

TRABAJO AUDIOVISUAL TERCERIZACIÓN E INESTABILIDAD, REGULACIONES Y RESPUESTAS SINDICALES

María Noel Bulloni

Resumen

Las cuestiones que abordamos en este texto nos remiten a la problemática del trabajo en la producción audiovisual, específicamente en el segmento dedicado al cine publicitario en Argentina. Se trata de un terreno productivo en el cual se observan formas de trabajo extremadamente inestables, vinculadas con procesos de subcontratación laboral. En este marco, el artículo muestra de qué manera estas condiciones laborales de elevada flexibilidad en el sector, que están muy extendidas en la producción audiovisual en el ámbito internacional, se combinan en el caso analizado con un proceso de fortalecimiento del peso de la regulación institucional y de contestación de los trabajadores en los lugares de trabajo.

Palabras clave: Tercerización / inestabilidad laboral / producción audiovisual / regulación del trabajo.

Abstract

Audiovisual work: outsourcing and instability, regulations and trade union responses

The issues addressed in this article refer to the problems of work in the audiovisual industry, specifically in the advertising film production sector located in Argentina. In this particular productive context are observed extremely unstable forms of work related to the labour outsourcing policies. In this context, the article shows how these highly flexible working conditions, which are widespread in the audiovisual industry at the international level, are combined in the case analyzed with a process of strengthening of the institutional regulation of work and defense of workers in the workplace.

Keywords: Outsourcing / job instability / audiovisual industry / labor regulation.

María Noel Bulloni: Doctora en Ciencias Sociales y magíster en Ciencias Sociales del Trabajo, por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Licenciada en Sociología por la Universidad de la República (UDELAR), Uruguay. Investigadora asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), sede Instituto de Ciencias Sociales y Administración de la Universidad Nacional Arturo Jauretche (ICSyA-UNAJ), Argentina. Profesora adjunta regular del ICSyA-UNAJ. E-mail: mnbulloni@hotmail.com

Recibido: 6 de octubre de 2016.

Aprobado: 14 de noviembre de 2016.

Introducción

Como es conocido, en el marco de los procesos de fragmentación productiva, tercerización y subcontratación laboral que han tenido lugar en las últimas décadas, se han generalizado diversas modalidades de trabajo que carecen de protección y de estabilidad (Del Bono y Quaranta, 2010; Flecker y Meil, 2010; Celis Ospina, 2012; Basualdo y Morales, 2014; Del Bono, 2014). Los alcances de estos procesos son verdaderamente profundos en algunas actividades económicas que han venido ganando dinamismo en el crecimiento capitalista, como las industrias culturales, los medios de comunicación, la programación de *software* y otros sectores de producción de contenidos intangibles en términos amplios. Desde entonces, tales sectores —y emblemáticamente los de la producción audiovisual— comenzaron a ser considerados como un terreno muy propicio para reflexionar sobre las tendencias de las configuraciones productivas contemporáneas (Lash y Urry, 1998; Storey, Salaman y Platman, 2005; McKinlay y Smith, 2009).

En diálogo con estos estudios, este artículo presenta algunas cuestiones vinculadas con las características que adquiere el trabajo en el sector argentino de producción de cine publicitario. Se trata de un segmento de la producción audiovisual de este país que tiene una presencia destacada desde hace varias décadas, en el cual se observan formas de trabajo extremadamente inestables, vinculadas con procesos de tercerización y subcontratación escalonada entre empresas y actividades diversas.

De manera similar a otros sectores de producción audiovisual, el cine publicitario presenta una modalidad de organización temporaria flexible, surgida de la profundización de políticas de tercerización, que supone una inserción laboral inestable, basada en proyectos individuales. Estos proyectos son además generalmente mucho más acotados en el tiempo que los del largometraje o del sector televisivo. Por otra parte, esta actividad audiovisual tiene la particularidad de estar orientada a la producción de contenidos a pedido de clientes provenientes del campo publicitario. En efecto, sus empresas se articulan a partir de relaciones de subcontratación con un proceso productivo más amplio, que involucra a otras empresas y sectores (agencias publicitarias o anunciantes). Así, esta organización productiva, articulada en redes de subcontratación escalonada, basadas en proyectos de corta duración, conlleva una inserción laboral extremadamente inestable e

impredecible. Frente a esta circunstancia, surgen interrogantes acerca de las características que adquiere el trabajo en este sector, prácticamente inexplorado por las investigaciones académicas.

