

Ludificación del trabajo y *disciplina algorítmica*. Prácticas, sentidos y representaciones de los trabajadores y trabajadoras en el desarrollo de videojuegos

Denise Kreпки y Hernán M. Palermo

Resumen

Hoy, cualquier persona cuenta con una asistencia hiperindividualizada que asegura y optimiza nuestros actos, acciones y entretenimientos. Este giro digital-cognitivo nos abre nuevas relaciones con el uso de las tecnologías, un profundo entrelazamiento entre anatomías biológicas y objetos técnicos y sobre todo la reconfiguración de las relaciones humanas. Sin lugar a duda, también encontramos profundos cambios en las formas de concebir y organizar el trabajo. En el presente artículo, nos interesa adentrarnos en el mundo del trabajo de una empresa de software, para analizar las significaciones acerca del trabajo que los sujetos trabajadores y trabajadoras construyen en esta industria. En tal sentido, hablamos de *disciplina algorítmica* para adentrarnos en los procesos de construcción de hegemonía que modulan hábitos, actitudes, costumbres y representaciones. En particular, nos interesa problematizar la relación entre el *ethos* del trabajo y el *ethos* lúdico. La empresa analizada es Globant, y nos focalizaremos en los trabajadores y trabajadoras del área de desarrollo de videojuegos.

Palabras Claves: trabajo, capitalismo cognitivo, videojuegos, disciplina algorítmica.

Work Ludification and *Algorithmic Discipline*. Practices, senses, and representations of the workers in the development of videogames

Denise Kreпки y Hernán M. Palermo

Abstract

Today anyone has hyper-individualized assistance ensuring and optimizing our actions and entertainment. This digital-cognitive turn opens up new relationships with the use of technologies, a deep entanglement between biological anatomies and technical objects and, above all, the reconfiguration of human relationships. Without a doubt, we also find profound changes in the ways of conceiving and organizing work. In this article, we are interested in entering the world of work of a software company, to analyze the meanings about work that workers build in this industry. In this sense, we talk about *algorithmic discipline* to get into the processes of hegemony construction that modulate habits, attitudes, customs, and representations. In particular, we are interested in problematizing the relationship between the work *ethos* and the playful *ethos*. The company analyzed is Globant, and we will focus on the workers of the videogame development area.

Keywords: work, cognitive capitalism, videogames, algorithmic discipline.

Ludificación del trabajo y *disciplina algorítmica*. Prácticas, sentidos y representaciones de los trabajadores y trabajadoras en el desarrollo de videojuegos

Denise Kreпки¹

Hernán M. Palermo²

“El jugador se dopa y se explota hasta que se derrumba en ello [...]. La pausa es solamente una fase del tiempo de trabajo”

Byung Chul Han, (2018, p. 58)

Introducción

El *smartphone* o teléfono de bolsillo es quizás el mejor exponente de las transformaciones y las mediaciones de la vida a través de la tecnología que están sucediendo en el actual momento del modo de producción capitalista. Cualquier persona cuenta hoy con una asistencia hiperindividualizada que asegura y optimiza nuestros actos, acciones y entretenimiento: desde dispositivos de geolocalización en tiempo real, estimación de tiempos, sugerencia de publicidades adaptadas a nuestros gustos y preferencias, hasta información en agendas digitales que nos marcan las actividades del día y la semana. A su vez, las plataformas de Facebook e Instagram nos permiten compartir *online* todo tipo de información acerca de nosotros y nosotras como fotografías donde el reconocimiento facial nos habilita a realizar etiquetas sobre los rostros de nuestros amigos y amigas; también interactuamos con aplicaciones que nos permiten hacer inversiones de dinero tales como Mercado Pago; o lidiamos con intentos por mantener altas puntuaciones (*scores*) del Candy Crush y/o juegos en red con personas de diversos continentes. Tales interacciones no solo conviven en simultáneo, sino que tienen la singularidad de ser realizadas en minutos, hasta podríamos afirmar, segundos. Mientras subimos una fotografía a las redes sociales, podemos estar escuchando una sugerencia

¹ Becaria doctoral de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica en el Centro de Estudios e Investigaciones Laborales (CEIL-CONICET-Argentina). Doctoranda en Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, UBA. dkrepki@gmail.com

² Doctor en Ciencias Antropológicas. Investigador del Centro de Estudios e Investigaciones Laborales (CEIL-CONICET-Argentina). Director de la *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*. Director de la Maestría en Estudios Latinoamericanos del Trabajo de la Facultad de Filosofía y Letras, UBA. hernanpalermo@gmail.com

de Spotify, compartiendo la ubicación en tiempo real a partir de un mensaje de WhatsApp y en adición, recibiendo la cantidad de pasos y kilómetros que caminamos diariamente. La tecnología algorítmica brinda la facilidad de operar de forma automatizada grandes contingentes de datos para sistematizarlos, clasificarlos y presentarlos ante nuestras necesidades de forma rápida, clara y aprehensible. Este giro digital-cognitivo nos abre nuevas relaciones con el uso de las tecnologías, un profundo entrelazamiento entre anatomías biológicas y objetos técnicos, y sobre todo la reconfiguración de las relaciones humanas. En este contexto, algunos intentan diagnosticar el advenimiento de un “capitalismo electrónico-informático” (Lins Ribeiro, 2017) o un “capitalismo cognitivo” (Moulier Boutang, 2010) o un “capitalismo digital” (Schiller, 2000). Quizás a partir de esta condición híbrida, al estrechar cada vez más nuestros cuerpos con la potencia deductiva y predictiva de los algoritmos estemos atravesando, siguiendo a Eric Sadin (2018), la instauración de un nuevo modelo civilizatorio basado en el acompañamiento algorítmico en nuestras vidas. Acompañamiento que atraviesa distintas facetas de nuestras cotidianidades, desde lo afectivo, lo laboral y el entretenimiento por mencionar algunas. Las preguntas que nos hacemos aquí son: ¿Cómo estas transformaciones impactan en las relaciones de trabajo? ¿Es posible pensar la reconfiguración de nuevas relaciones sociales en el trabajo? ¿Qué sentidos del trabajo se dinamizan en ámbitos de tecnologías? ¿Qué fuerza de trabajo se produce y reproduce? Estas y otras preguntas guiarán del presente texto.

Nos interesa analizar el universo del trabajo en el mundo del software para desentrañar las significaciones³ acerca del trabajo que los sujetos trabajadores y trabajadoras construyen en esta industria. Una industria signada por un mercado en constante cambio, global y altamente competitivo donde se exige a los/as trabajadores/as ser flexibles y adaptarse a las exigencias de la innovación permanente. En particular, nos centraremos en el caso de la empresa multinacional argentina, Globant, enfocándonos en los trabajadores y trabajadoras del área de desarrollo de videojuegos.

³ Por “significaciones” entendemos las explicaciones que los sujetos realizan sobre el universo de sentido que habitan de manera experiencial. En relación con los significados acerca del trabajo, Lindon (2006, pp. 46-47) afirma que se accede a esos significados no solo a través de las descripciones de las actividades, sino escuchando cómo los sujetos otorgan sentido a su propio trabajo. Aquí se configura un elemento central del enfoque antropológico que es considerar que los trabajadores y las trabajadoras tienen muchas cosas para decir en relación con las tareas que realizan. En este sentido, es vital desde esta perspectiva, recuperar las categorías “nativas” en estos análisis para poder dar cuenta de las valoraciones, redefiniciones y perspectivas que los sujetos tienen sobre aquellos procesos que los atraviesan: en nuestro caso la experiencia de trabajo. Esto sin perder de vista las relaciones de poder que se manifiestan en los procesos sociales y culturales que experimentan y condicionan a los sujetos.

