ocio incluyan ser consumidores del mismo producto que desarrollan no es una cuestión menor.

Tratamos de hacerlo lo más laxo posible porque es un trabajo estresante. Conseguí una play para el segundo también para que ellos puedan jugar en los tiempos muertos que tienen. Hay momentos bastante pesados y momentos bastante laxos. Y cuando hay momentos laxos hay cosas para hacer, para poder divertirse¹⁵

La presencia de *plays stations* y máquinas *arcades*, no solo en el espacio del comedor (*chill out*) sino en el mismo piso en el que desempeñan sus tareas, los mantiene constantemente apegados a los videos juegos que ellos mismos programan y a otros. Es una industria de jóvenes, reclutados en la cultura que ella misma ha creado, alimentándose principalmente de una reserva de gente joven fascinada por la tecnología y familiarizada con este tipo de diseño por su práctica incesante del juego (Dyer-Whiteford, 2004). Es decir, si bien existe una elección por parte de los/las trabajadores de invertir su tiempo de ocio jugando, siendo consumidores hasta incluso de los juegos que forman parte de su jornada laboral, se genera una atmósfera donde el trabajo nunca deja de estar presente. Entraman una doble condición: ser trabajadores/as y usuarios y, por ende, tienen un doble conocimiento que es apropiado por la empresa. Incorporan la actividad productiva no remunerada de los consumidores en el desarrollo del juego (Dyer-Whiteford, 2004). Movilizan, de esta manera, procesos creativos para ponerlos en valor al momento de manejar el código nuevamente.

Alvin Toffler (1980) introduce, en su obra “la tercer ola”, el concepto de prosumidor con el fin de remarcar cómo a lo largo de la historia la relación entre el consumo y la producción fue modificándose. Este concepto resulta clave para caracterizar las nuevas relaciones de mercado entre consumidores y productores, pero precisa una revisión en términos de la incorporación de nuevas tecnologías. Carmen Bueno Castellano (2017) refiriéndose al procesamiento de flujos de datos al servicio de la mercantilización de bienes y servicios, describe cómo en el capitalismo cognitivo, el consumidor de ciertos productos y servicios pasa a convertirse en un “colaborador” en el proceso de generación de valor. Este mismo, al incorporarse a los circuitos de producción online, toma un papel activo, pasando a ser un actor social estratégico, denominado prosumidor. Las empresas son las que recolectando la información acerca de los gustos y

¹⁵ Entrevista a Supervisor de Globant, junio-noviembre 2018

preferencias de esos actores, incrementan el valor en el mercado de sus productos o servicios a partir de la manipulación de esos datos. Sin embargo, esta descripción nos remite a sujetos externos a las firmas, a una apropiación de los datos a partir de plataformas online, redes sociales o diversos motores de búsqueda, por citar algunas de las fuentes. En Globant, la relación laboral enmarca esta doble apropiación de conocimiento, tanto técnico como de experiencia de usuario. Así, los/las trabajadores de *gaming* encarnan una especie de prosumidor interno, donde la institucionalización del tiempo de ocio no solo remite a reiniciar las competencias intelectuales. Sino que se visualiza con mejor nitidez la idea de trabajo continuo, problematizando sus procesos de trabajo a partir del testeo del producto: jugar trabajando, trabajar jugando. El reseteo de mentes que busca el tomarse esos “tiempos improductivos” supone en cambio, una simple suspensión de tareas pero una continuidad en la problematización del juego. La diferencia subyace en que se invierte la pantalla. En otras palabras, dejan de ver el detrás de escena de una parte del juego (código, algoritmos y lenguajes de programación) pasando a visualizar el juego completo y aportar información desde el rol de usuarios para continuar iterando¹⁶.