En este artículo, buscamos dar cuenta de las respuestas que hemos construido en relación con algunos de estos interrogantes en el marco de un proceso de investigación desarrollado en este particular sector de actividad¹. Específicamente, en esta oportunidad proponemos evidenciar las tendencias contradictorias, observadas en el plano de la regulación de las condiciones de empleo. En esta tendencias conviven una marcada inclinación empresarial hacia la flexibilización, estimulada por la lógica organizativa más amplia en la que se enmarcan estas empresas, junto con significativos avances en el plano de la regulación legal y del accionar sindical, en un período en el cual el contexto político e institucional en Argentina se presentaba auspicioso para la regulación del trabajo en términos generales (2006-2015).

En relación con la metodología de la investigación que sustenta este texto, podemos señalar que hemos privilegiado una perspectiva cualitativa de abordaje, centrada en el análisis minucioso de las situaciones de trabajo que prevalecen en el sector, articulada con un estudio de las modalidades de inserción de sus empresas en los procesos productivos más amplios de los que forman parte. En este marco, utilizamos de manera combinada distintas técnicas de recolección de información. Primordialmente, se han analizado diversas fuentes documentales (informes sectoriales y sindicales, legislación laboral, convenio colectivo de trabajo, prensa escrita, entre otros); se llevaron adelante observaciones en los lugares de trabajo (durante la fase de rodaje, en el marco de empresas variadas) y entrevistas en profundidad a trabajadores, empresarios y referentes sindicales del sector. La información empírica que presentamos en este artículo surge del análisis de los datos que fuimos elaborando en base a estas técnicas y fuentes diversas². Vale añadir que también hemos construido algunos datos cuantitativos e información estructurada para contextualizar algunos aspectos clave del análisis.

El artículo presenta tres apartados principales. En el primero, se reseñan los antecedentes y debates de la literatura académica en torno a la organiza-

1 Este proceso investigativo se enmarca en el Proyecto de Investigación de Ciencia y Técnica (2012-2015) de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (ANPCyT-PICT-0351) y, a su vez, constituye una continuación y ampliación del realizado en el marco de una beca doctoral (2006-2011) del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Actualmente, nuestra tarea investigativa se vincula al proyecto La Organización Productiva y el Trabajo en las Redes de Proyectos de la Producción Audiovisual: confluencia de viejas y nuevas formas de subcontratación, de la Carrera de Investigador Científico (CIC-CONICET).

2 Cabe aclarar que los nombres de los entrevistados que aparecen en el texto han sido modificados para cumplir con el acuerdo de confidencialidad que establecimos con ellos.

ción productiva y el trabajo en la producción audiovisual. Se eligió este sector por considerarlo un ámbito privilegiado para analizar las consecuencias de la reestructuración global actual y, en particular, los procesos de tercerización, subcontratación e inestabilidad laboral, y sus implicancias sobre el trabajo y los trabajadores. En el segundo apartado, se presenta el caso de estudio. En primer lugar se describen de manera resumida algunas características de la trayectoria y configuración productiva del sector argentino de cine publicitario, para luego poner el foco en el análisis de las condiciones y regulaciones laborales, que deja en evidencia de qué manera las políticas de tercerización y flexibilización laboral se articulan con un proceso de recuperación del peso de la regulación de tipo legal, sindical y convencional. Finalmente, se presentan unas reflexiones finales a modo de conclusiones.

