

<http://dx.doi.org/10.12795/RAA.2016.11.02>

Recibido: 23/05/2016

Aceptado: 12/07/2016

TRABAJO EN LA GLOBALIDAD HEGEMÓNICA. PERFORMANCE LABORAL EN MÉXICO Y GUATEMALA¹ WORK IN THE HEGEMONIC GLOBALITY. LABOUR PERFORMATIVITY IN MEXICO AND GUATEMALA

Raúl Nieto Calleja

Universidad Autónoma Metropolitana–Iztapalapa. México

Resumen

Este artículo parte de la siguiente premisa: las culturas laborales locales se articulan a los procesos de internacionalización, globalización y mundialización del capital en un contexto social cada vez más caracterizado por la centralidad de la información y del conocimiento. Tal articulación ha dado lugar –en la llamada economía global de servicios– a distintos modos de vida y trabajo transnacionales que, conjuntan una de las formas más dinámicas, centrales y sofisticadas del capital transnacional, con los márgenes sociales de las eufemísticamente llamadas economías emergentes. En este artículo planteo lo que significa el nuevo papel cultural y laboral del teléfono y la telefonía. Después propongo que en un mismo sector económico –el de los *call centers*

1. Una versión preliminar de este artículo fue discutida en la Sesión Invertiendo los márgenes: Espacios y formas de la lucha cultural transnacional en América Latina de LASA2013 Towards a New Social Contract? XXXI International Congress of the Latin American Studies Association, Washington D.C., 30 de mayo 2013. Deseo agradecer los comentarios recibidos a esa versión; también a LASA el apoyo brindado para asistir a esa reunión; al CONACYT el apoyo proporcionado al Proyecto La ciudad Transnacional que fue el espacio académico donde fue elaborado y a Edith Calderón la lectura de este artículo.

o centros de llamadas– se pueden identificar y comparar –con similitudes y diferencias– distintas formas con las que se construye y significa la experiencia laboral urbana que se desarrolla en dos sociedades latinoamericanas: México y Guatemala. En ambas veremos cómo la tan ansiada (por los grupos empresariales locales) *sociedad del conocimiento* se articula con nuevas formas, más precarias y marginales, de la experiencia laboral. Frente a la globalización hegemónica del capital asistimos a la transnacionalización “desde abajo” del trabajo. A partir de estos casos propondré, al final de este artículo, lo que he denominado *performance laboral* el cual es resultado de la naturaleza cultural, simbólica, cognitiva, subjetiva y emocional del trabajo realizado en los *call centers* por jóvenes tanto en la Ciudad de México como la ciudad de Guatemala.

Palabras Claves

Call centers, trabajadores, México, Guatemala, teléfono, performance laboral

Abstract

This article is based on the premise that local labor cultures are articulated to the processes of internationalization, transnationalization and globalization of capital in a social context increasingly characterized by the centrality of information and knowledge. In the so-called global service economy, such articulation has given rise to different transnational ways of life and work that combined one of the most dynamic, central and sophisticated forms of transnational capital, with social margins at euphemistically called Emerging Economies. In this article I discuss the new role of telephone and telephony in the culture and work. Then I propose that in the same economic sector we can identify and compare similarities and differences in two ways that workers in call centers built labor and urban experience in a meaningful way in two Latin American societies: Mexico and Guatemala. In both we can see how the long-awaited (by local business groups) *knowledge society* articulates with new forms, more precarious and marginal work experience. Against the hegemonic globalization of capital we can confirm the transnationalization “from below” of the work. From these cases I will propose, at the end of this article what I called *labor performance* which is the result of the cultural, symbolic, cognitive, subjective and emotional nature of work performed by young workers in call centers both in Mexico City and Guatemala City.

Keywords

Call centers, workers, Mexico, Guatemala, phone, labor performance

Introducción

Este artículo se desprende de una investigación colectiva mayor *La ciudad Transnacional* que coordinamos en la UAM, cuyo primer resultado lo constituye el libro *La ciudad transnacional comparada* (Besserer y Nieto, 2015) el cual es producto de una investigación antropológica de *naturaleza global*.² Otra investigación antropológica homóloga aparecida en español recientemente sobre *la globalización desde abajo* (Alba, Mathews y Lins Ribeiro, 2015)³ sin duda entrará en diálogo con la nuestra. Ambas investigaciones antropológicas se posicionan metodológicamente desde la etnografía y desde ahí cuestionan la visión economicista que reduce la globalización a los procesos financieros, y a los flujos e intercambios económicos al interior de una red de ciudades globales que, como los mercados bursátiles, nunca duermen.

Por mi parte, metodológicamente asumo que para entender la relación entre globalización del capital y transnacionalización del trabajo es necesario partir de la premisa de que muchos de los habitantes de los márgenes urbanos construyen, cuidan y contribuyen a crear y mantener una parte significativa de la riqueza y el bienestar de los habitantes de la ciudad global, ya sea en su propia ciudad de origen o en otra ubicada en un país distinto. En los casos que veremos tales personas pueden ser tanto nativas de la ciudad donde trabajan, como deportadas o retornadas “voluntariamente”, de alguna ciudad estadounidense. Frente a la globalización hegemónica del capital asistimos a la transnacionalización “desde abajo” del trabajo.

1. Nuevo papel cultural de la telefonía

Hace ya cuarenta años Edmund Leach iniciaba una de sus obras más conocidas adelantando su conclusión: “la cultura comunica”. Más adelante agregaba que “la comunicación humana se realiza por medio de acciones expresivas que funcionan como *señales, signos y símbolos*” (1985 [1976]: 2 y 14, cursivas del autor) y señalaba cómo estas

2. En la antropología mexicana, nunca se había diseñado y realizado una investigación colectiva de tal naturaleza y envergadura: el trabajo realizado en el marco de un programa de posgrado, inició hace más de cuatro años cuando un grupo de antropólogos reunidos en el Seminario de Estudios Transnacionales de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa (UAM-I), nos propusimos un reto: hacer una etnografía de escala mundial que diera cuenta de la forma en que los pobladores de los márgenes urbanos construyen, cuidan y contribuyen a crear la riqueza de la ciudad global. Para ello diseñamos un proyecto que implicaba emprender, de forma coordinada, trabajo de campo transnacional en ciudades de diversos continentes. Alumnos y profesores realizamos etnografía en los hemisferios norte y sur de América, así como en distintos países de Asia, África y Europa (Bolivia, China, Estados Unidos, España, Francia, Guatemala, India, Marruecos y México) Esta empresa convocó a cuatro profesores de la UAM y a más de una veintena de distinguidos colegas en México y el extranjero.

3. En esta obra, con una lógica muy similar a la nuestra, once antropólogos (de sus 15 autores) estudian flujos transnacionales de mercancías (nuevas y usadas; originales y “piratas”); desplazamientos de personas, de bienes y pequeños capitales, en el centro de São Paulo; de China a la ciudad de Guadalajara en México; de Paraguay a Brasil y otros países de Sudamérica; de Hong Kong al sudeste asiático; de Guangzhou a Nigeria; de El Paso (Texas) a Ciudad Juárez (México) entre otros casos.

acciones expresivas humanas incluyen mucho más que los intercambios lingüísticos en los cuales la acción expresiva del emisor es interpretada inmediatamente por el receptor. El mismo año en que publica su libro Leach, el teléfono ya acumulaba más de seis décadas de haber entrado por primera vez a los espacios laborales y domésticos y también ese mismo año cumplió un siglo de haber sido patentado (1876). Dos años antes de que se publicara ya se había puesto a prueba el primer teléfono móvil (1974) y tres años después (1979) apareció el primer sistema de telefonía celular comercial en Tokio (IMT, 2016).

Durante estos últimos cuarenta años en Occidente ha habido cambios culturales muy importantes; Jameson (1996 [1991]) los explora críticamente intentando descifrar la lógica cultural del capitalismo tardío y desde entonces tanto la antropología como la sociología han intentado explicar cómo esos cambios han modificado tanto las prácticas como las representaciones sociales que las acompañan. En efecto, al igual que en muchas de las sociedades desarrolladas –llamadas también del norte, centrales o del primer mundo– en las sociedades en vías de desarrollo, del sur, periféricas o del tercer mundo, particularmente entre sus sectores urbanos medios y altos, la cotidianidad de la vida social contemporánea exige que las personas se informen, gestionen, tramiten y resuelvan por vía telefónica una multiplicidad de actividades y de asuntos no solo excepcionales sino rutinarios. Sin duda el aceleramiento de la vida, resultado de la compresión del tiempo y del espacio, o lo que Murray ha identificado como tres movimientos de a) la convergencia del tiempo y el espacio, b) el distanciamiento del tiempo y el espacio, y c) la compresión del tiempo y el espacio (2008: 44 y ss.), han significado un gran cambio cultural. Yo propondría que a lo que asistimos es a una gran transformación civilizatoria en las sociedades occidentales, que ha implicado que los procesos comunicativos mediados por las nuevas tecnologías de la comunicación e información (TIC) pasen a ocupar un primer plano en la existencia humana.

Sin duda ese proceso cultural está vinculado con la expansión transnacional y global de los servicios de telefonía fija y móvil. Tal expansión universal de bienes y servicios telefónicos pareciera dar lugar al surgimiento de un nuevo derecho humano: el derecho universal a la comunicación mediada por la tecnología de uso global. Sin embargo como bien sabemos para ejercer este derecho ha sido necesario que los usuarios de la telefonía celular paguen por el servicio. Para ponderar la magnitud de este fenómeno, basta recordar que a nivel mundial estamos a punto de alcanzar la misma cifra de celulares que de habitantes en el planeta: 7 mil millones de dispositivos móviles.