Las significaciones construidas a partir de las experiencias laborales vividas entran en tensión con lo que hemos denominado, *hegemonía empresaria* (Palermo, 2012). Es decir, el 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. La pretensión hegemónica consiste en que la doctrina empresaria se configure como parte de los sentidos apropiados y naturalizados por los trabajadores y las trabajadoras. A partir de nuestra investigación, y siguiendo una perspectiva gramsciana, hablaremos de *disciplina algorítmica*.⁴ Esta noción, acuñada a partir de nuestras propias investigaciones, intenta abordar los procesos de coerción y consenso que alimenta a la *hegemonía empresaria*. Es decir, la noción de *disciplina* nos remite a las estrategias empresarias para naturalizar determinados hábitos, actitudes, costumbres y representaciones para cumplir con el orden y las exigencias de la producción capitalista. Pero la idea de *disciplina algorítmica* añade varias especificidades de este particular universo de trabajo en relación a otros ámbitos laborales: en primer lugar, prevalecen técnicas de dirección *soft* y cooptación *cool* por parte de las empresas (Dyer-Whiteford, 2004, p. 53) que instalan la sensación del aligeramiento y flexibilidad de la jornada cotidiana de trabajo e incluso una fuerte idea de libertad; por otra parte, la *disciplina algorítmica* potencia actitudes donde la hiperindividualización de los trabajadores y trabajadoras se basa no ya en un discurso ideológico grandilocuente, sino en la unidad humano-máquina capaz de ampliar de modo indefinido el campo de lo posible en el desarrollo de la jornada de trabajo; asimismo, dicha unidad —potenciada a partir de un encantamiento fetichizado de la tecnología y un uso de la misma con potencialidades de control— impone una sujeción continua a los trabajadores y trabajadoras que desborda los mismos límites del espacio laboral. Y, por otra parte es central para comprender la noción de *disciplina algorítmica* la relación entre trabajo y ocio mediada por la idea de lo lúdico. La incorporación de una arquitectura lúdica al interior de los espacios de trabajo, de mecanismos de interacción y evaluación de rendimiento a partir de procesos de gamificación supone una institucionalización del ocio (Krepki, 2019). Tiempos de ocio que no son estigmatizados, sino promovidos como constitutivos la jornada laboral.

⁴ La categoría de *disciplina* nos permite abordar la relación entre las significaciones de los sujetos y las relaciones de poder. Intenta iluminar aquello que Gramsci afirmó: “la hegemonía nace en la fábrica”. En tal sentido, el concepto de *disciplina algorítmica* nos acerca a la comprensión de las formas en que las empresas, “con una conciencia de los fines” y apoyadas en determinados métodos de organización del trabajo, buscan configurar y moldear el colectivo de trabajo.

Ahora bien, en estos espacios de trabajo los instrumentos electrónicos destinados al ocio, lejos de alivianar la jornada, contribuyen a fomentar una construcción subjetiva alrededor de la idea de lo joven y lúdico, que, como veremos, favorece nuevas formas de explotación, precarización e intensificación del trabajo. Todo esto bajo el paraguas de la evaluación instantánea habilitada por el control *online* que brinda la tecnología del software. La *disciplina algorítmica* instauro la construcción de un sujeto empresario de sí mismo, o en palabras de Chul Han (2012) “sujetos de rendimiento”, donde el descanso o la pausa del trabajo es convertido en tiempo de trabajo y el mismo acto lúdico se somete a la coacción del rendimiento. En este sentido, el tiempo de trabajo totaliza la vida del sujeto configurando una *disciplina* donde el descanso es una fase vital del proceso valorización del capital.

La empresa Globant⁵ es uno de los llamados unicornios latinoamericanos⁶. Esta denominación refiere al salto económico *mítico* que en un corto plazo tienen estas empresas del rubro tecnológico y se expresa materialmente en una cotización mayor a mil millones de dólares. Creada en 2003 como empresa *startup*, con un presupuesto inicial de 5000 dólares, Globant, se posiciona en la actualidad como una multinacional argentina que cotiza en la bolsa de Nueva York (NYSE) desde 2014. Desde un principio, la estrategia de negocios que sus cuatro socios fundadores pensaron para la empresa estaba focalizada en la venta de servicios para clientes externos. Con lo cual, esta *software factory*, exporta el 95% de lo que produce en materia de soluciones informáticas.

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 Globant de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Hemos realizado entrevistas en profundidad —individuales y grupales— 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 debate entre ellos.

Este artículo se desarrolla en tres apartados. En el primero, abordaremos cómo se traduce el *ethos*⁷ lúdico y juvenil en la materialidad a partir de la disposición espacial y

⁵ Globant, empresa multinacional argentina de IT y desarrollo de software. Opera en la actualidad 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 10000 empleados y empleadas.

⁶ Otros unicornios en Argentina son Mercado Libre, OLX, Despegar y recientemente la empresa, Auth0 (2019).

⁷ Tomamos la noción de *ethos* de la sociología weberiana, comprendiendo cierto orden normativo interiorizado,

ambientación de los lugares de trabajo y de ocio, y cómo este *ethos* lúdico entrama el espacio de producción y reproducción. Luego, trataremos el caso del equipo de desarrollo de videojuegos, para evidenciar cuáles son las particularidades de un colectivo de trabajadores/as donde lo lúdico se entrelaza tanto con el proceso de trabajo como con el producto de este. En tal sentido, en el segundo apartado describiremos las principales características del estudio de *gaming*. Por último, profundizaremos la idea de doble captura del saber cognitivo a partir del doble rol de los trabajadores/as: tanto productores de video juegos, como consumidores en simultáneo.

“Trabaja duro, juega duro”⁸: la institucionalización del ocio como política empresaria.

En los estudios críticos del trabajo que han abordado el mundo fabril se plantea una interesante discusión que permite pensar —en contraposición— una especificidad del mundo del trabajo en el capitalismo cognitivo. Nos referimos al uso de los tiempos o mejor dicho al control de los tiempos productivos. En el mundo del trabajo fabril, una de las tensiones que se suscitan deriva de la relación entre el tiempo de trabajo y el tiempo de descanso y las prácticas de socialización que conllevan. Nos referimos a los tiempos *robados* por parte de los trabajadores y trabajadoras para desplegar una serie de actividades que, no tienen relación directa con el imperativo empresarial de productividad. Por el contrario, los tiempos robados fomentan —en la mayoría de los casos— relaciones de cooperación y solidaridad. Estas prácticas son, por definición, clandestinas, subterráneas (Scott, 2000) e implican la apropiación del tiempo de trabajo del proceso productivo. Es condición *sine qua non* que transcurran en lo que Giddens (1995) denominó *rincones perdidos*, es decir, fuera de la vista del control impuesto por las administraciones empresarias. Estas prácticas de apropiación de los tiempos productivos las hemos denominado *prácticas fuera de la norma empresaria* (Palermo, 2017). Julia Soul (2015) profundiza este planteo, argumentando que estos *rincones perdidos* en más de una ocasión subvierten —aunque sea de forma fugaz— los términos de la jerarquía y más aún, configuran espacios de socialización para el desarrollo de prácticas gremiales o la proyección

el cual configura ideas y conductas sociales colectivas. A lo largo del texto podemos referirnos a *ethos* o ética indistintamente.

⁸ Eslogan utilizado para la presentación de las oficinas de Globant Madrid en el cual los propios trabajadores/as performaron un *Mannequin Challenge* (desafío maniquí) mientras eran filmados por una cámara que recorría el espacio de trabajo. Recuperado de: <https://www.facebook.com/pg/Globant/posts/>

de referentes sindicales. José Sergio Leite Lopes (2011) dirá que estas actividades vinculadas con la preparación de comidas, dormir, leer el diario, jugar, etc., configuran un sentido de “domesticación del espacio laboral” que, evidencia cierta apropiación —y control— del mismo por parte de los trabajadores/as.

Gaudemar (1991) sostiene —retomando la metáfora de Clausewitz acerca de la guerra— que las políticas empresarias se modifican de acuerdo con las resistencias que ofrecen las prácticas de los trabajadores y trabajadoras en tanto masas refractarias. Es decir, ensayo y error que permiten reconfigurar los procesos de dominación sobre el trabajo.

En este punto, encontramos una especificidad particular en las empresas de software —una reconfiguración en el capitalismo cognitivo— que es la institucionalización de los espacios de ocio. Las empresas de tecnología y en particular Globant, ofrecen todo tipo de actividades lúdicas y de ocio institucionalizados para los trabajadores y trabajadoras: una forma de evidenciar y apropiarse de los *rincones perdidos* y reconfigurar —en el sentido empresarial— las prácticas de socialización que conllevan.