El trabajo audiovisual, emblema de los cambios en curso

En las actividades de la producción audiovisual (cine, televisión, cine publicitario, por destacar las más consagradas), las políticas de externalización de actividades vienen de larga data. Ciertamente, existe una tendencia histórica hacia la tercerización y especialización productiva, evidenciada primero en la producción cinematográfica, hacia mediados del siglo pasado. Décadas más tarde, la profunda reestructuración iniciada en los años ochenta, en el sector televisivo, provocó mutaciones con intensidades diversas en las modalidades de organización y regulación laboral. Desde hace ya varias décadas, la dinámica del mercado de trabajo pasó a ser dominada por la categoría de “proyecto” o de “obra” y, consecuentemente, a caracterizarse por la fuerte inestabilidad e imprevisibilidad de la inserción y por la extrema movilidad de la fuerza de trabajo.

Estas evidencias captaron la atención de diversos estudiosos de la reorganización industrial, que encontraron una gran correspondencia entre estos sectores (descentralizados, flexibles, efímeros) y los nuevos esquemas organizativos basados en redes productivas que comenzaron a difundirse en los años noventa. Así, algunos utilizaron armazones conceptuales cercanos a la “especialización flexible” de los institucionalistas Piore y Sabel (1990), tales como Christopherson y Storper (1989), Storper (1994) y Scott (2004), mientras que otros emplearon abordajes más *micro*, ligados a los planteos de la sociología económica de Mark Granovetter (1985). En este grupo se encuentran DeFillipi y Arthur (1998), y Sydow y Staber (2002).

En tiempos más recientes, como sucede en diversos sectores económicos, esta fragmentación y flexibilización organizativa alcanzó mayor extensión y profundidad en el marco de procesos de transnacionalización productiva. Como apuntan algunos estudios, las políticas de tercerización y deslocalización adquieren un papel clave en algunos segmentos del campo

audiovisual, alterando la geografía de estas actividades y propiciando nuevas formas de división del trabajo a escala global (Christopherson, 2006; Scott y Pope, 2007; Davis y Kaye, 2010).

Tal es el caso del sector dedicado a la producción de cine publicitario que aquí nos ocupa, que, en efecto, se ha visto enmarcado en un vertiginoso proceso de transnacionalización productiva. Este proceso, cabe aclarar, no solo se vincula con las posibilidades técnicas y organizativas de fragmentar el proceso productivo audiovisual, sino que también responde a las dinámicas propias de la actividad publicitaria en el ámbito internacional, en particular, a la profundización de la concentración económica que reviste dicha actividad y a sus propias tendencias hacia la dispersión y fragmentación productiva (Grabher, 2002; Faulconbridge, 2006; López, Ramos y Torre, 2009).

En relación con el análisis de las características que adquiere el trabajo en las actividades de la producción audiovisual y de las implicancias que tienen estos procesos sobre él, también encontramos un interés analítico destacable. Algunos autores adoptan esquemas interpretativos ubicados dentro de las corrientes del posmodernismo y parecen encontrar en tales actividades una oportunidad inédita para verificar algunos de sus postulados más importantes (flexibilización de los procesos productivos, crisis estructural y procesos de individuación).

En este marco, existen ciertas lecturas que subrayan las profundas ambivalencias que experimentan los trabajadores en dichas actividades. Sostienen así que es probable que estos gocen de mayores dosis de autonomía, reflexividad y creatividad en su trabajo, pero también sufran una intensa inseguridad e incertidumbre a raíz de las modalidades de organización tan flexibles que predominan (Lash y Urry, 1998). Otras lecturas señalan, en cambio, que tras un proceso de fragmentación e individualización de experiencias, sobrevino otro de conformación de nuevas subjetividades, por iniciativa del capital, y ponen en evidencia la propagación de una nueva lógica, que se expresaría en forma clara en estos sectores. Esta lógica tendría por fin construir trabajadores más adaptables y flexibles, desvinculándolos jurídicamente de las empresas, haciendo que asuman acriticamente un espíritu emprendedor y todos los riesgos que se les proponen (Storey, Salaman y Platman, 2005).

Desde otra mirada, se ha sugerido que el proceso de flexibilización de la producción y la consecuente precarización de las relaciones y condiciones de trabajo en el campo audiovisual se ha presentado de manera anticipada, no solo en relación con el campo económico-industrial, sino además con el campo artístico, del cual también condensa varios elementos (Almeida, 2012). Al respecto, algunos analistas sostienen que los trabajos vinculados con los campos del arte y la cultura aparecen como verdaderos *laboratorios*

de flexibilización y precarización del trabajo, hallándose profundamente atravesados por la discontinuidad de la inserción, la incertidumbre de la carrera profesional y la gran variabilidad de las remuneraciones (Menger, 2005; Segnini, 2011; Segnini y Bulloni, 2016).