En su materialidad el teléfono inteligente contemporáneo es utilizado por sus usuarios para más actividades que el simple intercambio de mensajes orales que era propio de la telefonía fija. Además de sus funciones comunicativas, el teléfono en la actualidad posibilita estar informado y utilizar recursos digitales (de todo aquello que sea accesible mediante la WEB); permite también participar en las redes sociales; puede ser soporte

de actividades lúdicas, de entretenimiento y de socialización; se ha convertido en reorganizador del tiempo mediante agendas personales, laborales y políticas; también pauta el tiempo cotidiano compitiendo con el reloj de mano; mediante sistemas de posicionamiento globales (GPS), mapas y rutas digitales ha reorganizado nuestra relación con el espacio; por lo que respecta a la memoria, ha sustituido y sintetizado al viejo álbum familiar y a la propia cámara fotográfica permitiendo a sus usuarios compartir la biografía, la historia y el presente no sólo con fotos sino con video; e incluso, como bien se sabe, ha jugado un papel fundamental en las luchas políticas en distintos lugares del mundo y por ello ha sido objeto de fiscalización por parte de los Estados Nacionales (la telefonía “inteligente” actual podría devenir en poderoso instrumento de control social). En síntesis el teléfono es un bien cuyas propiedades simbólicas se han diversificado y densificado, dando lugar a nuevas prácticas sociales y de subjetivación más en el terreno digital que en el de la virtualidad (Sánchez, 2015). Pero con su masificación, el teléfono ha sido también el soporte material de nuevos procesos de desigualdad social que adquieren el rostro de la *desconexión* telefónica (García Canclini, 2004); y –por ello mismo– a nuevas formas de distinción social (fundadas en las características técnicas, precios de las marcas y modelos que se poseen) y, finalmente, también funciona como un gran clasificador –material y simbólico– de otras diferencias etarias y generacionales, rurales y urbanas, presentes en las sociedades.

Las generaciones anteriores no logran fácilmente comprender y asimilar todos estos vertiginosos cambios en la sociabilidad y en la cultura; quedan desconectadas del mundo juvenil al que descalifican como autista, patológico o improductivo, por el gran interés y fascinación que despiertan entre los jóvenes los pequeños dispositivos móviles; no logran darse cuenta que para las nuevas generaciones los celulares se convierten en parte indispensable de las nuevas formas de sociabilidad y dan lugar a una mayor intensificación de las prácticas comunicativas en sociedades urbanas cada vez más masificadas y globalizadas, de las que no pocos viejos quedan excluidos.

Un estudio reciente de la empresa sueca Ericsson indica que el tráfico de datos, como llamadas de voz y mensajes de texto mantiene una tendencia al alza estable y moderada, aunque en los mercados avanzados este tipo de servicios no son los dominantes, especialmente en usuarios de teléfonos inteligentes. En este contexto, la compañía prevé que para 2019 existan poco más de nueve mil millones de usuarios de telefonía móvil, de los cuales alrededor de siete mil 600 millones contarán con conexión a banda ancha móvil (Ericsson, 2015). También señala que la tendencia durante los próximos 6 años, es comparable a que cada persona sobre la tierra permanezca alrededor de 35 minutos conectada con las redes sociales cada día, o a un tráfico equivalente a más de 200 mil millones de fotos vistas todos los días (Ericsson, 2016).

La telefonía celular ha desplazado a la fija tanto en México como en Guatemala. En México, durante 2010 había 112 millones de habitantes; un año después, en 2011, había más de 94 millones de teléfonos celulares, es decir la telefonía celular equivalía al 84% de toda la población censada un año antes (incluyendo menores y niños). Sin embargo dos años después, en 2013, en México había únicamente 20.5 millones de teléfonos fijos. En diciembre de 2015 “la penetración de telefonía fija se situó en 61 líneas por cada 100 hogares” y en esa misma fecha “habían 89 [teléfonos celulares] por cada 100 habitantes, de los cuales 84.2% correspondieron a líneas de prepago y 15.8% a pospago” (IFT, 2015: 8–9). Por otro lado, en Guatemala se estimaba que durante 2013 había 15.4 millones de habitantes pero existían más de 22.7 millones de teléfonos móviles y 3 millones de teléfonos fijos. En ambas naciones sin duda la telefonía hace parte importante de la vida cotidiana de sus sociedades. Sin duda tales cifras de telefonía no están distribuidas de manera homogénea en dichas sociedades que son conocidas por la desigualdad social que las caracteriza.⁴

En poco menos de una década el teléfono celular se ha convertido en parte indispensable de la vida contemporánea. Lo utilizamos de la manera en que usábamos al antiguo teléfono fijo: para hablar, socializar y expresar afecto con parientes, afines, amigos y conocidos. El teléfono dejó de estar anclado en el domicilio o en el trabajo y se ha convertido en una presencia que nos acompaña a lo largo del día; con su alarma, funciona también como despertador que nos anuncia el inicio de la nueva jornada y no pocas veces lo revisamos antes de dormir.

Sin embargo no sobra recordar que por sus propiedades materiales, virtuales y simbólicas el teléfono se puede convertir también en dispositivo de control, castigo y disciplinamiento social: “El celular alberga y sostiene nuestras redes, contactos y afectos, pero también expresa poder sobre nuestro cuerpo y el cuerpo de los otros, sobre nuestro tiempo y el tiempo de los otros, sobre nuestros territorios reales, imaginarios y virtuales. Si alguien recibe pocas o muchas llamadas o mensajes, expresa no sólo su pertenencia, sino su control sobre el sistema de redes. Se trata de un capital social cuya condición no sólo se ejerce en el tamaño de las redes de pertenencia, sino en la exhibición de las reciprocidades virtuales que generan o ratifican símbolos de identidad en cada grupo” (Winocour, 209: 43). En efecto, ese poder se materializa cuando, mediante un *performance digital*, rechazamos una llamada, borramos un mensaje, eliminamos un

4. Las cifras oficiales de México pueden consultarse en la pág. web del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) y el Sistema de información estadística de Mercados de Telecomunicaciones (SIEMT) disponibles en: <http://siemt.cft.gob.mx/SIEM/>, consultadas en mayo de 2016. Por su parte Guatemala no dispone de una fuente gubernamental oficial que registre cifras comparables a las de México; sin embargo pueden consultarse estimados cuantitativos realizados por consultores privados en: http://m.centralamericadata.com/es/article/home/Celulares_en_Guatemala_alcanzan_los_227_millones.

contacto, o definitivamente bloqueamos un número. Sin embargo desde hace varias décadas utilizamos los servicios de telefonía cada vez más para hablar con desconocidos quienes laboran al servicio de empresas privadas e instituciones gubernamentales; desconocidos cuyas voces “encarnan” y representan a tales entidades para orientarnos sobre algún producto, servicio o trámite.

Así el teléfono se puede usar lo mismo para comprar un producto anunciado por la televisión, que para adquirir medicamentos o para solicitar ayuda e información ante una emergencia de cualquier índole: un accidente, alguna intoxicación o, incluso, el tener pensamientos o intenciones suicidas. Pero el teléfono no sólo se usa en las emergencias; es fundamental en muchas otras esferas de la vida urbana rutinaria; con él se pueden resolver trámites bancarios y gubernamentales; solicitar apoyo para instalar equipos electrónicos o de cómputo; recibir asesoría y resolución de dudas y plantear quejas sobre productos o servicios adquiridos. El teléfono también nos permite solicitar mercancías a los supermercados, realizar compras de distinta índole e incluso solicitar visas para ir a Estados Unidos. De igual manera por vía telefónica podemos resolver otras necesidades de nuestro consumo cotidiano, más lúdico o placentero: así podemos lo mismo adquirir una pizza o comida a domicilio, que contratar televisión por cable, solicitar una película para verla en casa, comprar o reservar boletos para ir al cine, al teatro, a algún concierto o a la ópera, y también podemos hacer reservaciones de vuelos aéreos, hoteles o restaurantes. Sin embargo muchas de estas llamadas no son atendidas directamente por la empresa o institución gubernamental a la que suponemos estamos llamando, sino que en realidad quien nos atiende es un trabajador o trabajadora de un *call center*. En efecto, cuando es inmensa la magnitud de las llamadas telefónicas recibidas, muchas empresas grandes (e instituciones públicas) en vez de desarrollar un área específica para atenderlas (*in company*), prefieren subcontratar estas actividades (vía *outsourcing* o *tercerización*) con otras empresas especializadas en atender llamadas telefónicas.

Pero el teléfono es un instrumento de dos vías, además de las llamadas mencionadas anteriormente –que voluntariamente realizamos– podemos recibir, en casa o en nuestro teléfono móvil, todo tipo de llamadas intrusivas con las que empresas especializadas nos hacen encuestas para evaluar la calidad de algún servicio utilizado, para conocer nuestras preferencias de consumo o incluso nuestras afinidades políticas. También recibimos llamadas donde lisa y llanamente pretenden vendernos algún producto o servicio, o hacen publicidad por alguna causa. En otros casos el teléfono es una vía para indagar los antecedentes de un solicitante de crédito o para localizar e intimidar a clientes morosos con sus pagos o simplemente para actualizar bases de datos. En todas estas situaciones son *call centers* los responsables de estas llamadas. Ya en el colmo, en el caso mexicano, todavía de vez en cuando recibimos por teléfono, mediante dramatizaciones de emergencias, distintos tipos de chantajes y extorsiones provenientes de algo parecido

a un *call center* informal que ha montado la delincuencia organizada para amagar –a cualquier hora, aleatoria e indiscriminadamente– a la población en general.

2. La telefonía: espacio, tiempo y dispositivo laboral

Pero ¿qué son los *call centers*? Nos parece insuficiente la descripción de ellos como un tipo específico de *servicios* que no prestan directamente las empresas a sus clientes, sino que los realizan con la intermediación de otra empresa, quien efectúa el contacto telefónico con los clientes y para hacerlo debe atender los protocolos y políticas acodados con la empresa contratante del servicio. De igual forma nos parece insuficiente su definición como una forma específica de *Business Process Outsourcing* (BPO) es decir de la subcontratación que una empresa hace con otra de parte de su organización productiva; donde existe otra modalidad que reconocen las empresas: la *tercerización* de procesos de conocimiento o *Knowledge Process Outsourcing* (KPO), que es una variante de los servicios BPO, e involucra los procesos de trabajo basados en el conocimiento y que exigen al trabajador un entendimiento y conocimiento profundos sobre cierta actividad, materia, área o campo de acción para su ejecución. Sin duda estas definiciones económicas y gerenciales ocultan la naturaleza profunda de esta realidad laboral.