Espacio ludificado

Sillones, puffs, un metegol, mesa de ping pong, consolas de juegos (incluido un arcade), máquinas expendedoras de golosinas y bebidas, frutas, máquinas de café, una barra desayunadora, ventanales rodeando todo el espacio, una terraza con mesas, sillas y sombrillas, hamaca paraguaya, parrilla, mesas largas, sillas de colores y varios enchufes para notebooks. En primera instancia, parecería la descripción de un local moderno de videojuegos o un bar de moda de la actualidad, sin embargo, corresponde al primer paneo que se puede tener del espacio “*chill out*” de Globant. El corazón de cada edificio de la compañía, en el cual no solo admite su condición de comedor, sino que es utilizado para reuniones, conferencias, actividades laborales y extralaborales e incluso para la realización de *afters* corporativos. Su estética es única e irrepetible, con lo cual hay tantas versiones de *chills* como edificios de Globant en el mundo. Incluso, se reciben sugerencias de los mismos empleados y empleadas para poder agregar o quitar ornamentos o mobiliarios que profundicen el carácter creativo e innovador de este espacio. Así como existen diferentes versiones, la transversalidad de su importancia es común a todos y todas y el color verde preponderante es fundamental como la marca registrada del logo de la empresa. De esta manera lo retrata el CEO de Globant:

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 pingpong, de pool, flippers, una palestra y hasta un ring (Martin Migoya, CEO fundador de Globant, 2012).⁹

Espacios que inspiran y que son parte de una cultura, que, en principio, para Migoya tiene que ser distinta a la de empresas que realizan otro tipo de actividades. Esto último nos da pistas para pensar la manera en que conciben al trabajo que denominan “del futuro” y en cómo deben canalizar las necesidades de este *cognitariado*, que en palabras de Bifo Berardi (2016), comprende la corporeidad social del trabajo cognitivo: un empleo exclusivo de la inteligencia que deriva en una explotación constante de la atención y de ojos que se cansan de mirar una pantalla. Ese carácter inspirador, más la búsqueda de innovación constante admite una particularidad para este sector que permea hasta en la constitución de oficinas propicias a tal fin. En este sentido, la arquitectura es pensada para que esa explotación constante de la atención se vea diluida por momentos en un ambiente de trabajo flexible, cómodo, dinámico y participativo. “Espacios diseñados por nuestros *globers*” aludía Migoya al describir la decoración de las oficinas de México, donde se organizó una competencia de obras de artes realizadas con *post-it* en los ventanales del edificio como manera de plasmar un diseño interior conjunto del espacio, atendiendo a los consumos culturales actuales de cada equipo de *globers*. Así, se construyeron imágenes tales como las que se retratan a continuación.

⁹ Mafud, L. (2012) Hecho en la argentina. El cronista. Recuperado de:
<https://www.cronista.com/claseejecutiva/Hecho-en-la-Argentina-20120927-0109.html>



Diseños alusivos a las películas: *Joker* (2019) y *Avengers: Endgame* (2019)
Fuente: página web de Globant

Toboganes que comunican los pisos en las oficinas de Bogotá, una pared de velcro en México a la que se puede saltar con un traje adhesivo, un tablero de ajedrez gigante en la India, y una sala acustizada con instrumentos musicales en Chile, consolidan la idea de que no solo el *chill* cambia según la geografía en la que se ubique, sino que las oficinas íntegras también. En las oficinas de la Provincia de Chaco (Argentina), por citar otro ejemplo, las salas conferencias deben sus nombres a la fauna autóctona del lugar: cada una lleva el nombre de las especies nativas, como yaguareté, yacaré, surubí, guazuncho y tatú mulita. Esta última sala, tatú mulita, no solo es una sala de conferencias sino incluso una sala de relajación —según la descripción misma de la compañía— que está dotada de dos hamacas paraguayas, plantas sintéticas y una tablet con música para acompañar el momento de relajación.

Una especie de mutación de los cánones de diversión y de reinención constante de los espacios según la locación en la que se encuentren. “A pesar de que nuestras geografías difieren, lo que tenemos en común es mayor que nuestras diferencias. La tecnología, la innovación, el espíritu de equipo y la diversión nos unen. Nuestras oficinas son un reflejo de eso” (Martins,

2019).¹⁰

Al interior de los espacios de trabajo, la importancia que adquiere la *hegemonía empresarial* es crucial para el mantenimiento de un marco común simbólico que pueda direccionar el discurso y el lenguaje en clave corporativa y que instituya una codificación de la *disciplina algorítmica*. 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. En Globant, esto se manifiesta desde el ingreso a los edificios de la compañía, donde el mismo ascensor resulta una cartelera de nuevos proyectos, programas, beneficios, anuncios de la compañía e invitaciones a determinados eventos que llaman la atención por su diseño particular que escapa a cualquier tipo de formalidad. Una vez que se llega a los pisos de trabajo, al *chill* o a las oficinas, esta estética se profundiza aún más: el logo de la empresa se combina con diversos eslóganes que dan cuenta de los valores corporativos de Globant, y decoran las paredes en distintos formatos ya sea con plotters de colores vivos, o grafitis, e incluso luces led. Estos valores, que en conjunto con la visión y misión empresarial configuran los principios ordenadores de la filosofía empresarial, constituyen el denominado manifiesto de talento Globant: “pensar en grande”, “ser divertidos”, “ser innovadores”, “ser jugadores de equipo”, “actuar éticamente” y “tener excelencia en el trabajo”. 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. ¿Qué es lo que intenta transmitir un espacio de estas características? Y, por otra parte, ¿por qué esta vinculación tan estrecha entre el espacio de trabajo y las prácticas de ocio y disfrute? Una respuesta convincente podría ser la institucionalización de los *rincones perdidos* y los procesos de captura que allí suceden por parte de los trabajadores y trabajadoras.

Carlos León Salazar (2017) plantea que en la construcción social del espacio se utilizan determinados mecanismos para orientar, configurar 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: lo que denominamos *disciplina algorítmica*. 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.

¹⁰ Martins, C. (27 de septiembre de 2019). Globant offices around the world: We love them! [Entrada en blog] *Globant Stay Relevant* [Blog]. Recuperado de <https://stayrelevant.globant.com/en/globant-offices-fun-facts/>

Una estética de las oficinas ligada a un carácter lúdico: decoradas con plotters de bandas de rock, grafitis, con mesas de trabajo en islas, puertas vidriadas, hasta una réplica del submarino amarillo de los Beatles y del autobús de los Simpson. La configuración del espacio abona a la idea de un ambiente de trabajo distendido, donde el ocio no es estigmatizado y al mismo tiempo, hace que los límites del trabajo productivo se tornen inciertos. El desdibujamiento entre trabajo cognitivo y juego, la exacerbación de ambientes distendidos en los que se favorece el lazo social a través de actividades lúdicas, regímenes alimenticios y comodidades que permiten jornadas de trabajo de 12 a 14 horas (Kerr, 2006) configura —más que una ética en el trabajo— una ética del juego (Montes, 2016). Los procesos de *gamificación*, definidos como el establecimiento de elementos lúdicos fuera de un contexto tradicional de juego para mejorar la experiencia del usuario y su involucramiento con el producto (Gómez, 2014) ilustran de manera acertada la labor de Globant en acondicionar sus oficinas cual espacios de entretenimiento y ocio. Podríamos hablar de una ludificación de los espacios de trabajo, donde el juego y el trabajo confluyen en una relación simbiótica que ubica a las/los trabajadoras en un parque de diversiones creado a medida de la extracción de ganancias.

Claroscuros entre el tiempo de producción y la reproducción:

La imagen corporativa que más circula de la empresa es la de dos personas —jóvenes— trabajando con sus notebooks en un pelotero, ambos con sonrisas en sus rostros con la idea subyacente del disfrute arraigado al trabajo¹¹. En este sentido, los beneficios corporativos se suman a este paquete de dispositivos creados por la empresa para lograr ese ambiente laboral *googleizado*, descontracturado, *soft* y *cool*. Desde peluqueros (*peluglobers*), masajes durante la jornada de trabajo, viernes de facturas o frutas, descuentos en gimnasios, clases de idiomas, obra social con cobertura familiar e incluso, clases de yoga durante el horario laboral¹². Espacio que no solo se encuentra disponible durante la jornada laboral, sino incluso por fuera de la misma y hasta los fines de semana si se lo desea ocupar. Así, se ofrece la posibilidad de usar de forma gratuita su espacio para el festejo de cumpleaños o torneos de *PlayStation* entre los

¹¹ La imagen fue tomada en el año 2011 cuando Globant inauguraba sus oficinas en Buenos Aires con la presencia de la entonces presidenta Cristina Fernandez de Kirchner. Recuperado de: <http://www.redusers.com/noticias/cristina-kirchner-desde-un-pelotero-presencio-inauguracion-de-globant-que-creara-1500-puestos-de-trabajo/>

¹² Durante el desarrollo de una entrevista a nuestros informantes realizada en el espacio del comedor, presenciamos una clase de yoga que nos imponía algunas reglas al momento de dialogar, como, por ejemplo, bajar el tono de voz. De esta clase participaron aproximadamente siete trabajadores y trabajadoras.

mismos trabajadores/as. Esto nos comentaban dos de los desarrolladores 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 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 anotás (Desarrollador, entrevista de campo, 2018).