Finalmente, podemos referirnos a un grupo de estudios que aborda el trabajo audiovisual desde una perspectiva más clásica, centrada en sus elementos más propiamente industriales. El foco está puesto en los ámbitos del proceso de trabajo y las relaciones laborales, desde donde se problematizan cuestiones vinculadas con la organización y el control laboral, las condiciones de trabajo y las respuestas de los trabajadores (Christopherson y Storper, 1989; Blair, Culkin y Randle, 2003; Ursell, 2000; Roldán, 2010; Bulloni 2010, 2013a, 2013b). Desde estas lecturas, se consigue apreciar que el accionar sindical puede conformar una fuente de regulación laboral de considerable vitalidad, según el contexto. Este aspecto resulta sugestivo no solo para confrontar las lecturas que sostienen que la práctica gremial pierde total eficacia en contextos altamente flexibles como estos, sino fundamentalmente para analizar con detenimiento los desafíos y posibilidades que se presentan a las organizaciones gremiales para la representación, defensa y movilización de colectivos de trabajo cada vez más fragmentados, inestables y heterogéneos.

Presentación del caso de estudio

Argentina es un país latinoamericano que presenta un desarrollo muy destacado en el campo de la producción audiovisual. Posee una sólida industria televisiva, una producción cinematográfica consolidada desde hace largas décadas, con cerca de un centenar de películas anuales en los últimos años, y también cuenta con un pujante segmento dedicado a la producción de comerciales, vale señalar, el mayor en términos de cantidad de producciones, empleo y volumen de trabajo cinematográfico.

Ciertamente, este segmento productivo trasciende los límites del campo audiovisual. Si atendemos a la organización productiva que enmarca la actividad desarrollada en el sector, observamos que esta actividad depende de la articulación de las empresas a partir de relaciones de subcontratación y bajo la modalidad de proveedoras de servicios, con encadenamientos productivos más extensos pertenecientes al ámbito publicitario. En efecto, los productos del cine publicitario son realizados como parte de una estrategia de comunicación que se sirve de los recursos productivos del audiovisual, así como de sus medios de distribución y difusión, de los que se encarga de financiar.

El papel cada vez más crucial que comenzaron a desempeñar actividades como el *marketing* y la publicidad —y más aún audiovisual— en el proceso de reproducción del capital en las últimas décadas, como dan cuenta diversos análisis (Lazzarato y Negri, 2001; Harvey, 2007), explica de qué

manera actividades como el cine publicitario se conformaron como un segmento productivo dinámico en algunos países latinoamericanos, asunto harto difícil para las actividades propiamente cinematográficas que, en caso de desarrollarse, han tenido que depender fuertemente de subsidios y políticas de fomento estatal.

Ciertamente, esta tendencia se desarrolla en vinculación con otra más general de fuerte concentración y mundialización de la actividad publicitaria, en respuesta a las mutaciones que en ese mismo sentido registran sus principales clientes (los grandes anunciantes/empresas multinacionales). En este marco, como ha sido puntualizado, se viene dando una fuerte expansión de agencias y grupos globales del ramo en diversos países, desembarco que desde luego también aprovechan para incorporar nuevos mercados. A su vez, en los últimos años, este proceso se ha visto acompañado por otro de profundización de estrategias de deslocalización en las fases creativas y productivas del negocio, de modo que una misma pieza publicitaria hoy en día puede ser realizada a partir de una densa red productiva extendida por diversos países (Faulconbridge, 2006; López, Ramos y Torre, 2009). En lo concerniente al cine publicitario, Argentina, de manera similar a otros países latinoamericanos, como Brasil y Uruguay, goza de un significativo reconocimiento en cuanto a la calidad de su producción y su “talento creativo”, contando con numerosos premios en festivales internacionales (López, Ramos y Torre, 2009). Esto último seguramente ha incidido en los considerables niveles de exportación registrados en los últimos años, cuando, como veremos, tras la devaluación de la moneda en 2002, dicho país se transformó en uno de los lugares más buscados para filmar.