Nos parece más apropiada la definición que propone Montarcé, que se aleja de la idea del servicio y se acerca a su caracterización como un espacio –no virtual, sino real– de producción simbólica no exenta de soporte material. Ella señala que “la particularidad que tiene la producción en el Call Center: [reside precisamente en la] producción interactiva de símbolos cognitivo–informativos” (2013: 53). Regresaremos a esto en el último apartado.

¿Qué pasa con su dimensión mercantil? Proponemos que el *call center* debe ser visto como parte de la cadena global de producción mercantil y de servicios. Conviene recordar que la propuesta teórica de la cadena global de mercancías sin duda es una consecuencia epistemológica de la teoría del Sistema Mundo de Immanuel Wallerstein. En 1986, Wallerstein y Hopkins, definen tal cadena como “la red de procesos de producción y trabajo cuyo fin y resultado es una mercancía acabada” (Hopkins y Wallerstein, 1986: 159). Sin embargo no fue sino hasta 1994 en que fue relanzada teóricamente al definirla como “El conjunto de redes inter–organizacionales agrupadas alrededor de una mercancía o producto vinculando hogares, empresas y Estados, unos a otros, dentro de la economía mundial” (Gereffi y Korzeniewicz, 1994: 2). Sin duda buena parte del trabajo realizado en los *call centers* encaja cómodamente en tal definición.

La fertilidad de tal constructo permitió no sólo entender los procesos de articulación fina del capitalismo en un momento posfordista y poscolonial, particularmente en el agro, sino que dotó de recursos teóricos a los profesionales del desarrollo y la gestión industrial para pensar los problemas relativos a la gubernamentalidad. Así mercancías

cuyos precios se regulan en el mercado mundial, mediante los sistemas financieros y bursátiles (como muchos agroproductos) fueron paradigmáticos para estudiar de manera empírica algunas de las primeras formas de encadenamiento global. De igual manera tales instrumentos teóricos permitían entender los nuevos eslabonamientos productivos de una industria automotriz globalizada y reterritorializada. Pero también tal constructo teórico ha sido retomado desde una lógica empresarial con el fin de aumentar la productividad y competitividad en el mercado global cada vez más reñido. Finalmente, esta noción puede ser identificada como el soporte de una estrategia estatal (consciente y explícita) en sociedades y naciones periféricas para consolidar y articular su avance en la nueva economía mundial de servicios. Tal es el caso de Guatemala cuya política de desarrollo económico e industrial prioriza y agrega, a las antiguas y tradicionales maquilas, la introducción de los *call centers* que trabajan para el mercado norteamericano, cuyo capital no sólo es local sino transnacional (Estados Unidos, España, India, México).⁵ Sin duda la contratación de tales empresas (de *telemarketing*, *contact centers* o, centros de llamadas y procesamientos de información, o simplemente *call centers*) fuera de las fronteras nacionales responde a que es más barato contratarlas en otras sociedades donde los salarios son mucho más bajos. Tal es el caso de la India, Filipinas, México y Guatemala (Arauz, 2016a).⁶

Los *call centers* son “un sector económico amplio y heterogéneo en donde conviven empresas de alcance global con empresas locales, prácticas laborales avanzadas con prácticas típicamente precarias y basadas en salarios bajos; también se evidencia que las diferencias entre tipos de mercados son importantes, bien sean estos mercados de masas tradicionales o mercados masivos pero también Individualizados” (Micheli, 2012:148). Sin duda una de sus características fundamentales de los *call centers* en todo el mundo es la contratación de una fuerza laboral joven. Es difícil estimar cuantos trabajadores a escala mundial laboran en esta industria, cuyo trabajo fundamental consiste tanto en la generación (*inbound*) como la respuesta (*outbound*) de llamadas telefónicas. En 2004 se estimaban entre 2.4 y 6.5 millones de personas empleadas en este tipo de trabajos, mientras que en Europa eran 750 mil. En 2005 sólo en Francia se calculaban 200 mil

5. Por cierto Montarcé (2015) utiliza la imagen de maquila informacional para referirse a los *call centers* mexicanos.

6 .Existe ya una sólida tradición en el estudio de los *call centers* de la India. En ese país diversas investigadoras han analizado finamente cómo los husos horarios distintos afectan a este tipo de trabajadores que atienden durante la noche fundamentalmente un mercado norteamericano diurno (Poster, 2007a y 2007b) también han explorado la dimensión estética del trabajo, es decir la importancia del acento lingüístico en la producción del servicio (Mirchandani, 2008). Por otra en Filipinas se ha estudiado también la subjetividad laboral (Fabros, 2009), y otros han establecido relaciones estadísticas entre la alta escolaridad de los trabajadores y la naturaleza poco calificada del trabajo que la mayoría realiza (Beerepoot y Hendriks, 2013) llegando a proponer que este empleo inicial sería parte de una de carrera laboral planificada a largo plazo por los trabajadores, que les brindaría la oportunidad ingresar al mercado laboral global.

trabajadores, y se estimaba que en Centroamérica y el Caribe se crearían 24 mil empleos en los siguientes años (Micheli, 2007: 49).

Sin embargo, durante 2015 en México además de llamadas telefónicas (que se realizan en el 100% de las empresas) se utilizan otros medios de comunicación con los clientes que pueden incluir comunicación por medio de correo electrónico tradicional (87%), textos SMS (85%), *web chat* (69%), redes sociales (53%), *Apps* Móviles (37%), videollamadas (33%), *WhatsApp* (32%); colaboración vía *Web*, (32%), entre otras (Arauz, 2016b:22).

3. Ciudad de México

Veamos muy brevemente los casos laborales que intentaremos comparar. Conviene señalar que en este apartado, además de las fuentes de información cuantitativa disponibles, utilizaré mis propias entrevistas y observaciones, las que completaré con parte de las reflexiones, análisis y materiales empíricos de Montarcé (2011, 2013 y 2015). Es importante señalar que es en la Ciudad de México, donde actualmente residen la mayor parte las empresas instaladas en el país, las cuales empezaron a funcionar bajo la figura del telemarketing a finales de la década de los 80 (ITM, 2016: 20). Del total de empresas estudiadas en 2010, 55% fueron creadas antes del 2000, y 45 % después de ese año (Micheli, 2012). El más reciente censo en México sobre empresas de *outsourcing* del sector de *call centers* fue realizado por el *Instituto Mexicano del Telemarketing* (Arauz, 2016b) y contiene algunas de las características más relevantes de esta industria. El censo abarca 94 empresas que poseen en su conjunto 230 *Centros de contactos (call centers)* distribuidos en el país, que contaban en total con 112,868 estaciones de trabajo y empleaban a 145,131 personas de los cuales 120,295 eran *Ejecutivos de Contacto* (eufemismo para no llamarlos trabajadores) quienes a lo largo de un mes atendían millones de llamadas. No sobra señalar que las primeras posiciones de tal lista de empresas las ocupan no sólo parte de los grupos económicos más globalizados de México (Carso, Telmex) sino también gigantes de origen norteamericano de escala global.

Sin embargo sólo el 38% de las empresas están dedicadas al mercado externo (*offshore*) y para ello utilizan el 25% de sus estaciones de trabajo. De estas 36 empresas 74% atiende a la región de Norteamérica; 39% al Caribe y Centroamérica; 25% a Sudamérica; y 14 % a Europa. Como se puede apreciar el mercado internacional más atendido es Norteamérica sin embargo el idioma más hablado en campañas *offshore* es el español -89% de las empresas-, a éste le sigue el inglés con 83%, el portugués con 36%, y al final el francés con 14% (Arauz, 2016b: 23).⁷

7. “Del total del mercado global Offshore/Nearshore, Estados Unidos representa más del 50%, ubicándose como el mercado más atractivo a nivel mundial. Adicionalmente, la población de habla hispana en EU es de más de 50 millones de personas, mercado potencial de Offshore en idioma español” (Arauz, 2016a: 14).

En este contexto cabe señalar que una especificidad del caso mexicano consiste en que un 64% de las empresas atiende exclusivamente al mercado nacional en español (*nearshore*) y si a ellas agregamos las empresas que laboran en español en Estados Unidos, Centro y Sudamérica, vemos que el 72% de todas las empresas instaladas en México no utilizan trabajadores bilingües.

Sin embargo hay que reconocer que durante los últimos años se ha incrementado en los *call centers* de la ciudad de México el número de jóvenes que son hijos de migrantes mexicanos que desde muy pequeños estudiaron en Estados Unidos y por ello hablan inglés (y muy poco o defectuoso español). Ellos debieron regresar “voluntariamente” a México debido a las reformas migratorias impulsadas por Obama durante los últimos años. Paradójicamente son indocumentados en ambos países (Anderson y Solís, 2014).

Finalmente, para el caso mexicano, conviene subrayar que casi la mitad de todas las estaciones de trabajo del país están ubicadas en el área metropolitana de la Ciudad de México donde también están más de la mitad de los *call centers*.

En México este sector comenzó a desarrollarse desde los años 90. Poco a poco fue creciendo y produciendo su nicho económico (articulándose a otras empresas y al Gobierno) y también produjo su mercado de trabajo. Por medio de entrevistas sabemos que durante los años 90 las empresas salían a la calle a contratar a la gente que estuviera pasando frente a ellas, promovían la contratación mediante ofrecimientos de trabajo en internet, así como llevando propaganda impresa a las escuelas preparatorias y a las universidades (particularmente instituciones públicas como el Colegio de Bachilleres, la UNAM, UAM o el IPN) de donde provenían muchos trabajadores cuyo perfil resultaba bastante homogéneo: eran jóvenes estudiantes que cursaban bachillerato o ya lo habían concluido; poseían un manejo básico de PC; contaban con flexibilidad de horarios y facilidad de comunicación verbal; pero sobretodo, con necesidad de trabajar y, a veces, con capacidad para hacerlo bajo presión. Trabajadores para quienes, en muchos casos, era la primera experiencia laboral a la que se enfrentaban en la vida y a la que suponían transitoria; por eso al poco tiempo de contratados muchos de ellos abandonaban el empleo.