Bueno, nada, habíamos organizado todo un torneo como un mundial, digamos, habían hecho la parte, de hecho fue durante la época del mundial, se fueron haciendo los partidos. Se fueron así anotando los resultados, pasaba alguno a un determinado grupo, se iban haciendo cruces, y creo que quedaron los cuartos, las semis y la final para un día que hicimos un *after*, un viernes que ocupamos el *chill* desde las 6 de la tarde hasta las 2 de la mañana (Desarrollador, entrevista de campo, 2018).

Habitar ese espacio corresponde a superponer incluso tiempos de producción y de reproducción de la fuerza de trabajo. La realización de actividades recreativas tales como *after offices*, festejos de cumpleaños o asados en el espacio del *chill out* y torneos de PlayStation, proponen una lógica de aparente dispersión dentro del espacio productivo. De esta manera, el espacio de trabajo es a la vez, un ámbito apto para el esparcimiento y el ocio durante las jornadas laborales. Los “tiempos para despejar las mentes” son contemplados dentro de los tiempos productivos definidos por la empresa. Por tanto, es frecuente que los trabajadores y trabajadoras tomen tiempos de descanso realizando otro tipo de actividades que los abstraiga por un instante de su diaria laboral, para luego “regresar como nuevos”:

[E]s un trabajo que estresa mucho. 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 (Desarrollador, entrevista de campo, 2018).

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 (Desarrollador, entrevista de campo, 2018).

Estar “todo el día pensando”, “sentado”, en la misma postura es característico de un trabajo que supone cierta quietud física pero una exigencia exponencial de actividad intelectual-creativa. Por ende, un trabajador/a desgastado, cansado o quemado (categoría “nativa” que resulta recurrente en nuestras entrevistas), no está en óptimas condiciones para la realización de las tareas con el canon productivo exigible. En tal sentido, la empresa incluye dentro de la misma jornada laboral momentos de ocio y tiempos de “renovación”. En este esquema, los espacios de socialización, de ocio institucionalizado, se encuentran puertas adentro del espacio de trabajo. Así, la ludificación es ante todo un dispositivo de modificación de comportamientos donde el ocio institucionalizado opera para que la capacidad intelectual de los sujetos se encuentre en constante dinamismo aún en esos momentos en que los ojos se cansan de mirar la pantalla.

Ahora bien, esos espacios de socialización y descanso en la empresa imprimen un tiempo de descanso parcial. En esos mismos tiempos de ocio, las/los trabajadores están 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. La relación entre espacio y actividades de ocio configura una potente política empresaria en la consolidación de la *disciplina algorítmica*: corresponde con la necesidad de reiniciar las competencias intelectuales de la fuerza de trabajo cual sistema operativo bloqueado para seguir funcionando:

Me doy cuenta que me estoy muriendo de calor porque estar tan quemada trabajando, bajo un poco, me compro una coquita, un alfajorcito, estoy un toque, bajo, vuelvo a subir. Es difícil, si tenés que trabajar, es como que siempre es medio estresante, para mí en particular, igual hay gente que, no sé, baja a fumar, que se va un rato al *chill*, que se pide un café, que viene para acá, hay un montón de gente que viene para acá y tocás un rato [en la sala de instrumentos musicales] y chau. Hay gente que se va a almorzar a la plaza (Líder técnica, entrevista de campo, 2019).

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 (Desarrollador, entrevista de campo, 2018).

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 divertirse (Supervisor, entrevista de campo, 2018).

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 en la institucionalización del tiempo de ocio en favor de un rendimiento productivo renovado en el mismo espacio de trabajo. En capitalizar el elemento lúdico y un *paternalismo libertario* (Schrape, 2014) anclado en la idea de autonomía principalmente, en favor de una producción cognitiva sin cortes.

Cabe preguntarse: ¿por qué la empresa le da tanta importancia a la construcción de un ambiente laboral vinculado a lo joven? ¿Por qué configura este entrelazamiento en el espacio de trabajo con las actividades de esparcimiento y ocio? Estas preguntas incluso podrían ser utilizadas dentro de las empresas del rubro tecnológico 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: el faro que ilumina es el Valle de San Francisco, específicamente Silicon Valley. 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 de 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 no sólo ocupan las oficinas al uso que todos conocemos, sino que también los podemos ver acurrucados en sofás con sus portátiles o tomando sol en grandes terrazas, pero siempre trabajando (Reischl, 2008). El mejor lugar para estar y trabajar. La clave de esta reflexión es que la política empresarial entiende que la configuración de una *disciplina algorítmica* supone la captura de aquellas prácticas que se ejercen en los momentos de ocio y se conforman como potenciales espacios de subversión de los sentidos empresarios. Y en este proceso de producción y reproducción de una fuerza de trabajo asociado a los desarrollos tecnológicos, se relanza un nuevo ideal de progreso donde las libertades individuales —condicionadas— resguardan la creatividad y mérito.

Se hace realidad el sueño histórico del capitalismo de lanzarse al asalto de todos los “rincones perdidos”, aquellos espacios fuera de la mirada empresarial en el que los trabajadores y trabajadoras encuentran momentos de reapropiación de los tiempos de producción. En estos

espacios de ocio institucionalizado o de la captura de los rincones perdidos, las políticas empresarias tienden a la máxima de eficacia de sujeción y utilización de los saberes de los trabajadores y trabajadoras en todo momento. La mayor paradoja de la *disciplina algorítmica* es que naturaliza prácticas y representaciones configurando una fuerza de trabajo capaz de reiniciar sus saberes cognitivos bajo un ideal de libertad e igualdad.

Gaming, el *ludo-estudio* de Globant

El estudio de gaming, forma parte de los veintiún estudios¹³ que conforman el esqueleto de la estructura de negocios de Globant. Estos son definidos por la compañía¹⁴ como “equipos de experiencia creados para fomentar la creatividad e innovación al enfocarse en un tópico específico de conocimiento” (Globant, 2015). Es decir, cada estudio se especializa en el desarrollo de diversas tecnologías en función de las demandas de las empresas clientes con las que trabaja Globant.

La importancia que atañe, en primer lugar, al estudio de *gaming* a nivel nacional e internacional está relacionada con el hecho de que Globant es la única empresa argentina que trabaja en conjunto con clientes que comercializan videojuegos AAA internacionales.¹⁵ Este tipo de juegos cuentan con exorbitantes presupuestos e inversiones y una fuerte campaña publicitaria. Representan un riesgo económico alto en este sentido, por lo que requieren de una planificación exhaustiva de sus etapas de desarrollo y una eficaz coordinación de todos los equipos involucrados (Animación, Arte, Programación, Musicalización, Testeo). A su vez, la complejización del juego y de su producción está 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.