Reflexiones finales

A partir de la descripción etnográfica de las instalaciones de Globant y la construcción de un espacio asociado a las ideas de juventud y flexibilidad, pudimos entrever qué nuevas consideraciones son tenidas en cuenta por la empresa para alinear a los trabajadores a los objetivos productivos. La búsqueda de pleno confort en los espacios de trabajo, la construcción social de dicho espacio, la existencia de “beneficios corporativos” son algunas de las tácticas de las que se vale la empresa. Táctica cuyo fin último continúa es la producción sin cortes, pero que requiere nuevas formas al considerar al trabajo intelectual como motor de esa producción. La institucionalización del ocio, es decir, de los tiempos de descanso de la fuerza de trabajo, consigue una problematización de los procesos de trabajo de manera constante y de una socialización de los mismos. Práctica que se profundiza, en el equipo de desarrollo de video juegos, ya que los/las trabajadores/as embisten el rol de usuario y de productor de su trabajo: son prosumidores internos. Su descanso vinculado al juego, los pone en una situación de testeo de su propio trabajo. Así, el mejor lugar para trabajar, es incluso, el lugar donde detenerse para descansar implica seguir pensando en el proceso de trabajo.

El mantenimiento y consolidación de la cultura empresarial, es la verdadera atmósfera que recubre estos procesos y a partir de la cual, Globant, busca fortalecer ese modo de ser en el trabajo: formar *globers*. Esto nos ofrece

¹⁶ Iteración significa repetir varias veces un proceso con la intención de alcanzar una meta. Se encuentra principalmente asociado al desarrollo ágil de software, como parte de un proceso de mejoramiento constante de los productos en las distintas fases de producción del mismo.

“Trabajar jugando”: la institucionalización del ocio como práctica empresaria en la industria del software

resquicios para pensar la importancia que tiene este soporte simbólico corporativo para moldear comportamientos y desdibujar ese trabajo incesante bajo la apariencia de una empresa que está a la expectativa de las necesidades de los sujetos. Globers a gusto, con un lugar acondicionado, con espacios cómodos, coloridos, jóvenes, lúdicos, donde puedan gozar de una flexibilidad ilimitada. El “adoctrinamiento flexible”, como su política estrella. Así, cuando los créditos de las mentes alienadas se acaban, la empresa ofrece un momento no productivo de dispersión y un sinfín de dispositivos para tal fin. Recargar energías para continuar con el juego, el trabajo.

Referencias bibliográficas

- Berardi, F. (2003). *La fábrica de la infelicidad*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Braverman, Harry (1974). *Trabajo y capital monopolista*. México: Nuestro Tiempo.
- Bueno Castellanos, C. (2017): “Innovación abierta: de consumidores a productores de valor”. En *Desacatos*, No. 56, México, pp. 50-68
- Byung-Chul. H. (2014) *En el enjambre*, Herder editorial, Barcelona.
- Dyer Whiteford, N (2004) “Sobre la contestación al capitalismo cognitivo. Composición de clase de la industria de los videojuegos y de los juegos de ordenador.”. En: Moulrier Boutang, Y; Corsani, A; Lazzarato, M (comp) *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficante de Sueños. pp 49-61.
- Figari, C. (Dir), Figari, C.; Giniger, N; Soul, J.; Palermo, H.; Álvarez Newman, D; León Salazar, C; Hernández, M.; Hirsch, D; Cufre, S.; Ciolli, K, (2017), *La trama del capital. Estudio de la hegemonía empresaria en la Argentina*. Buenos Aires: Biblos.
- Figari, C. (2013): “Hegemonía empresarial y mediaciones pedagógicas en los espacios de trabajo”. En *Revista Sociología del Trabajo -Revista cuatrimestral de empleo, trabajo y sociedad*, Universidad Complutense, pp. 95-115.
- Giddens, A. (1995): *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Krepki, D; Miguel, A. (2014) “Marionetas corporativas: los hilos de la cooperación como forma de manipulación de la subjetividad de la fuerza de trabajo en Accenture”. En: *Revista Conflicto Social*, Año 7 N° 11.
- Leon Salazar, C. (2017): “El paisaje construido como concreción hegemónica. Trabajo, industria minera, materialidad y significados del espacio social en Nava, Coahuila”. En: Marja Teresita González Juárez, Hernán Palermo, Patricia Torres Mejía (comp), *Aproximaciones a la antropología del trabajo. Miradas desde Latinoamérica*. México: Eólica Grupo Editorial. pp 224-253.
- Lins Ribeiro, G. (2017): “El precio de la palabra: la hegemonía del capitalismo electrónico-informático y el googleísmo”. En *Desacatos*, No. 56, México, pp. 16-33.