Efectivamente esta industria es conocida por su altísima rotación de personal⁸ y por la casi total ausencia de sindicatos (Montarcé 2013 y 2015), por ello los trabajadores que se mantienen en ella lo hacen gracias a que –según las empresas– poseen además de la habilidad para trabajar bajo presión, *capacidad de resolución de problemas*, *actitud de servicio* y *orientación al cliente*. En general, en la ciudad de México el acceso a este tipo de trabajos es muy fácil, la oferta es continua y permanente, y la contratación casi

8. En los *call centers* mexicanos estudiados en 2013 la rotación anual de personal fue estimada en 84% y el ausentismo anual de los trabajadores en un 13% (Arauz, 2013b: 23).

inmediata, aunque los trabajadores no cumplan con el nivel educativo o la experiencia que se requiera formalmente para el puesto laboral (ahora se pide al menos año y medio de alguna licenciatura). Como resultado de estas condiciones laborales la mayoría de los trabajadores son jóvenes y escolarizados, que muchas veces viven esta primera experiencia laboral como la continuación del disciplinamiento escolar.

Las expectativas que los jóvenes estudiantes tuvieron al entrar a trabajar en una –que para muchos también, era su primera experiencia laboral en el sector “formal” de la economía–, fueron muy diversas: lo consideraban como un trabajo no definitivo, sino provisional, que sería armonizable con sus estudios; confiaban en que con los ingresos que obtuviesen podrían cubrir los gastos de la escuela y otros de naturaleza personal; esperaban también poder contribuir con los gastos familiares y, finalmente, adquirir cierta experiencia laboral para obtener algún otro empleo mejor remunerado en un futuro cercano o, al menos, más afín a lo que ellos estaban estudiando (muchos carreras técnicas y de computo). Al no cumplirse estas expectativas la gran mayoría abandona el empleo.

Desde luego no es “natural” la alta rotación laboral. Para explicarla habría que agregar la baja tasa de sindicalización de este sector así como las bajas condiciones laborales y salariales que comúnmente resultan de esa situación. Ahí donde sí existen sindicatos la rotación ha disminuido, al mejorar las condiciones de trabajo y salariales; por ello ha aumentado la antigüedad en el empleo y en las condiciones de trabajo. Montarcé, (2013, 2015) estimaba que el salario a principios de 2013 oscilaba entre 4,000 y 4,500 pesos mensuales (unos 340 USD), pero sólo se obtenía si se laborara la jornada completa; si se trabajasen menos de 8 horas las empresas calculan el salario por hora y de esta manera resulta mucho más bajo. Las empresas sindicalizadas han firmado tabuladores salariales que oscilan entre 5,040 y 7,310 pesos al mes (unos 490 USD) pero en ellas también se ajusta a la baja el salario dependiendo de las horas trabajadas. Por su parte en un estudio sobre el sector realizado en 2013 se reconocía que el “capital humano” estaba formado por Gerentes, supervisores y finalmente los trabajadores que indistinta y eufemísticamente eran clasificados como *empleados, agentes, asesores, operadores o ejecutivos telefónicos* (que pueden ser tradicionales –estándar– o *bilingües*). En su conjunto las remuneraciones representaban casi dos terceras partes del presupuesto de operación de los call centers (Arauz, 2013b: 22 y ss.). Como es claro estas empresas encarnan un modelo intensivo en fuerza de trabajo que puede ser pensado como una “configuración taylorista, simbólica cognitiva de control férreo y coercitivo” (Montarcé, 2015: 170 y ss).

Los salarios y otras prestaciones económicas son sin duda el componente fundamental de los costos de operación de estas empresas y por ello es estratégico mantenerlos bajos (es decir competitivos) para garantizar su inserción en un mercado global de llamadas telefónicas al que las empresas instaladas en México están accediendo. La política salarial

del sector también está atenta a lo que ganan trabajadores similares contratados “*in company*”, es decir por empresas que producen ellas mismas los servicios que contratarían con los *call centers*; tales empresas pagan a sus trabajadores salarios y prestaciones superiores a las de la Ley Federal del Trabajo (donde se incluyen fondos de ahorro, vales de despensa, servicios de comedor, uniformes y más días de vacaciones y aguinaldo) que son muy superiores a los devengados en los *call centers*. Así los *call centers* durante 2013 pagaban a sus *ejecutivos tradicionales* (que trabajan en español) como sueldo fijo en promedio de 4,300 pesos a los que sumaban otros 1,900 –como sueldo variable– para dar un total de 6,200 mensuales, que comparados con los trabajadores similares contratados “*in company*” resulta 2,400 pesos menor. Pero si el ejecutivo era *bilingüe* obtenía en un *call center* en promedio 8,400 pesos mensuales (1,800 menos que su homólogo “*in company*”) que equivalían aproximadamente a 501 dólares. Cabe señalar que para los trabajadores del ramo industrial de los *call centers* la parte fija ha disminuido 9% desde 2011 mientras que la parte variable se ha incrementado en igual porcentaje como una política de flexibilización salarial asociada a la productividad (Arauz, 2013b). En 2013 el salario mínimo en México era 1,942 pesos mensuales y equivalía aproximadamente a unos 116 dólares.

Los jóvenes que laboran en este tipo de empresas valoran en general positivamente su trabajo ya que por tratarse en muchos casos de una jornada de medio tiempo mantienen la expectativa de poder realizar otras actividades (otros trabajos, seguir sus estudios). También aprecian la atmosfera de informalidad laboral que priva en muchos de estos lugares así como la flexibilidad para poder faltar al trabajo y no sentirse atados por horarios rígidos a puestos cuyo ritmo laboral impide que se ausenten. Incluso en algunas ocasiones pueden “negociar” de manera informal la duración de su jornada laboral. Los trabajadores valoran muy alto la atmosfera de juvenil informalidad en la que pueden asistir al trabajo (usando *jeans*, *pants*, tenis, gorras, celulares y tabletas de todo tipo sin tener problema alguno). Pero tal vez lo que más valoran es la existencia de un buen ambiente de trabajo donde el tuteo y la jovialidad permiten construir amistades, relaciones amorosas y de pareja con otros jóvenes trabajadores y trabajadoras con los que comparten no sólo un mismo perfil sociodemográfico, sino los mismos intereses y gustos etarios. En suma es un trabajo que pareciera les permite a preservar su condición y estéticas juveniles. No es difícil que en estos espacios laborales madres jóvenes y solteras encuentren que un trabajo de medio tiempo y flexible les sea conveniente.

Sin embargo lidiar por vía telefónica con una atmosfera emocional distinta proveniente de clientes enojados con la mercancía o el servicio que adquirieron o indignados por lo inoportuno de sus llamadas, o por la ineficacia e ineficiencia para atender sus problemas y demandas, resulta la principal fuente de stress laboral. Si a ello agregamos que muchas veces trabajan en “campañas” en las que tienen que ofertar productos o servicios que

personal y directamente no conocen o utilizan como seguros de vida o de gastos médicos, tarjetas de crédito *platinum* (un joven por definición no es sujeto de crédito), o arreglar situaciones en las que personalmente nunca han estado, pero en tales casos simular siempre que no es así, entenderemos lo difícil, pero también lo específico de su trabajo (como veremos en el último apartado).

Si a lo anterior agregamos las consecuencias salariales del control empresarial – mediante un monitoreo riguroso de la cantidad y calidad de los resultados obtenidos, las grabaciones de interacciones telefónicas y la medición de la duración de las llamadas– podremos entender no sólo la alta rotación, sino porqué pocos pueden hacer una carrera laboral en este tipo de empresas en las que el tabulador de puestos y salarios no es muy diversificado. Mediante la práctica de la rotación estos trabajadores exploran las empresas del sector en la búsqueda de un espacio laboral menos precarizado (Hualde *et al*, 2016: 13-15). Por ello los pocos operadores y operadoras que “sobreviven” son aquellos que lograron acumular una mayor escolaridad y experiencia en el manejo de los clientes dado que poseen un mayor desarrollo de habilidades comunicativas y relacionales, así como mayor conocimiento en el manejo de los productos y servicios que se ofrecen. Ellos debieron demostrar *tolerancia a la frustración*, como rezan las ofertas de trabajo en *call centers* que aparecen en internet. Pero sin duda debieron también desplegar una gran capacidad para construir vínculos personales con sus superiores de los que dependía la evaluación que garantizara no sólo su salario sino su permanencia en el empleo. Hasta aquí el primer caso mexicano, que en mucho es similar al guatemalteco.

4. Ciudad de Guatemala

El segundo caso que quiero presentar es el de la ciudad de Guatemala. Para abordarlo me basaré fundamentalmente en las reflexiones y rica etnografía realizada por Luis Pedro Meoño (2010, 2013a, 2013b, 2013c y 2015) miembro de nuestro grupo de investigación *La ciudad transnacional*; materiales cuya recopilación, interpretación y análisis acompañé cercanamente. Este caso es en muchos aspectos similar al mexicano; por ello y para economía de espacio únicamente subrayaré algunas de las singularidades y diferencias más significativas las que presentaré de manera contrastada con México. En algunos aspectos el caso de Guatemala se asemeja más al de Tijuana (Romero, 2015), que al de la ciudad de México, ya que la ciudad fronteriza mexicana, al igual que la centroamericana, reciben migrantes retornados voluntaria o involuntariamente –mediante deportación– de los Estados Unidos y en ambas, aquellos que dominan el inglés, pueden incorporarse a los *call centers*.

El sector de *call centers* en Guatemala inició con capital local en los 90. A finales de esa década ya había presencia de capital transnacional en el sector, pero es hasta después del 2000 que se consolida con la llegada de capital proveniente de Estados Unidos, España, India y México. En 2010, este sector económico empleaba entre 15 y 22 mil trabajadores;

en 2011 el sector de *call centers* lo formaban 75 empresas que en su conjunto han generado más de 15,000 plazas de empleo formal. Casi 40% de sus trabajadores eran mujeres. A diferencia del caso mexicano, el conjunto de esta fuerza laboral tiene un dominio del inglés superior al 60%. El salario promedio pagado en el sector es más del doble del salario mínimo local y es 66% mayor que el promedio salarial nacional, sin embargo el sector parece estar perdiendo competitividad internacional frente otras economías emergentes (Meoño 2013 a y 2010, y Arauz, 2016a).