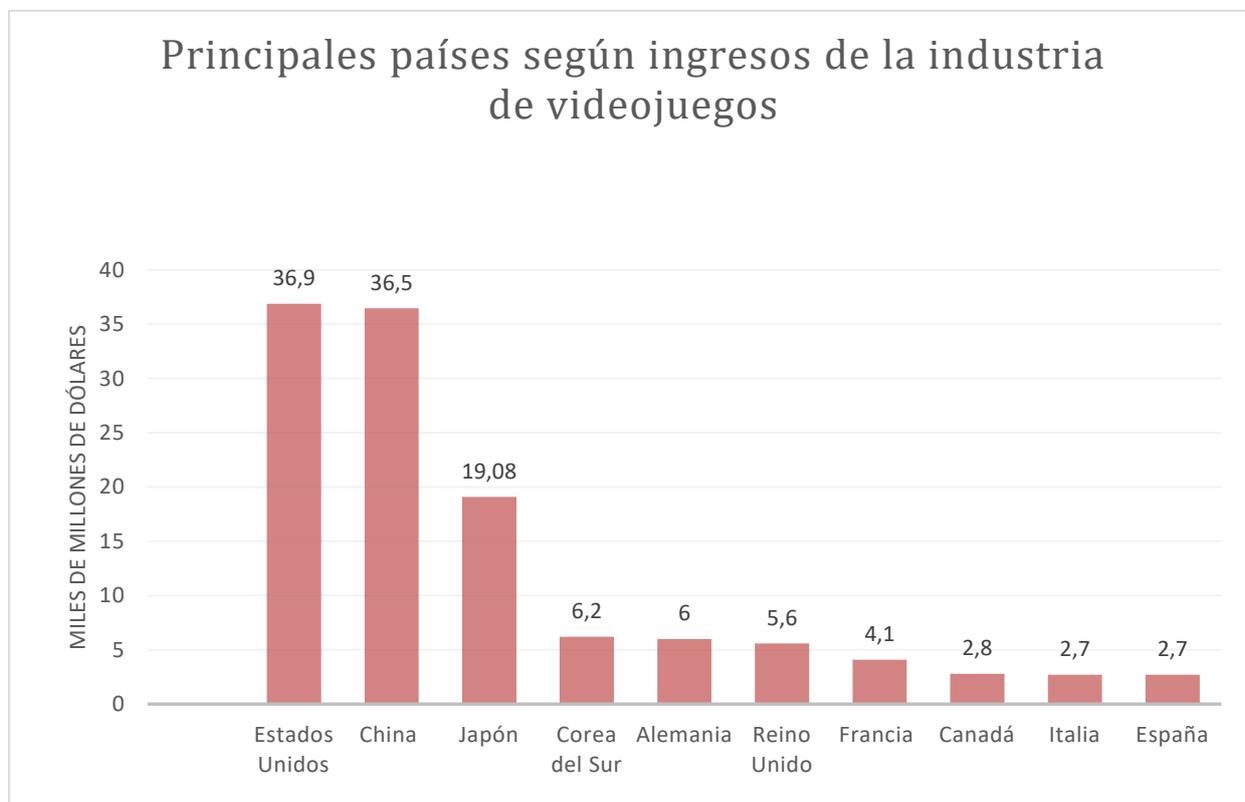
En segundo lugar, el vertiginoso crecimiento de la industria de videojuegos en los últimos diez años es conocido por superar a las ganancias conjuntas de la industria del cine y la

¹³ Los estudios actuales se encuentran divididos según conocimientos de dominio específico y agrupados en 5 categorías: 1. Automatización de procesos de inteligencia artificial (inteligencia artificial, blockchain, automatización de procesos); 2. Empújalo en vivo (clouds ops, ingeniería de calidad, seguridad informática, contenido digital, media OTT); 3. Construye y evoluciona (ingeniería de IU, datos y análisis, IOT, aplicaciones móviles, evolución continua, plataformas escalables, videojuegos); 4. Estrategia (aceleración de producto, diseño); 5. Fitness organizacional (delivery ágil, futuro de las organizaciones, mantenerse relevante, hacking de negocios)

¹⁴ Globant (2015). Reporte de Sostenibilidad. Recuperado de https://www.globant.com/sites/default/files/2018-08/reportesostenibilidad-globant-2015_0.pdf

¹⁵ Ejemplos de este tipo de juegos serían FIFA y NHL, entre otros.

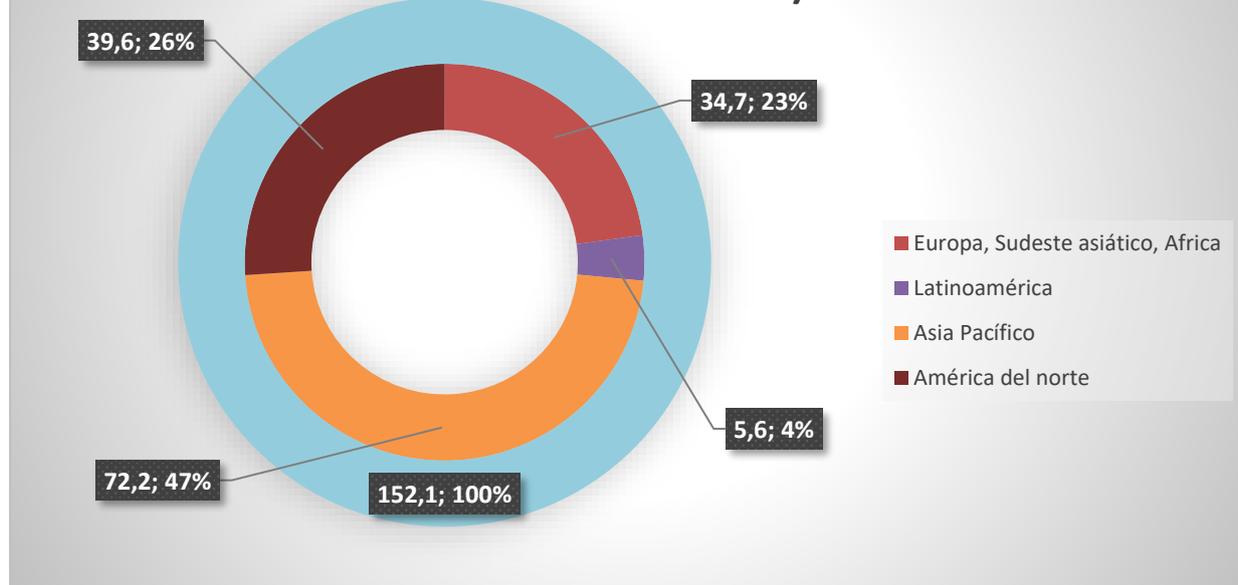
música. Globant encuentra una gran oportunidad de expansión en el mercado de América Latina, aunque todavía está muy lejos de los niveles de crecimiento en los mercados más importantes del mundo: Estados Unidos, China y en menor escala Japón.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Newzoo Free Global Game Market Report 2019.¹⁶

¹⁶ Newzoo (2019) Newzoo Free Global Game Market Report 2019. Recuperado de: <https://newzoo.com/>

Distribución regional de ganancias de la industria de videojuegos 2019 (miles de millones de dólares)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Newzoo Free Global Game Market Report 2019.

Ahora bien, si tomamos el total de las ganancias de la industria de videojuegos en el año 2019 (152.1 mil millones USD) desglosado por regiones, Asia-Pacífico ocupa el primer lugar, dejando a América del Norte en segundo lugar, a Europa, el Este asiático y a África en tercer lugar y a Latinoamérica última. Si bien las diferencias de densidad de población explican estos resultados, la comparación directa de las ganancias de Estados Unidos (36.9 mil millones USD) con respecto a China (36.5 mil millones USD), lo ubica en primer lugar.

En América Latina, Argentina es el tercer país que más genera ganancias en la industria después de México y Brasil, ascendiendo a los 495 millones USD en 2019. Según el reporte de la Federación Latinoamericana de Videojuegos,¹⁷ la profesionalidad del desarrollo de videojuegos significa un sinnúmero de oportunidades en términos de empleabilidad para la región de América Latina y el Caribe. Hay más de dos mil empleados en cerca de cincuenta estudios de videojuegos en Argentina, más de cuatro mil empleados en Brasil y en Colombia existen 50 estudios que emplean entre 6 y 18 personas. Así, esta industria refiere a un fenómeno

¹⁷ Latam Video Games Federation (2019). Los videojuegos no son un juego: los desconocidos éxitos de los estudios de América Latina y el Caribe. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/es/los-videojuegos-no-son-un-juego-los-desconocidos-exitos-de-los-estudios-de-america-latina-y-el?fbclid=IwAR0u-GNMAmwQgTOMel7OhM8NuvuwteHKUwpUdtN7fLqhcJUmmH2HjMGbvpc>

socioeconómico y cultural de relevancia, donde al calor de nuevos lanzamientos tecnológicos y nueva incorporación de tecnologías tales como la realidad virtual y la realidad aumentada, va proyectándose cada vez más en alza. Interesa, por tanto, analizar qué trama de relaciones se construyen desde esa profesionalización de los videojuegos, al interior de empresas, tales como Globant, que cooperan con esa industria desde el rol de la tercerización de servicios de desarrollo. Sobre todo, nos interesa problematizar cómo el trabajo y el juego tienen una complementariedad casi indisociable en este sector, utilizando la trayectoria personal y la experiencia de usuarios de los mismos sujetos, como insumos claves para pulir el proceso de producción y testeo de los videojuegos.