Con estas consideraciones generales, a continuación presentaremos algunas cuestiones vinculadas con la trayectoria y la actual configuración de este sector que, como mencionamos, se encuentra en franca expansión en los últimos años, desplegando una de las más novedosas formas de organización en el marco de la reestructuración productiva contemporánea.

■ **Trayectoria y dinámica sectorial actual**

El cine publicitario es una de las actividades de la producción audiovisual argentina que mayor relevancia ha alcanzado en las últimas décadas. Comenzó a tener un desarrollo muy importante en los años ochenta y sobre todo en los noventa, vinculado con el fuerte dinamismo de la actividad publicitaria orientada hacia el mercado interno. Más adelante, a partir de la nueva coyuntura económica iniciada con la devaluación monetaria de 2002 en dicho país, la demanda extranjera cobró un impulso inesperado y, a partir de entonces, todos los indicadores de actividad y del mercado de trabajo crecieron de modo considerable, como se analizará más adelante.

Se trata de un sector históricamente concentrado en la ciudad de Buenos Aires, conformado en estos últimos años por un centenar de empresas productoras en actividad que, en virtud de la forma de organización predominante, reúne alrededor de sí a un nutrido conjunto de empresas proveedoras y de múltiples trabajadores —unos tres mil del cine dedicados a esta actividad— con los cuales establecen relaciones de subcontratación y contrataciones temporales para responder a la demanda de cada momento.

La dinámica sectorial evidenciada en estos años estuvo liderada por un grupo reducido de empresas³. La mayoría son empresas pequeñas y especializadas en este segmento publicitario. También existen unas pocas de tamaño mediano e incluso grandes, en estos casos, por lo general, están mayormente orientadas a producir otros contenidos audiovisuales, principalmente televisivos. Pero en todos los casos, cuando se trata de cine publicitario, utilizan un modelo organizativo que apunta a un sistema de producción que no cuenta con infraestructura ni personal fijo, sino que los congrega en función de la demanda —siempre por pieza y sumamente impredecible— de estos servicios de producción.

En Argentina, este sector ha sido conformado como un “desprendimiento” de la industria cinematográfica durante sus primeras décadas de desarrollo (1930-1940), compartiendo con ella diversos elementos del proceso productivo, y “heredando” al mismo tiempo a sus trabajadores y organizaciones gremiales. Así, la difusión de la modalidad de organización flexible, que actualmente predomina en el cine publicitario, se relaciona con un proceso de reestructuración empresarial ocurrido en la producción cinematográfica hacia la década de los cincuenta, que puso fin a la modalidad de *integración vertical* predominante hasta ese entonces en el seno de grandes empresas (los llamados *grandes estudios*), imitando las formas empresariales y organizativas de la industria norteamericana. Cabe añadir que, durante la época de los estudios, se conformaron las asociaciones gremiales que hasta la actualidad representan los intereses de los trabajadores del sector. Así, en 1948, surgió el Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA)⁴, que ha jugado —y sigue jugando— un papel muy destacado en la configuración de condiciones de trabajo en algunos ámbitos clave, como veremos más adelante.

3 El 10% del universo que concentró el 70% de los servicios producidos en el período, que a su vez presenta los coeficientes de exportación más elevados, promediando el 40% (elaboración propia en base a los informes que desde 1991 publica el Departamento de Estudio e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina —Anuarios DEISICA, 1-24— y a otros informes elaborados por este sindicato en respuesta a nuestros requerimientos).

4 En octubre de 2013, se modificó el nombre, la sigla y el agrupamiento de este sindicato; a partir de entonces se denominó Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina, Animación, Publicidad y Medios Audiovisuales (SICA-APMA).