Moulier Boutang, Y; Corsani, A; Lazzarato, M. (2004) *Capitalismo Cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficante de Sueños.

Moulier Boutang, Y. (2010): "Wikipolitics and The economy of the Bees: Information, power and politics in a digital society". En: Sarita Albagli y Maria Lucia Maciel (eds), *Information, Power and Politics. Technological and Institutional Mediations*. Plymouth: Lexington Books, , pp. 47-77.

Nash, J. (2015): *Hegemonía empresaria en Estados Unidos. Claves para una etnografía de los ciclos industriales en las comunidades urbanas*. Buenos Aires: Antropofagia.

Palermo, H. (2018), "Masculinidades en la industria del software en Argentina" En *Revista Internacional de Organizaciones*, n° 20, Género, trabajo y organizaciones, Universidad Rovira i Virgili. pp 103-121

Reischl, G (2008): *El engaño Google. Una potencia mundial incontrolada en Internet*, Madrid: Medialive.

Reygadas, L. (2017): "Dones, falsos dones, bienes comunes y explotación en las redes digitales. Diversidad de la economía virtual". En *Desacatos*, No. 56. pp 70-89.

Sadin, E (2018) *La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital*. Buenos Aires: Caja Negra.

Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: Bantam Books.

Vercellone, C. (2011). *Capitalismo cognitivo. Renta, saber y valor en la época posfordista*. Buenos Aires: Prometeo.

Vercellone, C (2016): "Nueva división internacional del trabajo, capitalismo cognitivo y desarrollo en América Latina". En: *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, n°133, diciembre 2016- marzo 2017. pp 37-59.

Fuentes consultadas y entrevistas

Entrevista a Líder técnico de Globant, junio-noviembre 2018

Entrevista a Desarrollador de Globant, junio-noviembre 2018

Entrevista a Supervisor de Globant, junio-noviembre 2018

El Cronista Comercial, "Martin Migoya, de Globant, el CEO del año" 22/11/2019. [Recuperado 15/11/2019 de: <https://www.pressreader.com/argentina/el-cronista-comercial/20191122/281775631001298>]

El Cronista. "Hecho en la argentina". (Mafud, L.), 27/09/2012. [Recuperado 20/01/2019: <https://www.cronista.com/claseejecutiva/Hecho-en-la-Argentina-20120927-0109.html>]

La Nación. "Unicornios: cuál es el presente de las tecnológicas argentinas que valen más de US\$1000 millones". 21/05/2019 [Recuperado el día 15/06/2019: <https://www.lanacion.com.ar/economia/el-presente-de-los-otros-cuatro-unicornios-argentinos-nid2249909>]

“Trabajar jugando”: la institucionalización del ocio como práctica empresaria en la industria del software

Red Users. Comunidad de tecnología, “Cristina desde un pelotero, en la inauguración de las nuevas oficinas de Globant” (Alexis Polak) 9/11/2011. [Recuperado 20/01/19: <http://www.redusers.com/noticias/cristina-kirchner-desde-un-pelotero-presencio-inauguracion-de-globant-que-creara-1500-puestos-de-trabajo/>]

Recibido con pedido de publicación 10/09/2019

Aceptado para publicación 12/10/2019

Versión definitiva 26/12/2019