Una pasión en profesión, desarrollar videojuegos

Los desarrolladores de videojuegos son trabajadores y trabajadoras con un rango etario promedio que va desde los 18-35 años, con distintos niveles de formación¹⁸ (formal/informal) pero con una pasión en común: los videojuegos. Si bien es una industria que se encuentra ocupada por varones, en los últimos años, se viene acortando esa brecha, con la organización y la incorporación de más mujeres y disidencias, tanto como usuarios/usuarioas de los mismos y como desarrolladores/desarrolladoras.¹⁹

En Globant, el modelo de trabajo que prima en los proyectos de *gaming* actualmente es el de *co-development* (desarrollo en conjunto). Esto es, trabajar en conjunto con el equipo de la empresa cliente que comercializa los juegos mencionados anteriormente (juegos AAA), para poder consolidar entre los distintos equipos sus entregables de manera coordinada. Cada proyecto de este sector se encuentra en permanente contacto con los equipos de la empresa cliente, ya que el código de cada juego es compartido (y confidencial) y si bien, Globant tiene objetivos definidos con respecto a qué tipo de desarrollo se requiere para cada juego, esto amerita una comunicación fluida para lograr que las piezas encajen de manera correcta y se tenga una eficaz integración de tareas. De hecho, la diferencia horaria que se presenta con estas

¹⁸ Nos referimos a sectores de clase media profesional, de ámbitos urbanos, con niveles educativos variados: formación universitaria sin concluir, formación universitaria concluida o autodidactas.

¹⁹ Según la encuesta de satisfacción de desarrolladores (Developer Satisfaction Survey) realizada por IGDA (International Game Developers Association) en 2019, se registró un incremento del porcentaje de desarrolladoras identificadas como mujeres (24%) con respecto a la encuesta del año 2017 (21%), personas transgénero (4%) sobre un 2% en 2017 y no binarias un 3% en 2019 (categoría no utilizada en 2017). Sin embargo, el porcentaje de varones en la industria continúa siendo mayoritario pasando de un 76% en 2017 a un 71% en 2019.

empresas clientes no solo permite que no se superpongan los quehaceres, sino que se esté continuamente *iterando*²⁰ las distintas partes del juego. Es una carrera de postas, en donde, el compartir el código hace que se concatenen las tareas en función de un ideal de cero error (*bug*) como meta. Una carrera de postas de la era digital, ya que todas las modificaciones realizadas por los desarrolladores/as tanto locales, como externos (empresa cliente) son medidas y registradas a través de un software de seguimiento de tareas, que controla los volúmenes de tareas realizadas, pendientes y con necesidades de revisión. La plataforma está diseñada para registrar, controlar y evaluar todas las actividades efectuadas: cada uno de los actos del trabajador/a deja huellas digitales que son detectadas por la tecnología algorítmica.

Así, estos trabajadores y trabajadoras jóvenes comparten la experiencia de formar parte de un proyecto que traspasa los límites físicos de Globant e interpela a su subjetividad —en la gran mayoría— como jugadores de videojuegos: *gamers*. La experiencia de trabajar para clientes de la envergadura de EA SPORTS, por ejemplo, es realmente muy significativa para este colectivo que supo disfrutar de sus productos y ahora, se encuentra desarrollándolos. Un desafío de doble filo, ya que bajo la idea de “estar haciendo lo que me gusta” y “trabajar para imperios de la industria”, pueden aceptarse condiciones de trabajo precarias bajo procesos de implicación subjetiva (Miguez, 2013). Representaciones que se construyen en la combinación de la actividad laboral con gustos y preferencias de consumo de entretenimiento. Con lo cual, no solo es una marca fundamental para sus CV (*curriculum vitae*) abriendo un universo de oportunidades laborales hasta incluso para poder generar sus propios videojuegos, sino que toca una fibra sensible en relación con formar parte de un proyecto de gran escala que los coloca más de la vereda del cliente, que de la vereda de Globant.

Nuestro proyecto es, en algún punto, si bien es raro porque somos empleados de Globant todos, hoy nos sentimos como en una burbuja, nos sentimos como en algún punto, parte del cliente aunque no lo somos, digamos, y el cliente me parece que no tiene así un nombre de fantasía para los empleados, lo cual me parece un poco más serio que *glober* (Desarrollador, entrevista de campo, 2018).

Son juegos, como te decía, que el desarrollo suele ser de un año, año y pico. Un año, un año y pico, son más juegos, por más que sean juegos de deportes, son juegos triple A para

²⁰ Iteración significa repetir varias veces un proceso con la intención de alcanzar una meta. Se encuentra asociado al desarrollo ágil de software, como parte de un proceso de mejoramiento constante de los productos en las distintas fases de su producción.

tu CV y siempre, o sea, es como que también se maneja con esta medida de “¿cuántos juegos publicados tenés encima?” Es el CV (Desarrolladora, entrevista de campo, 2018).

Trabajar en Globant-Gaming, es una catapulta para poder tener contacto con este tipo de empresas líderes en la industria y que posicionan profesionalmente esa pasión. Pasión que en general no fue anclada en la educación formal superior de cada trabajador/a. La realización de cursos de corta duración, carreras cortas, el ser autodidacta, utilizar tutoriales *online* sumado a su experiencia y trayectoria concreta de usuarios/as, son prácticas muy habituales en la formación de estos sujetos.²¹ El paso por la universidad, no asegura una posición en este tipo de equipos, sino las habilidades técnico-profesionales con las que se cuente, sin importar su origen. En este sentido, es muy interesante retomar cómo fueron sus primeros contactos con el mundo tecnológico:²²

Mirá, yo a los diez años ya sabía que quería hacer juegos, y le quemaba la cabeza a mi profesor de computación de la primaria que te podrás imaginar (Líder técnico, entrevista de campo, 2018).

Desde chico claro, sí, eh, con la tecnología, podemos decir, con las consolas de videojuegos con el SEGA cuando tenía cinco años y más con la computadora digamos tuve a los nueve o algo por el estilo, ocho años, mi primer contacto de usuario. Después yo empecé a programar, entre comillas, no, cuando tenía doce años más o menos, empecé a ver cosas nuevas (Desarrollador, entrevista de campo, 2018).

Nueve años, si me acuerdo, nueve años. Yo estaba en el club de ajedrez y la primera vez que toqué una computadora fue porque me llevaron desde la academia a jugar contra la computadora, y fue mi primer contacto con la computadora (Desarrollador, entrevista de campo, 2018).

²¹ Tal como sugirió Palermo (2018, p.109), contrariamente a lo que sucede con otros rubros vinculados a procesos tecnológicos y de innovación, los trabajadores en esta industria, incluidos los desarrolladores de software, no cuentan necesariamente con credenciales provenientes de la educación formal y entre ellos no valoran —como ocurriría en otros trabajos— las credenciales universitarias al momento de describir dónde han aprendido su saber profesional. Ser autodidacta y emprendedor son las formas más comentadas para el acceso a los saberes profesionales propios de esta industria.

²² Estos fragmentos de entrevista corresponden a desarrolladores varones. En el caso de mujeres, se ve una diferencia tanto de contenido como etaria en los primeros acercamientos con la tecnología.

En palabras, de Daniel Muriel (2018), el acto de jugar videojuegos tal y como se hacía en el pasado, se ha convertido en una experiencia. Experiencias diseñadas para ser escenificadas —en este caso— en un futuro, concretando esa experiencia en una situación laboral que ubica al jugador tanto delante de la pantalla, como dentro de la misma. La experiencia laboral y la experiencia diseñada proveniente del acto de jugar videojuegos comprenden un escenario, un guion y un conjunto de actores originales y diversos (Muriel, *op cit*). Una experiencia sujeta a la estimulación de una curiosidad incipiente en las infancias-adolescencias de estos trabajadores, que conllevan a problematizar esos mismos productos que consumen. La necesidad de develar la caja negra: el interior de un juego. Uno de los desarrolladores entrevistados, significa este proceso como “deformación profesional”, haciendo alusión a como el rol de usuario y de trabajador iterativo se entremezclan en el acto de jugar.