La primera gran diferencia que salta a la vista, respecto al caso mexicano, es el tipo o “modelo de negocio” que han construido ahí: en Guatemala el mercado fundamental de los *call centers* es el externo –*offshore*–, aunque “Según los promotores locales de la industria, Guatemala se ha podido posicionar en el mercado *Nearshore* [norteamericano] gracias a tres factores centrales. La cercanía geográfica y cultural con los Estados Unidos, la buena infraestructura en telecomunicaciones, junto a uno de los menores costos de la telefonía en el continente. «Pero sobre todo la existencia de una fuerza de trabajo de alta calidad a bajo costo». Descrita por los empresarios y las agencias promotoras del gobierno [de Guatemala] como: de «un alto nivel educativo y bilingüe». Que además, dada la proximidad, «están familiarizados y de hecho han sido influenciados de forma cotidiana por la cultura popular norteamericana»” (Meoño, 2010: 4, corchetes míos). A manera de ejemplo una sola empresa transnacional instalada en Guatemala “... atiende a cerca de 15 millones de clientes en Estados Unidos, que generan cerca de 70 a 80 mil llamadas diarias. Este flujo se reparte entre varios centros de atención localizados en Colombia, Guatemala, Belice, Guyana, Filipinas y la ciudad de Miami. Los cerca de 1000 agentes telefónicos [de la citada empresa] en Guatemala tienen una jornada laboral de 7 horas diarias durante 5 días a la semana, los días de descanso generalmente no corresponden con el fin de semana. Trabajan en tres diferentes turnos, matutino, vespertino y nocturno. Obtienen como salario base Q3,400 (usd 425) mensuales más un bono por productividad que varía entre los Q600 (usd 75) y Q800 (usd 100)...” (Meoño, 2010:3). Es muy arriesgado hacer comparaciones salariales con el caso mexicano porque los costos de la vida de los trabajadores son muy diferentes en ambos países; sin embargo si comparamos los 525 dólares que podría ganar en 2010 un trabajador guatemalteco con los 501 dólares que ganaba en 2012 un *ejecutivo bilingüe (offshore)* mexicano, vemos que la diferencia no es muy grande: ¡menos de un dólar al día! Pensamos que esto es así porque el salario pagado a los trabajadores transnacionales de este sector industrial en ambas sociedades no se regula ni local ni sindicalmente, sino que es el capital presente en el sector quien unilateralmente lo regula y define globalmente. Esto explica en parte porque para algunos analistas (Arauz, 2016a:16) el sector de *call centers* de Guatemala empieza a rezagarse.

Una segunda diferencia con México reside en el tipo de segmentación de la fuerza de trabajo que se ha producido en el mercado de trabajo consolidado en Guatemala: “El mercado laboral de los *call centers* es mixto. Está compuesto por *una mayoría de estudiantes universitarios, pertenecientes a las llamadas capas medias urbanas*, quienes aprendieron el idioma inglés gracias a que recibieron una educación bilingüe de calidad en el sistema educativo del país altamente privatizado” (Meoño 2013b: 1, cursivas mías). Al lado de ellos existe un segundo sector de menor tamaño que está formado fundamentalmente por trabajadores deportados o retornados de Estados Unidos cuya característica fundamental, para el trabajo en *call centers*, es que vivieron en esa sociedad durante muchos años y por eso hablan bien el inglés (regresaremos a ellos al final de este apartado). Dadas las políticas de contratación de las empresas instaladas en Guatemala se constituyen nichos laborales diferenciados que asignan un lugar distinto a los trabajadores dependiendo de su apariencia física, origen social, lugar de residencia y biografía es decir otros recursos culturales que porten por su origen familiar o historial laboral.

En efecto, a diferencia del caso de la ciudad de México, en la ciudad de Guatemala –con más de cuatro millones de habitantes en su área metropolitana– los *operadores telefónicos* no provienen fundamentalmente de los sectores urbanos populares, sino también y en mayor proporción, de una clase media que imaginariamente se asume como blanca. Estos sectores urbanos medios, y medio–altos, proporcionan a la industria de los *call center* los jóvenes educados y angloparlantes que fueron escolarizados en un elitista sistema educativo privado y no en masificadas instituciones educativas públicas –como es el caso mexicano.

Consistente con ese origen social relativamente alto de una parte de los operadores o *agentes* se encuentran los emplazamientos urbanos escogidos por los *call centers* para operar; éstos se encuentran distribuidos en las principales avenidas de la capital guatemalteca y en zonas urbanas y barrios distinguidos, donde se aglomeran centros o plazas comerciales tipo *mall*; espacios urbanos en los que esta industria reúne a estos jóvenes “*caqueros*, gente bien, educada, de clase media, bilingüe y «con cultura»...”⁹.

Sin duda, para un joven de la clase media alta guatemalteca resulta muy atractivo ir a trabajar a un *call center* instalado en un pretencioso, seguro y pacífico centro o plaza comercial, dónde labora entre sus iguales; en un ambiente de consumo urbano no pocas veces festivo, lúdico e informal, en el cual se comunica en inglés fluido con sus compañeros y supervisores laborales; en una jornada laboral flexible en la que además

9. Caquero es un “vocablo guatemalteco equiparable en ciertos sentidos al mexicano fresa” (Meoño 2010: 11) Por su parte el vocablo fresa fue definido como: “[...]3 adj. (Coloq.) Tratándose de jóvenes, que no se arriesga a contravenir normas y leyes, que pertenece a una clase social privilegiada, generalmente de dinero y con gustos e ideología conservadores: un chavo fresa, «Hay unos que son bien fresas y no entran en onda», «Si eres fresa, ¿por qué traes greña?» [...]” (DEM, 2016).

de su *diadema* telefónica, atiende las llamadas y mensajes personales con su celular, y se mantiene informado y actualizado en las redes sociales con el teléfono personal y la computadora que tiene enfrente encendidos durante su jornada; realiza un trabajo –que por cierto– consiste en comunicarse con personas angloparlantes de otras sociedades; y que, al terminar la jornada, se reintegra a un espacio urbano amable que invita al paseo, al consumo y al ocio. Este conjunto de características laborales parecieran investir de *glamour* y distinción a este tipo de trabajos –y todo sucede en un país como Guatemala, que ha vivido durante décadas con violencia y que mantiene hoy su gran desigualdad social.

Esta situación laboral guatemalteca poco se parece a la mexicana donde en no pocos espacios laborales, hostiles y hacinados, se atienden, muchas veces en competencia con otros trabajadores, a una empresa, una cuenta, un “proyecto”, una “campaña” o un cliente, siempre bajo la mirada escrutadora de supervisores que “te evalúan constantemente”. Tal pareciera que, para la implementación de esta industria en Guatemala, el mercado de trabajo local exigiera al mismo tiempo evocar o producir una versión tropicalizada del ambiente laboral *Google* o de las empresas *punto-com*.¹⁰

En estos espacios de trabajo guatemaltecos, impregnados de consumo y ocio, se lleva a cabo un *performance* laboral cuya eficacia simbólica resulta sorprendente: el trabajo en el *call center* imaginariamente se transmuta en tiempo libre, juego, fiesta, diversión y distinción adolescente. Un *performance* en el que las fronteras entre lo laboral y lo lúdico, lo productivo y el consumo parecen simbólicamente disolverse y dar lugar a la fusión del tiempo del trabajo con el del ocio.

Otra diferencia se ubica en lo que podríamos identificar como un modo específico de segregación social y cultural de la ocupación. Si bien en la ciudad de México el mercado aparece como unificado¹¹, en Guatemala el sector *offshore* pareciera segmentar social y

10. Reseñando estos ambientes laborales se ha señalado que: “Google, la mejor empresa para laborar. El gigante tecnológico encabeza el ranking de negocios «Los Empleadores Más Atractivos del Mundo 2012» elaborado por la firma internacional Universum [...] «¡La fiebre de Google sigue ardiendo! Los estudiantes se sienten atraídos por el ambiente de trabajo relajado y creativo de la empresa, su atmósfera internacional y sus productos innovadores, ya que ofrece excelentes beneficios y oportunidades que a otras empresas les resulta difícil igualar», dice Petter Nylander, CEO de Universum [...] En el 2011, en las oficinas de Google México, laboraban alrededor de 35 empleados, quienes siguiendo la tradición de las empresas *punto-com*, han dejado lejos la corbata y las formalidades, uno de los atractivos de la empresa [...]. Muestra de los grandes beneficios que la firma puede presumir, son de sus oficinas acogedoras, con hamacas y toboganes (Suiza), muros de escalar (Colorado) y pasillos para bicicletas (Países Bajos) y de mantener un staff relativamente pequeño: 26,316 empleados en todo el mundo hasta el 2011 (En contraste con IBM que contaba con 426,000 empleados y Microsoft con 89,000) [...]” (El Economista, 20 de septiembre de 2012).

11. En muchas ofertas públicas de empleo se solicita experiencia en el sector de *call centers* e incluso en algún tipo específico de tecnología o estación de trabajo y el requisito del inglés parece ser sólo una variante de una oferta en general unificada en torno al español. Sin embargo estos trabajos están tan desprestigiados en México que en muchos anuncios publicados en periódicos, que ofertan trabajos distintos, se debe aclarar que: “no se trata de *call center*”.

culturalmente al mercado laboral urbano entre: a) una mayoría de empresas que prefieren reclutar a los hijos de los sectores medios y b) algunas otras grandes empresas, que prefieren trabajadores cuya singularidad es que hayan sido recientemente deportados (o retornaron voluntariamente) de los Estados Unidos. Estos últimos trabajadores guatemaltecos, llamados *homies* o *mareros*, portan un estigma social por su apariencia étnica, por su ropa corriente de aspecto *cholo*, pero sobre todo por sus tatuajes. Sin embargo muchos de ellos hablan con fluidez el inglés y portan un conocimiento cotidiano de la vida en Estados Unidos les da una *habilitación cultural* para este tipo de trabajos.