La expansión de la televisión hacia 1960, que como en otros países tuvo efectos muy negativos en la industria cinematográfica, agudizando su crítica situación, supuso en cambio una gran oportunidad para el desarrollo del cine publicitario. A partir de entonces, el mundo de la producción cinematográfica pasó a formar parte de las campañas publicitarias de manera cada vez más recurrente.

Hacia los años setenta, el segmento de la producción cinematográfica orientado al cine publicitario adquirió un grado considerable de institucionalización, con la presencia de una asociación empresarial propia y con los avances en la regulación de condiciones de trabajo específicas para la actividad. Al respecto, en 1975 se celebró el primer y único Convenio Colectivo de Trabajo (CCT) n.º 235/75 tendiente a regular las condiciones laborales de los técnicos de la industria cinematográfica. En este convenio, se dejaron formalmente establecidas algunas disposiciones generales y otras cuestiones que rigen específicamente el trabajo en el segmento dedicado al cine publicitario. Así, con el CCT se pudieron determinar algunas cuestiones importantes para la regulación laboral del sector, como las modalidades de contratación y los salarios para los trabajadores por tiempo determinado (la inmensa mayoría), el establecimiento de un equipo mínimo de producción, con la discriminación de categorías laborales y de tareas, y otras disposiciones de carácter general que rigen para todos los trabajadores encuadrados bajo dicho convenio.

Como señalamos al comienzo, fue recién a partir de los años ochenta y sobre todo en los noventa que el sector adquirió un peso económico significativo, al requerir de la movilización de presupuestos cada vez más abultados, recursos tecnológicos más sofisticados y equipos de trabajo más nutridos y expertos. Este momento coincidió con el auge del neoliberalismo económico que, aunque supuso una mayor exigencia competitiva tras la apertura (al reducir paulatinamente las trabas arancelarias a la importación de comerciales extranjeros que fijaba la legislación⁵), también motivó un dinamismo muy marcado en el sector, albergando a un conjunto cada vez más nutrido y especializado de productoras. Dinamismo que se vio fuertemente incrementado con su posterior despegue hacia los mercados internacionales tras la devaluación monetaria de 2002.

Para dar una idea más ajustada de este crecimiento, podemos señalar que en la década de los noventa se brindaba un promedio de 500 servicios de producción de comerciales por año, casi exclusivamente para el mercado interno, mientras que en el período 2003-2014, esta cifra ascendió a 750,

5 Ley Nacional de Radiodifusión n.º 22.285, sancionada en 1976 durante la dictadura cívico-militar, vigente hasta el año 2009, cuando se sancionó la nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual n.º 26522 que, entre sus diversas disposiciones, volvió a introducir medidas protectorias para el sector.

35% de los cuales estuvieron vinculados con la demanda extranjera (elaboración propia en base a Anuarios DEISICA, 1-24). Resulta interesante señalar que esta novedosa articulación con los mercados externos no es vehiculizada mayormente por inversión extranjera directa, sino que predominan ciertos acuerdos de subcontratación entre empresas audiovisuales más o menos independientes. En este sentido, según nos relatan los empresarios entrevistados, las productoras locales —la mayoría de las cuales, vale aclarar, son de capitales nacionales— comúnmente tienen distintas estrategias para vender sus servicios de producción al exterior. Las más importantes, por ejemplo, tienen oficinas especializadas en la vertiente internacional, realizan viajes al extranjero y tienen presencia en festivales internacionales. Algunas, incluso, tienen filiales en otros países, y otras, las menos, son parte de grupos que operan en distintos países. Otra estrategia, muy usual en empresas pequeñas, es la de asociarse informalmente con productoras extranjeras, de modo que cada empresa ofrece a sus potenciales clientes la posibilidad de filmar en el país de la otra y arreglan un porcentaje de la ganancia.

En este último período, la cantidad de empresas, de trabajadores y de puestos de trabajo generados llegó a duplicarse, creciendo el 200%, 224% y 217% respectivamente (elaboración propia en base a Anuarios DEISICA 1-24). Ciertamente, todos los indicadores económicos y de empleo son sensiblemente superiores en los casos de servicios de producción *hacia el exterior*. Según estimaciones sectoriales, el valor promedio de los rodajes en tales casos llega a triplicar el correspondiente al de las producciones nacionales.