Se te mezclan los roles, sí. La deformación profesional. Intento decir como usuario qué es lo que no, qué es lo que no entiendo. Por ejemplo, me pongo a jugar y digo no entiendo esta interfaz, no entiendo qué es lo que está pasando acá, o se siente raro cuando juego y pasa esto o lo que sea. Y después digo, eso sí después lo extraigo y digo: “¿Cómo desarrollador cómo lo atacaría?”. Porque, en qué tengo que modificar, en qué me tengo que modificar como desarrollador, etcétera, pero sí, te da eso, te da herramientas (Desarrollador, entrevista de campo, 2019).

La deformación supone un cambio en la forma de un cuerpo mientras que en la *deformación profesional* el cambio se articula en la convivencia de las dos experiencias: la laboral y la “diseñada”. O podríamos pensar en una nueva formación profesional que, aplicada a las necesidades corporativas, va reconfigurando el *chip* con el que se mira, se piensa, se juega y se trabaja. Así, en Globant, ambas experiencias son puestas en valor, movilizand o saberes en función de la maquinaria productiva. En mayor medida, la “experiencia diseñada” junto con el saber técnico-profesional corporativamente necesario son los baluartes a explotar. El paso por otras compañías, así como la educación formal pueden pasar a segundo plano. No es casual que para gran parte de los trabajadores/as ingresantes al estudio de *gaming*, sea su primera experiencia laboral en el área e incluso, en la industria del software. Es una industria de jóvenes, reclutados en la cultura que ella misma ha creado, alimentándose 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). El videojuego, por tanto, va a formar parte tanto de su vida laboral, como de su vida extralaboral, donde es elegido como principal divertimento por los mismos trabajadores/as. Y el cual, no es restringido dentro del ecosistema lúdico que Globant

provee. Dentro del espacio de trabajo, los videojuegos no solo van a ser parte de la diaria laboral, sino parte de los tiempos de ocio y esparcimiento. Si bien el valor corporativo de la diversión —como parte de la filosofía empresarial— es transversal a toda la compañía y las instalaciones son comunes a todos los equipos de trabajo, el hecho de que los momentos de ocio incluyan consumidores del mismo producto que desarrollan no es una cuestión menor. Aquí reside otra clave de la configuración de la *disciplina algorítmica*: el acto lúdico pasa a ser parte vital del proceso de trabajo, una forma de testear los mismos productos que elaboran los trabajadores/as. El contenido del juego puede ser o no el mismo que se encuentran desarrollando, de igual forma, la acción de jugar en terreno corporativo supone forjar relaciones sociales donde el objeto vinculante continúa siendo el mismo con el que a diario trabajan.

Desde los propios equipos de liderazgo se busca fomentar una cultura del juego para consolidar un involucramiento con el producto:

P: ¿Suelen jugar los programadores/as a los juegos que ellos/as mismos/as están desarrollando?

R: Estamos tratando de impulsar un poco más la cultura de jugarlo. Fuimos de viaje, trajimos figuritas de esas, las tarjetas intercambiables de equipos, les dimos, están todos cambiando, les obligamos a que elijan un equipo y entonces cuando eligen el equipo nosotros les pasamos: “che, ayer su equipo jugó y ganó contra tal”, intentando embeberlos un poco más en la cultura del juego porque eso hace, número uno: un poco más llevadero tu trabajo, o cuando estás haciendo algo que entendés y que quizás te gusta. Y segundo, porque es necesario a la vez también cuando están desarrollando de repente cosas relacionadas a un deporte, es importante, es útil que conozcan ciertas cosas del mismo para, o no cometer errores o no tener que depender de nosotros que somos los que capaz sí estamos obligados a estar mucho más metidos. Con el otro líder estamos jugando todos los días por lo menos uno o dos partidos de juego, y ya varios nos vieron y dicen: “Ey, nosotros la verdad que la pasamos bien porque el juego está bueno”, y con el tiempo lo entendés y le agarrás amor y nos ven divertirnos y se acercan y ya son varios los que están jugando y ya quieren que armemos un torneío y no sé qué, entonces quizás hoy en día no lo juegan mucho pero sí lo impulsamos (Líder técnico, entrevista de campo, 2019).

Las estrategias para generar ese impulso pueden ser variadas: las figuritas, los torneos, seleccionar un equipo que te convoque a seguir su trayectoria deportiva, pero lo que es común es que todas apelan a la conquista del tiempo de ocio y más aún, direccionando los intereses en función del juego a desarrollar. Carmen Bueno Castellanos (2018), 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. Y al incorporarse a los circuitos de producción *online*, toma un papel activo, pasando a ser un actor social estratégico, denominado “prosumidor” (Dyer-Whiteford, 2004, p. 54). Las empresas son las que al recolectar la información acerca de los gustos y preferencias de esos prosumidores 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, con lo cual no ilumina la situación de los trabajadores/as de *gaming*. En Globant, la construcción de una *disciplina algorítmica* enmarca esta doble apropiación de conocimiento: por un lado, la apropiación del trabajo ajeno y por otro, la apropiación del conocimiento de los “prosumidores internos”, la experiencia diseñada. 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 y del acaparamiento subjetivo de los espacios de ocio: jugar trabajando, trabajar jugando. En palabras de Byung-Chul Han (2014), la pausa es una fase del trabajo, la relajación no es más que un modo de trabajo, en la medida en que sirve para la regeneración de la fuerza laboral. La diversión no es lo otro del trabajo, sino su producto. El *reseteo* de subjetividades que busca 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. Esta circularidad es un factor decisivo para fusionar trabajo y juego (Rossi, 2019), como sugiere uno de los manuales de desarrollo más citado: “[a] través del proceso de diseño iterativo, el diseñador se vuelve un jugador y el acto de jugar se vuelve un acto de diseño” (Salen y Zimmerman, 2004, p. 12). Globant requiere un sujeto activo que produzca en su tiempo de ocio y de trabajo la valiosa información susceptible de ser transformada en ganancia (Gómez, 2014). En otras palabras, se construye una profesionalización del ocio en situación de trabajo. Los saberes vinculados al acto de jugar y los saberes técnicos son puestos en valor al momento de procesar las demandas productivas del próximo videojuego a desarrollar. Con lo cual, dejan de ver el detrás de escena del juego (código, algoritmos, interfaces) pasando a visualizar el juego completo y aportar información desde el rol de usuarios para continuar iterando.

Reflexiones finales

A través del presente trabajo, pudimos entrever cómo este binomio trabajo-juego, se encuentra a merced de las decisiones manageriales y del proceso de acumulación, desde el inicio. La idea lúdica del trabajo, la referencia a “trabajar jugando” e incluso la apelación a la “diversión” como valor corporativo busca interpelar una particular *disciplina* que hemos denominado *disciplina algorítmica*. La disposición de los espacios físicos (la ambientación de estos que busca el máximo confort posible) contribuye a generar una visión de mundo asociado a los valores de libertad, igualdad, creatividad e innovación, sostenido por una mirada deslumbrada de la tecnología. Empresas como Globant representan clones globalizados de la periferia del próspero valle de San Francisco. Donde la idea de lo joven, lo *cool*, repone un proceso civilizatorio pacífico y relajado, y al mismo tiempo potente y arrollador en el plano de la sujeción del sujeto. La ficción de la autonomía es puesta como pantalla para que en el ambiente laboral se performe una idea de libertad y flexibilidad, que en apariencias nos muestra a un conjunto de trabajadores y trabajadoras ejerciendo su ocio de manera irrestricta. No obstante, bajo esa forma fetichizada de ocio, continúan operando los tiempos productivos que definen cuánto de trabajo y cuánto de juego es permitido y tolerado por jornada. El ocio institucionalizado, deviene entonces en una suerte de continuidad horaria, en el espacio productivo y con una arquitectura lista para ser utilizada como renovadora del rendimiento, tanto físico y como psíquico. Un bosquejo de tiempos que incorpora la dimensión afectiva y opera por sobre la subjetividad de cada trabajador/a, ya que no solo va a considerar como renovables las habilidades duras, sino en especial, las habilidades denominadas “blandas”. Incluso, fomenta una cultura del juego, que en el caso de los desarrolladores/as del equipo de *gaming*, entrama un involucramiento con el trabajo desde lo lúdico. Así, las/los trabajadores embisten el rol de prosumidores internos y de productores de su trabajo. Su descanso vinculado al juego los pone en una situación de testeo de su propio trabajo: se profesionaliza el ocio. Así, el mejor lugar para trabajar, e incluso, el lugar donde detenerse para descansar implica seguir pensando en el proceso de trabajo. De esta manera, la *disciplina algorítmica* entrama una doble condición: ser trabajadores/as al mismo tiempo que usuarios y, por ende, tienen una doble captura del saber cognitivo por parte de la empresa. 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 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 sin restricciones. Así, cuando los créditos de las mentes alienadas se acaban, la empresa contempla un momento “no productivo” de dispersión y un sinfín de dispositivos para tal fin.