No queremos dar la impresión que este tipo de trabajadores deportados o retornados son exclusivos de Guatemala. Tal como lo pudo documentar agudamente Maribel Romero (2012, 2015), otra integrante de nuestro proyecto de investigación, en la fronteriza ciudad de Tijuana, México, se da un fenómeno similar al de los *homies* guatemalteco aunque su singularidad es la colindancia geográfica, cotidiana y cultural con los Estados Unidos. De hecho el laborar en Tijuana en un *call center* les permite estar conectados cotidianamente con sus amigos, familiares y demás redes sociales del *otro lado* de la frontera, y tal emplazamiento –eventualmente– bien puede facilitar el retorno intermitente a esa sociedad o bien dar lugar a una especie de copresencia transnacional imaginaria en ambos países. En efecto los trabajadores de los *call centers* de Tijuana “[...] viven en una situación de “transnacionalidad” [...] Se trata de una renovación cotidiana de las habilidades tanto culturales como afectivas necesarias para poder brindar un servicio a los clientes que se encuentran dentro de los Estados Unidos, «como si» estuviesen proporcionando el servicio desde el territorio estadounidense [...] entonces que se comprende mejor la importancia y el papel que juegan ambas zonas fronterizas. Mientras que una provee al trabajador de los elementos necesarios para realizar el trabajo, y le une con el cliente que se encuentra a cientos o miles de kilómetros de distancia, la otra le sitúa en un lugar en el que los salarios y condiciones de trabajo son mejores para el inversionista, pero sumamente precarias para el trabajador. A esto es a lo que podríamos llamar «trabajar en el mismo huso horario (del cliente) pero en una zona salarial diferente». Se trabaja en un hiperespacio del capital global, pero se vive en un margen transnacional. [...] donde convergen ambas «zonas fronterizas» es el lugar donde los trabajadores transculturales (deportados) aportan al proceso de acumulación global. Las conexiones transnacionales de la fuerza de trabajo empleadas reproducen cotidianamente su transnacionalidad y así proveen a las empresas del valor cultural (lingüístico, simbólico y afectivo) que requieren para continuar diariamente el proceso de producción de servicios. Así entonces, los trabajadores son una «bisagra» que articula dos zonas fronterizas que se superponen en una misma ciudad transnacional, y cuya vinculación es fundamental para la continuidad del proceso de desposesión y acumulación” (Romero, 2012: 7–8). No sobra subrayar la pertinencia de muchas de estas características para entender a Guatemala.

En efecto tanto en deportados o retornados a Tijuana, como en *homies* de ciudad de Guatemala asistimos al proceso por medio del cual el capital transnacional, representado por esas grandes empresas *offshore*, se apodera del capital cultural difícilmente adquirido durante la experiencia laboral fuera del país de origen pero que se porta, por así decirlo, de manera *in-corporada*. Así retornados o deportados, es decir fuerza laboral transnacional desechada por otros sectores del capital norteamericano, es reciclada por los *call centers* globales que operan en Guatemala y en ellos se expropia un capital simbólico, lingüístico y cultural cristalizado en sus habilidades comunicativas (que es parte de lo que arriba llamamos *habilitación cultural*) adquiridas por estos migrantes laborales en un modo de vida transnacional que articula su experiencia vital, urbana, afectiva y laboral entre Guatemala o México y los Estados Unidos.

Sin duda el capital global se apropia de parte de lo mejor que han producido las sociedades y economías emergentes. Tal proceso de desposesión implica por una parte, que jóvenes populares, urbanos y escolarizados, en el caso de la ciudad de México, no culminen sus estudios superiores y regresen a sus hogares renunciando a la expectativa familiar del ascenso social; y que, en el caso guatemalteco, jóvenes miembros de parte de la elite social local, ante la ausencia de un mercado laboral urbano que proporcione empleos acordes a su status, sean sometidos a un proceso de *glamorosa proletarización*, aunque tal vez a diferencia de los jóvenes de la ciudad de México no desciendan socialmente. Por otra parte, asistimos también al proceso mediante el cual el capital global recicla y se reapropia de la fuerza de trabajo desechada por las economías centrales; el capital exprime hasta la última gota de los recursos culturales que tales trabajadores acumularon en sus difíciles biografías y trayectorias laborales –en las que pudieron haber trabajado en ciudades globales.

En ambos casos la globalización del capital tiene como correlato el surgimiento de condiciones o modos de vida transnacionales, que se pueden verificar tanto en su frontera física con un sur global –el caso de Tijuana–, como extenderse más allá de esas fronteras físicas y florecer tanto en barrios populares como en áreas urbanas distinguidas de dos zonas urbanas metropolitanas de la Ciudad México y Guatemala (véanse planos de la migración regional en OIM, 2015). Estos modos de vida y trabajo transnacional, como vimos, se despliegan de distinta manera: en modalidades populares (nativas, retornadas o deportadas) y en otra elitista. Estas condiciones transnacionales aparecen atravesadas por una dimensión o agenda etaria, donde el lado juvenil les corresponde a los trabajadores y el lugar adulto al capital y a los clientes. Pero los jóvenes tampoco son homogéneos; entre ellos se reproduce una contienda clasista mayor, que adquiere la forma de una disputa simbólica acerca de la legitimidad de los estilos juveniles y estéticas corporales que se portan. En este contexto el trabajo en los *call centers* es el *escenario* donde se verifican distintos dispositivos simbólicos que dan lugar a diferentes tipos de

performances laborales donde se *dramatizan* tanto las diferencias culturales, etarias, de pertenencia social y de status; como las desigualdades sociales y clasistas.

A manera de conclusión: Performance laboral

A esta altura estamos en condiciones de hacer una reflexión general sobre la naturaleza simbólica y performativa de los *call centers* que hemos visto en este artículo. Empezamos retomando el punto donde lo dejó Montarcé: “[...] podemos definir la actividad [laboral en el *call center*] como un trabajo de tipo cognitivo en el que un operador telefónico gestiona servicios ofreciendo información a un cliente–usuario a través del uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC). La gestión del servicio conlleva la producción y circulación de información, lo que ha llevado a autores como Russell (2009) a conceptualizar la actividad como «trabajo de servicios informacionales» («*Info–Service Work*»). La materia prima, la actividad, y el producto que surge de estas interacciones está compuesto por información objetivada; es decir, el objeto que se produce y consume en el proceso de trabajo es información. En ese sentido, estamos de acuerdo en definir la actividad en *call centers* como plantea Russell, (2009), sin embargo habría que considerar que en la actividad no sólo se producen, intercambian y consumen flujos de información, sino también diversos tipos de signos lingüísticos y no lingüísticos (Fabros, 2009) [...]” (2013: 33, corchetes míos). Efectivamente, en cada llamada telefónica a lo que asistimos es a un intercambio simbólico y cognitivo entre el operador y el cliente–usuario, pero podemos ir más lejos y proponer que en realidad es un *performance*.

La antropología ha recorrido su propia ruta en la construcción de conceptos pertinentes. Así El término *performance* probablemente cobró legitimidad en el campo y léxico antropológico gracias a la obra de Victor Turner (1987) –quien antes ya había desarrollado el concepto de *drama social* (1974) –; por su parte, Anne Johnson y Rodrigo Díaz recientemente han rediscutido su competencia heurística y al hacerlo expanden su dominio semántico y de sentido: “El *performance* en ocasiones *la performance*, es un concepto a la vez establecido y emergente. Puede señalar las actividades poéticas humanas: aquellas conductas expresivas o prácticas simbólicas a partir de las cuales lo corpóreo, lo comunicativo, lo artístico, lo estético, lo significativo, lo emotivo, lo repetido y lo novedoso se conjuntan. [...] es notable la borrosidad del concepto de *performance*, ya que está habitado por una serie de dificultades en torno a su definición, el establecimiento de sus límites semánticos y, sobre todo para los académicos cuya lengua materna no es el inglés, su traducción. ¿Por qué no desempeño, descarga, representación, mimesis o simulacro? [... Sin embargo,] el mismo carácter provisional del concepto puede entenderse como una ventaja, ya que abre la posibilidad de reflexionar sobre un amplio abanico de actividades, acontecimientos, posicionamientos y actitudes humanas.” (Díaz y Johnson, 2015: 3, corchetes míos). Johnson, por su lado, precisa que “Enfocarnos en el *performance* como acción centra nuestra atención en la práctica, la ejecución, el

cuerpo, el cumplimiento, la promesa, el *trabajo*, la praxis, la ética, la política, el poder, la identidad, el manejo de la impresión y la vida cotidiana” (Johnson, 2015: 14, cursivas mías) y nos propone un sugerente rizoma (*ibíd.*: 15) que en su arborescencia hace gráfica la expansión del campo semántico y nos permite desarrollar nuestra propuesta.

Regresemos al *call center*. Propongo que lo específico del *performance laboral* desplegado en este trabajo es una configuración particular de diferentes dimensiones imaginarias, culturales, subjetivas y emocionales.

Empecemos explorando algunos elementos de su dimensión imaginaria. Las sofisticadas tecnologías de la información y la comunicación (hardware, software, medios de comunicación telefónicos e informáticos) no sólo son soporte material sino mediadores indispensables en estos *performances* laborales; pero paradójicamente ellas también son el soporte de un imaginario laboral que hace que el trabajador se perciba a sí mismo como copartícipe –como actor o agente– de la sociedad del conocimiento, sin darse cuenta que en realidad su condición laboral se asemeja mucho más, sobre todo en la parte manual y salarial de su trabajo, a aquella que poseía en antiguo capturista a destajo taylorizado. Esto lo podemos comprobar recordando las expectativas laborales que portan los jóvenes populares de la ciudad de México quienes piensan que podrán concluir su educación técnica e informática y hacer una carrera. En el caso de Guatemala, los lugares de trabajo y la atmosfera laboral descrita, confirma en su condición social a los jóvenes de clase media guatemaltecos por lo que imaginariamente diluyen la frontera entre el ocio y el trabajo. Finalmente en Tijuana la conexión de los trabajadores con la vida cotidiana que realizaban en la sociedad de la que fueron expulsados se restablece virtual e imaginariamente mediante redes sociales y comunicaciones telefónicas.