Sin embargo, esta senda de crecimiento orientada hacia el extranjero no está libre de inconvenientes. Desde 2009, se viene registrando una marcada declinación en los niveles de exportación de servicios, del orden del 50%, que ha tenido efectos inmediatos sobre el empleo. Como vimos, este tipo de actividad presenta una modalidad de inserción laboral sujeta enteramente a las fluctuaciones de la demanda. Así, la merma de las deslocalizaciones internacionales supuso que en cada año de este último tramo, en promedio, se generaran cinco mil puestos directos de trabajo menos, de los generados en el tramo anterior. Si bien no hay datos que permitan precisar cómo ha sido distribuida esta caída del empleo entre los trabajadores, podemos señalar que en promedio hubo una reducción del 15% en las jornadas trabajadas anualmente para cada trabajador (de 35 a 30) y que unos 500 trabajadores abandonaron esta actividad (elaboración propia en base a Anuarios DEISICA, 1-24).

Luego de esta brevísima caracterización del sector argentino de producción de cine publicitario, retomando algunas cuestiones abordadas en anteriores publicaciones (Bulloni, 2013a), analizaremos a continuación cómo se han presentado las condiciones y regulaciones laborales durante estos últimos años.

■ Sobre el trabajo, sus condiciones y regulaciones

Como primera cuestión general, podemos señalar que el gran dinamismo que imprimió el crecimiento en el sector fronteras afuera se conjugó con una franca recuperación de los procesos de regulación laboral en el plano institucional, que tuvo al histórico gremio cinematográfico como uno de sus principales protagonistas. Este es un aspecto ciertamente destacable, dadas las características de la inserción laboral de la actividad (por proyectos, inestable, impredecible), al tiempo que constituye una rareza entre los países latinoamericanos⁶. Esta tendencia se vincula con algunos ingredientes del patrón de crecimiento configurado en Argentina en este período, que combinó crecimiento económico con un *cambio de época* en lo referente al marco político-institucional sumamente desregulador y flexibilizador de los años noventa, y que dio lugar a un cierto proceso de resurgimiento sindical, muy variable por cierto en el plano sectorial (Senén González y Del Bono, 2013).

Durante los años noventa, la proliferación de prácticas de flexibilización y de evasión de la legislación laboral supuso, entre las más destacadas, la calificación de la tarea como autónoma (sin relación de dependencia) y el pago de parte de las remuneraciones “en negro”, en fraude a la ley. Superada esta década, el sindicato, aprovechando la coyuntura prácticamente de pleno empleo que vivía el sector, propiciada por el crecimiento hacia el exterior y un contexto político e institucional favorable, centró sus esfuerzos en regularizar las contrataciones, contando con mayor presencia en los lugares de trabajo, al tiempo que algunos trabajadores volvieron a recurrir a esta organización sindical para lograr respaldo en sus negociaciones cotidianas con las empresas.

En este marco, ya en los primeros años de este período volvió a verse generalizada la aplicación de algunos aspectos clave de la normativa laboral dispuesta en el referido CCT n.º 235 de 1975. Esto se reflejó de manera clara en el ámbito contractual, con el pasaje de la facturación, tan extendida durante los años noventa, a la modalidad de contratación estipulada en el convenio vigente. Así lo señalaba uno de los trabajadores entrevistados en ese entonces:

“... se generalizó que vos seas una empresa [...] eso es para desligarse del trabajador, de las responsabilidades que vos tenías como empleador. Todos hicieron eso. No sé cómo habrá quedado en otros laburos ahora. El sindicato nuestro, por lo menos, está tratando de que vuelvan a hacer contratos como

6 Tal como se desprende de los informes de la Federación Internacional de Técnicos de Cine en América Latina (FITEC), la situación laboral en Argentina constituye el escenario más avanzado en términos gremiales, de regulaciones y derechos colectivos. Documentos disponibles en: <<http://www.fitec-al.org/index.html>>.

era antes. Si fuéramos cada uno por las nuestras seguiríamos facturando”.
(Emmanuel, *grip*⁷, septiembre de 2006)