Para finalizar, recuperamos algunas de las preguntas con las que iniciamos el presente texto en la introducción: ¿Es posible pensar la reconfiguración de nuevas relaciones sociales en el trabajo? ¿Qué sentidos del trabajo se dinamizan en ámbitos de tecnologías? ¿Qué fuerza de trabajo se produce y reproduce? Está claro que estas grandes preguntas no pueden ser respondidas solo en este texto y que amerita todo un gran debate al interior de las Ciencias Sociales del Trabajo. No obstante, podemos afirmar que la crisis de las formas de organización taylorista/fordista abrieron el camino a transformaciones en las relaciones sociales de trabajo donde las tecnologías de la información (o telemáticas) ocupan un lugar central. Las “economías de plataforma” son clara evidencia de estos cambios. El caso aquí analizado da cuenta de la centralidad del trabajo inmaterial capturado por el capital, movilizándolo información, conocimiento, creatividad lúdica, afectos vinculados con la idea de lo joven y relaciones individualizadas. Y la innovación también está en la captura del ocio como parte de la forma en que el capital es dotado de valor. Sin embargo, no queremos exagerar en la innovación de la captura del conocimiento por parte del capital, proceso que ha ocurrido desde la misma constitución de la cooperación capitalista. Intentamos caminar el andarivel —nada sencillo— de generar un marco interpretativo que ilumine aquellos cambios dentro de las continuidades estructurales en las formas de organización del trabajo capitalista.

Bibliografía

- Berardi, F. (2003). *La fábrica de la infelicidad*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Berardi, F. (2016). *El trabajo del alma*. Buenos Aires: Cruce casa editora.
- Bueno Castellanos, C. (2018). Innovación abierta: de consumidores a productores de valor. En *Desacatos*, N° 56, 50-68
- Byung-Chul. H. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- Byung-Chul. H. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- Corsani, A., Rullani, E., Moulier Boutang, Y., & Lazzarato, M. (2004). *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- 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 *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, (pp. 49-62). Madrid: Traficantes de sueños.
- 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, 95-115.
- Gaudemar, Jean-Paul (1991). *El orden y la producción. Nacimientos y formas de la disciplina de fábrica*. Madrid: Trotta.
- Giddens, A. (1995). *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Globant (2015). Reporte de Sostenibilidad. Recuperado de https://www.globant.com/sites/default/files/2018-08/reportesostenibilidad-globant-2015_0.pdf
- Gómez, S. (2014). Ludocapitalismo. En Iván Torres (comp.), *Actas de la primera Jornada transdisciplinar de estudios en gubernamentalidad* (315-323). Chile: Escaparate.
- Kerr, A. (2006). *The Business and Culture of Digital Games*. Londres: Sage.
- Krepki, D (2019). Trabajar jugando: la institucionalización del ocio como práctica empresarial en la industria del software. *Revista de Estudios del ISHIR*, 9 (25), 1-15.
- Latam Video Games Federation (2019). Los videojuegos no son un juego: los desconocidos éxitos de los estudios de América Latina y el Caribe. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/es/los-videojuegos-no-son-un-juego-los-desconocidos-exitos-de-los-estudios-de-america-latina-y-el?fbclid=IwAR0u-GNMAmwQgTOMEI7OhM8NuvuwteHKUwpUdtN7fLqhcJUmmH2HjMGbvpc>
- Leite Lopes, J S. (2011). *El vapor del diablo. El trabajo de los obreros del azúcar*. Buenos Aires: Antropofagia.
- 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* (pp. 224-253). México: Eólica Grupo Editorial.

- Lindon, A. (2006). Cotidianidad y espacialidad: la experiencia de la precariedad laboral. En Camilo Contreras y Adolfo Benito Narváez Tijerina, (coords.), *La experiencia de la ciudad y el trabajo como espacios de vida* (pp. 45-75). México: El Colegio de la Frontera Norte/Universidad Autónoma de Nuevo León/Plaza y Valdés.
- Lins Ribeiro, G. (2017). El precio de la palabra: la hegemonía del capitalismo electrónico-informático y el googleísmo. En *Desacatos*, N° 56, 16-33.
- Mafud, L. (2012) Hecho en la argentina. *El cronista*. Recuperado de: <https://www.cronista.com/claseejecutiva/Hecho-en-la-Argentina-20120927-0109.html>
- Martins, C. (27 de septiembre de 2019). Globant offices around the world: We love them! [Entrada en blog] Globant Stay Relevant [Blog]. Recuperado de <https://stayrelevant.globant.com/en/globant-offices-fun-facts/>
- Míguez, P. (2013). Del General Intellect a las tesis del ‘capitalismo cognitivo. *Bajo el Volcán*, 13(21), 27 -57.
- Míguez, P.; Zangaro, M. (2013). El trabajo inmaterial -cognitivo y sus consecuencias para los trabajadores: el caso paradigmático del desarrollo de videojuegos. Comunicación presentada en el VII Congreso Latinoamericano de la ALAST, organizado por la Asociación Latinoamericana de Sociología del Trabajo, Julio, São Paulo, Brasil.
- Montes, F (2016). La realidad de los gamers y los gamers en la realidad: una aproximación cualitativa (Tesis de grado), Universidad de la República, Facultad de Ciencias Sociales, Montevideo, Uruguay.
- 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* (pp. 47-77). Plymouth: Lexington Books.
- Muriel, D. (2017). *La videoludificación de lo social en la era digital y la cultura del videojuego*. (Libro digital). San Salvador del Valle, ISBN 978-84-16982-41-7.
- Muriel, D. (2018). El videojuego como experiencia. En *Revista Caracteres, estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 335-359.
- Nash, J. (2015). *Hegemonía empresaria en Estados Unidos. Claves para una etnografía de los ciclos industriales en las comunidades urbanas*. Buenos Aires: Antropofagia.
- Newzoo (2019). Newzoo Free Global Game Market Report 2019. Recuperado de: <https://newzoo.com>
- Palermo, H. (2012). *Cadenas de oro negro en el esplendor y ocaso de YPF*. Buenos Aires: Antropofagia.
- Palermo, H. (2017). *La producción de la masculinidad en el trabajo petrolero*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Palermo, H. (2018). Masculinidades en la industria del software en Argentina. *Revista Internacional de Organizaciones*, N° 20, 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*, N° 56, 70-89.
- Rossi, L. (2019). Videojuegos y sociedades de control: la formación del cognitariado en las Global Game Jams. *Revista Crítica de Ciências Sociais* [Online], 118. DOI: 10.4000/rccs.8581
- Sadin, E. (2018). *La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Salen, K y Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play*. Cambridge: MIT Press.
- Schiller, D. (2000). *Digital Capitalism. Networking the Global Market System*. Cambridge: MIT Press.
- Schrape, N. (2014). Gamification and Governmentality. En Fuchs, Mathias; Fizek, Sonia; Ruffino, Paolo; Schrape, Niklas (editors). *Rethinking Gamification* (pp. 21-45). Leuphana: Meson MIT Press.
- Scott, J. (2000). *Los dominados y el arte de la resistencia. Discursos ocultos*. México: Era.
- Soul J. (2015). *Somiseros. La configuración y el devenir de un grupo obrero desde una perspectiva antropológica*: Rosario: Prohistoria Ediciones, Colección Biblioteca de Antropología 3.