Por lo que respecta a la dimensión cultural ya hemos planteado que en cada llamada el operador u operadora deben cuidadosamente escoger, improvisar, desplegar y poner en juego todo su bagaje y experiencia social acumulada; no bastan sólo los conocimientos adquiridos formalmente en la escuela o en los cursos de entrenamiento laboral, es necesario echar mano de todo el capital cultural adquirido a lo largo de su biografía para interactuar con el cliente–usuario en un *performance* laboral que al final logra producir *credibilidad* y *certidumbre* en sus transacciones. Con esto nos referimos a la *adecuación cultural* indispensable para que *en* el intercambio telefónico pueda llevarse a cabo un *performance* laboral –cuyo contenido de creencia en el saber del trabajador y en la veracidad de su empatía– es el soporte que sostiene su eficacia simbólica. Sabemos del caso de trabajadores retornados en que un criterio para contratarlos ha sido el código postal donde residían en Estados Unidos para que, una vez en el *call center*, pudieran hacer uso de los conocimientos urbanos que poseían.

Veamos ahora otros elementos asociados a la subjetividad laboral. Independientemente de su carácter colectivo o social, y de la atmosfera juvenil –y sobre todo jovial– de

muchos estos ambientes laborales el operador, a la hora de responder una llamada en una estación de trabajo donde atiende al usuario, descubre que su trabajo es altamente estresante, individualizado, rutinario y sobre todo solitario; sólo de manera excepcional requiere de la cooperación de otro operador telefónico con mayor experiencia o de algún supervisor. La unidad laboral mínima, la llamada, se atiende inexorablemente de manera individual y la duración y el resultado de ella es minuciosamente monitoreado por medio de grabaciones, controles grupales y desde luego mediante las evaluaciones cualitativas de los responsables de cada equipo de trabajo; evaluaciones que determinan no sólo la eficacia en el desempeño y el monto salarial obtenido, sino la permanencia en el trabajo. Pero si analizamos más detenidamente la interacción intersubjetiva (Berger y Luckmann, 1980[1966]), implicada *en* cada llamada telefónica, podemos observar cómo se producen y reproducen social y simultáneamente, tanto el propio operador como el cliente–usuario con quien interactúa en el *performance laboral*; ambos al finalizar la llamada adquieren nuevas habilidades y destrezas sociales y tecnológicas que no poseían antes de la experiencia. Pero además este dispositivo laboral tiene otra eficacia social y simbólica: la *confirmación dramatizada* mediante tal *performance*, del status social diferente de ambos: uno debe siempre estar al servicio del otro. Esto es particularmente *dramático* cuando un joven de clase media guatemalteco atiende a sectores populares de los Estados Unidos; en esta experiencia se lleva a cabo una suerte de inversión simbólica del status de cada uno. Sin duda una parte fundamental del trabajo tiene que ver, menos con la virtualidad y la tecnología, que con la con la propia subjetividad del operador indispensable para la existencia de intersubjetividad laboral.¹²

Desde hace tiempo se han identificado y propuesto distintas aproximaciones al trabajo afectivo o emocional (Hochschild 1983, Leidner, 1993, Hardt y Negri, 2002; entre otros). Un último componente de la configuración que da origen al *performance* que venimos comentando se refiere precisamente a la dimensión emocional o afectiva (Calderón, 2012) presente en cada llamada, es decir al intercambio emocional de signos y símbolos en el espacio laboral. Este, como todos los trabajos humanos, se efectúa en un ambiente, en una atmosfera emocional *interconstruida* entre los propios trabajadores, y entre estos

12. Tal vez se ha argumentado excesivamente sobre la existencia de una supuesta subjetividad Windows en los call centers “Los trabajadores informacionales tienen una subjetividad productiva preparada para lidiar con numerosos estímulos superficiales, efímeros y simultáneos (Subjetividad Windows). En efecto, la subjetividad productiva de los trabajadores informacionales presenta un alto grado de indeterminación. En primer lugar, debe ser flexible y estar preparada para cambios permanentes, reentrenamiento, capacitación constante, cambios de empleo, etc. (Coriat, 1992). Es decir, debe poder lidiar con una diversidad de estímulos diacrónicos. Pero, más interesante es que esa subjetividad productiva debe enfrentarse a una simultaneidad de estímulos en términos sincrónicos. Los trabajadores de los call centers –pero también programadores, diseñadores gráficos y aún investigadores– operan con decenas de ventanas abiertas simultáneamente en sus PCs, a la vez que hablan con el cliente, escuchan a sus compañeros, supervisores, etc. En cualquier caso, es de esperar que el acostumbramiento a un conjunto de estímulos numerosos, efímeros y cambiantes marque indeleblemente las capacidades productivas de estos trabajadores” (Zukerfeld, 2006: 83).

y sus supervisores. Sin embargo aquí la centralidad de lo emocional juega un papel significativo, ya que parte importante de la eficacia laboral consiste en *dramatizar* la relación cara a cara (voz a voz) con el cliente–usuario y producir empatía por medio de la cual se interconstruye, interpreta y negocia –social e intersubjetivamente– el sentido de todas las transacciones. El trabajador contiene todo el tiempo con los diferentes estados anímicos de los usuarios para poder aplicar las políticas y protocolos de la empresa–cliente.

Mediante tal *performance* al cliente se le transmiten certidumbre y confianza, se apaciguan su ansiedad, enojo y frustración. En estas interacciones, que pueden ser de duración variable, se resuelven dudas e incertidumbres, pero sobre todo se debe transmitir la idea de que un anónimo usuario es tratado como *persona*, que definitivamente no es un cliente anónimo. Este *performance* se asemeja a los “juegos de identidad simulada” (Guillaume y Baudrillard, 2000).

Sin duda este trabajo exige, además de experiencia y aprendizajes, recursos psíquicos para poder transitar muy rápidamente por atmósferas emocionales distintas y ser receptores de procesos transferenciales de ansiedad y otros estados anímicos provenientes de sus clientes. Con recursos emocionales el *performance* produce y reproduce un imaginario de verisimilitud, confianza y empatía con el cual el cliente–usuario, en su intimidad telefónica apenas percibe la realidad de estar ante un sistema automatizado desde donde –del otro lado de la línea– es tratado mediante rutinas, y protocolos convenidos previamente entre dos empresas (el propio *call center* donde labora el operador y la *empresa–cliente* que contrató sus servicios).

Recientemente ha sido problematizada la existencia de sistemas de detección emocional con los que las empresas pueden supervisar el desempeño de los trabajadores durante las llamadas (Poster, 2011, y Van Jaarsveld y Poster, 2012). Estos sistemas analizan la frecuencia de la voz para detectar un conjunto de estados anímicos y emociones humanas; evalúan las palabras escogidas e infieren las emociones del trabajador a partir de indicadores como el tono, la cadencia o la tranquilidad. Sin embargo la tecnología aún no puede emular a la subjetividad humana. En tanto estos sistemas de fiscalización no se extiendan por toda la industria, la maquinaria específica del *call center* seguirá siendo la habilidad humana y no los teléfonos, ni los sistemas de comunicación contemporáneos. En caso de que se extienda tal tecnología (que supervisa los estados emocionales de clientes y trabajadores) seguramente los recursos que actualmente usan los trabajadores serán la base de su resiliencia laboral. El dispositivo fundamental seguirá siendo el *performance* laboral que los trabajadores deben realizar para hacer exitosa una llamada; en él se despliegan fundamentalmente sus recursos culturales, sociales, biográficos, identitarios y étnicos en donde su psiquismo y su subjetividad manifiestan lo excepcional de la condición humana.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Alba, C., Lins Ribeiro, G y Mathews, G. (2015) *La Globalización desde abajo. La otra economía mundial*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica/El Colegio de México.

Anderson, Jill y Solís, Nin. (2014) *Los otros dreamers*. Ciudad de México: Offset Santiago.

Arauz, Carlos (2013a) “Fortalezas de la industria mexicana de *Outsourcing*. *Censo enero 2013*”. *Contactforum*, IMT, marzo–abril, 16 (52): 6–21

[<http://imt.com.mx/revista/52/index.htm> Consultado el 14 de mayo de 2016].

Arauz, Carlos (2013b) “Sueldos y compensaciones en Centros de Contacto, 2012”. *Contactforum*, IMT, marzo–abril, 16 (52): 22–24. [<http://imt.com.mx/revista/52/index.html> Consultado el 14 de mayo de 2016].

Arauz, Carlos (2016a) “Estudio sobre la Competitividad de la industria mexicana de Centros de Contacto BPO a nivel mundial”. *Contactforum*, IMT, 20 (67), Enero–febrero: 4–15. [<http://imt.com.mx/revistaCF/2016/01Enero/> Consultado el 14 de mayo de 2016].

Arauz, Carlos (2016b) “Censo Nacional de Empresas de Centros de Contacto BPO–KPO”. *Contactforum*, IMT, 20 (67), Enero–febrero: 18–40

[<http://imt.com.mx/revistaCF/2016/01Enero/> Consultado el 14 de mayo de 2016].

Baudrillard, Jean y Guillaume, Marc (2000) *Figuras de la alteridad*. Ciudad de México: Taurus.

Beerepoot, Niels y Hendriks, Mitch (2013) “Employability of offshore service sector workers in the Philippines: opportunities for upward labour mobility or dead–end jobs?”. *Work, Employment & Society*, 27 (5): 823–841.

Berger, Peter y Luckmann, Thomas (1980[1966]) *La construcción social de la realidad*, Madrid: Taurus.

Besserer, Federico y Nieto, Raúl (2015) *La ciudad transnacional comparada. Modos de vida, gubernamentalidad y desposesión*. Ciudad de México: CONACYT/UAM–I/Juan Pablos Editor.

Calderón Rivera, Edith (2012) *La afectividad en antropología: Una estructura ausente*, Ciudad de México: CIESAS/UAM.

Coriat, Benjamín, (1992) *El taller y el robot*. Ciudad de México: SIGLO XXI.

Crovi Druetta, Delia (2004) “Sociedad de la información y el conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles”. En D. Crovi (coord.) *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*. Buenos Aires: UNAM/La Crujía Ediciones, pp. 17–56.

Diccionario del Español de México. (DEM). Ciudad de México: El Colegio de México, [http://dem.colmex.mx, Consultado el 19 de diciembre de 2015].

EL ECONOMISTA (2012) “Google, la mejor empresa para laborar” en *El Economista*, 9 de septiembre de 2012, Ciudad de México.

[<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2012/09/20/google-encabeza-ranking-como-mejor-empresa-laborar> Consultado el 19 de diciembre de 2015].

ERICSSON (2015) *Mobility Report, 2015* [<http://www.ericsson.com/mobility-report> consultado el 8 de febrero de 2016].

ERICSSON (2016) *Mobility Report, On the Pulse of the Networked Society*, February 2016 [<http://www.ericsson.com/mobility-report> consultado el 9 de mayo de 2016].

García Canclini, Néstor (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.

Fabros, Alinaya Sybilla L. (2009) “Global economy of signs and selves: A view of work regimes in call centers in the Philippines”. *Sociologie Du Travail*, 51 (3), juillet: 343–360. [DOI: 10.1016/j.soctra.2009.06.004 Consultado el 14 de mayo de 2016].

Gereffi Gary y Korzeniewicz, Miguel (eds.) (1994) *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport Connecticut y London: Preager Publishers.

Hardt, Michel y Negri, Antonio (2002) *Imperio*. Buenos Aires: Paidós SACIF.

Hopkins, Terence K. y Wallerstein, Immanuel (1986) “Commodity Chains in the World Economy Prior to 1880”. *Review*, 10 (1): 157–170.

Hopkins, Terence K. y Wallerstein, Immanuel (1994) “Commodity Chains: Construct and Research”. En G. Gereffi y M. Korzeniewicz *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport Connecticut y London: Preager Publishers, pp. 17–19.

Hochschild, Arlie R. (1983) *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.

Hualde, A., Guadarrama, R. y López, S. (2016) “Precariedad laboral y trayectorias flexibles en México. Un estudio comparativo de tres ocupaciones”. *Papers*, 101 (2): 195-222.

[<http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers.2188> consultado el 14 de mayo de 2016].

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, IFT (2015) *Cuarto Informe Trimestral Estadístico 2015*. [http://www.ift.org.mx/sites/default/files/informe_trimestral_4q_2015_version_habilitada_para_lector_de_pantalla_v2.pdf Consultado el 14 de mayo de 2016].

INSTITUTO MEXICANO DE TELESERVICIOS, ITM (2016) “140 años de historia y evolución de la telefonía”. *Contactforum*, Marzo–abril, 20 (68): 10–25. [<http://imt.com.mx/revistaCF/2016/01Enero/> Consultado el 14 de mayo de 2016].

- Jameson, Fredric (1996 [1991]) *Teoría de la posmodernidad*. Valladolid: Trotta.
- Johnson, Anne W. (2014) “¿Qué hay en un nombre?: una apología del performance”. *Alteridades*, 24, (48): 9–21 (monográfico sobre Antropología y Performance)
- Johnson, Anne W y Díaz Cruz, Rodrigo (2014) “Presentación”. *Alteridades*, 24, (48): 3–6 (monográfico sobre Antropología y Performance).
- Leach, Edmund (1985 [1976]) *Cultura y comunicación. La lógica de la conexión de los símbolos*. Madrid: Siglo XXI.
- Leidner, Robin (1993) *Fast food, Fast Talk. Service work and the routinization of everyday life*. Berkeley: University of California Press.
- Marcus, George (2001) “Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal”. *Alteridades*, 11 (22): 111–127.
- Meoño Artiga, Luis Pedro (2010) *Presentación de avances*. Ciudad de México: Seminario de Estudios Transnacionales, UAM–I, inédito.
- Meoño Artiga, Luis Pedro (2013a) *El Impacto del Comercio de Servicios en el Empleo: El Sector de Call Centers Transnacionales en Guatemala*. Ciudad de México: Seminario de Estudios Transnacionales, UAM–I, inédito.
- Meoño Artiga, Luis Pedro (2013b) *Los trabajadores de la industria de call centers de la ciudad de Guatemala: diferenciación social y representaciones sobre el trabajo*. tesis de maestría en Ciencias Antropológicas, Ciudad de México: UAM–I, inédita.
- Meoño Artiga, Luis Pedro (2013c) “Buscando la salvación en el call center: Representaciones contradictorias sobre las nuevas formas de trabajo en Guatemala”. En Segre, Enzo y Scotti, Simona (a cura di) *Immaginari del cambiamento in America Latina: religioni, culture, dinamiche economico–sociali*. Firenze: Mauro Pagliai Editore, pp. 69–80.
- Meoño Artiga, Luis Pedro (2015) “Representaciones sobre el trabajo transnacional y el lugar de cada quien en Guatemala”. En Besserer, Federico y Nieto, Raúl *La ciudad transnacional comparada. Modos de vida, gubernamentalidad y desposesión*. Ciudad de México: CONACYT/UAM–I/Juan Pablos Editor, pp. 277–316.
- Micheli, Jordi (2007) “Los call centers y los nuevos trabajos del siglo XXI”. *CONfines*, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), 3, (5), enero–mayo: 49–58.
- Micheli, Jordi (2012) “El sector de *call centers*: estructura y tendencias”. *Frontera Norte*, 24 (47): 141–169.
- Mirchandani, Kiran (2008) “Enactments of Class and Nationality in Transnational Call Centers”. En Fineman, Stephen (ed.), *The Emotional Organization. Passions and Power*. Malden, MA y Carlton, Victoria: Blackwel, pp. 88–101.

Montarcé, Inés (2011) “Del otro lado del teléfono: identidad y Acción Colectiva en Call Centers de la ciudad de México”. En Enrique de la Garza (coord.) *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva*. Tomo II. Ciudad de México: UAM-I/Plaza y Valdés, pp. 69–122.

Montarcé, Inés (2013) *Acción Colectiva, Organización Sindical y Construcciones Identitarias en Call Centers de la Ciudad de México, Avance de Tesis doctoral en Estudios Sociales (especialidad en Estudios Laborales)*, Ciudad de México: UAM-I, inédito.

Montarcé, Inés (2015) *Trabajo y acción colectiva en la maquila informacional de los Call Centers*. Ciudad de México: UAM-I/Ediciones del lirio.

Murray, Warwick E. (2006) *Geographies of Globalization*, London and New York: Routledge.

Organización Internacional para las Migraciones, OIM (2015) *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2015. Los migrantes y las ciudades: Nuevas colaboraciones para gestionar la movilidad*. Ginebra y París: Imprimerie Courand et Associés.

Poster, Winifred R. (2007a) “Who’s On the Line? Indian Call Center Agents Pose as Americans for U.S.–Outsourced Firms”. *Industrial Relations* 46 (2): 271–304.

Poster, Winifred R. (2007b) “Saying «Good Morning» in the Night: The Reversals of Work Time in Global ICT Service Work”. En Rubin, Beth A. (Ed.). *Workplace Temporalities. Research in the Sociology of Work: Volume 17*. U.K.: Emerald Group Publishing Limited, pp. 55–112.[[http://dx.doi.org/10.1016/S0277-2833\(07\)17003-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0277-2833(07)17003-5) Consultado el 14 de mayo de 2016].

Poster, Winifred R. (2011) “Emotion Detectors, Answering Machines, and E-Unions: Multi-Surveillances in the Global Interactive Service Industry”. *American Behavioral Scientist*, 55 (7): 868-901.

Romero Loyola, Maribel (2012) *Deportados y reclasificados. Trabajadores de un call center de la zona metropolitana transnacional Tijuana–San Diego*, Tesis de licenciatura en Antropología Social. Ciudad de México: UAM –Iztapalapa, inédita.

Romero Loyola, Maribel (2015) “Deportados y reclasificados”. En Besserer, Federico y Nieto, Raúl *La ciudad transnacional comparada. Modos de vida, gubernamentalidad y desposesión*. Ciudad de México: CONACYT/UAM-I/Juan Pablos Editor, pp. 245–275.

Russell, Bob (2009) *Smiling down the line: Info–Service work in the global economy*, Toronto: University of Toronto Press.

Sánchez Martínez, José Alberto (2015) “Cultura visual digital y campos de acción en redes sociales”. En Winocur Iparraguirre, Rosalía y Sánchez Martínez, José Alberto (coord.) *Redes sociodigitales en México*. Ciudad de México: CONACULTA/Fondo de Cultura Económica. pp. 164–190.

Turner, Victor (1974) *Dramas, Fields and Metaphors: Symbolic Action in Human Society*. Ithaca: Cornell University Press.

Turner, Victor (1987) *The Anthropology of Performance*. New York: PAJ Publications.

Van Jaarsveld, Danielle y Poster, Winifred R. (2012) “Call Centers: Emotional Labor over the Phone”, en Grandey, A., Diefendorff, J. y Rupp, D. (eds.), *Emotional Labor in the 21st Century: Diverse Perspectives on Emotion Regulation at Work*, New York & London: Routledge, pp. 153-174.

Winocur Iparraguirre, Rosalía (2009) *Robinson Crusoe ya tiene celular*. Ciudad de México: UAM-I/Siglo XXI editores.

Zukerfeld, Mariano (2006) “Cinco hipótesis sobre el trabajo informacional. Aproximaciones a la caracterización del mundo laboral el capitalismo cognitivo”. *Revista Gestión de Personas y Tecnología*, Santiago de Chile, Núm. 9, pp. 76–85. [<http://e-tcs.org/wp-content/uploads/2011/11/5-hipotesis-sobre-el-TI.pdf> Consultado el 14 de mayo de 2016].