Respecto del establecimiento de las cuestiones vinculadas con la jornada y el salario, también hemos registrado avances en el plano de las relaciones colectivas y de la regulación gremial, aunque de menor calado y más dilatadas en el tiempo. En la década de los años noventa, junto con la mercantilización del vínculo laboral, se había desplegado una rotunda desregulación en estos ámbitos. Pese a la *ultra actividad* del convenio de actividad, las empresas pagaban a los trabajadores un monto abultado fijo por jornada, sin ninguna de las compensaciones salariales fijadas en el convenio. Con la recuperación de la relación de dependencia en el plano formal, sobrevinieron una serie de prácticas entre algunos grupos de trabajadores, tendientes a recuperar una serie de parámetros colectivos que desde hacía tiempo las empresas habían dejado de reconocer, que con el tiempo se fueron extendiendo, aunque de manera segmentada. Así, cuando iniciamos nuestro estudio, se había establecido una jornada base promedio de doce horas en los rodajes (la jornada de convenio es de ocho horas y cuarenta y cinco minutos) y el cobro de compensaciones salariales por horas extraordinarias y *de enganche*⁸, solo para algunos trabajadores. Así lo recordaba uno de los técnicos entrevistados:

“Hasta hace unos años, publicidad era tierra de nadie [...] SICA hoy se llena la boca de un montón de cosas que ganamos los técnicos a partir del aluvión de gente que empezó a venir de afuera a filmar. Por ejemplo, a partir de ahí, pudimos lograr unas condiciones que las logramos los técnicos [...] ‘Si no vamos a dormir, páguennos lo que se llama enganche’... Bueno, empezamos a nombrar la palabra enganche. Ya para eso la palabra extra era... ¡ah!..., porque antes de 2001 si hablabas de hora extra estabas loco...”.
(Marcos, *gaffer*⁹, abril de 2007)

Durante los primeros años del período analizado, estas cuestiones nodales de las relaciones de empleo se definían en base a ciertas negociaciones colectivas segmentadas, alejadas de la normativa vigente, existiendo múltiples acuerdos informales, dependiendo del grupo de trabajadores/as en cuestión. Como señala uno de los representantes sindicales, esta circunstancia en algunos casos refleja una compleja connivencia entre las empresas y los propios trabajadores: “...vos planteás bajar las horas y no quieren, no quieren, se ma-

7 El *grip* (también conocido como maquinista) se encarga de instalar, colocar y manipular la cámara y sus accesorios según los requerimientos de la filmación.

8 Este término hace referencia a un resarcimiento salarial especial por el incumplimiento de la disposición legal relativa al descanso obligatorio de doce horas entre jornada y jornada. Cada hora de enganche valía el doble que la hora simple.

9 Se denomina *gaffer* al responsable del equipo de luces. Tiene bajo su cargo la iluminación, el diseño de la instalación de los focos y la resolución de los problemas técnicos asociados a ello.

tan los pibes [...] ellos son cómplices de esto, gente que quiere trabajar treinta horas de corrido, una locura...” (Secretario gremial de la publicidad SICA, marzo de 2007). En los términos de algunos trabajadores: “No sé si tendrían que bajar las horas, porque de repente al técnico le sirve porque cobra un montón de plata de horas extras” (Nino, utilero, diciembre de 2006). “Nosotros lo aceptamos con el incentivo de que vamos a ganar un billetón...”. En este último fragmento de entrevista podemos identificar otra explicación que no debemos perder de vista: “... pero también... llegado el caso que vos vas a una publicidad sin dormir, sin necesitar la plata, es porque querés que te sigan llamando a vos” (Emmanuel, *grip*, septiembre de 2006). Sin dudas, el carácter inestable e incierto del trabajo contribuye a la convalidación de políticas flexibilizadoras como la descrita.

A partir de 2008, se avanzó en la formalización de estas negociaciones con la firma de una serie de acuerdos articulados al convenio colectivo, en los que se fueron pautando ajustes salariales y otras condiciones de trabajo¹⁰. A partir del primero de estos acuerdos, que luego de tres décadas reanudó la negociación colectiva formal en el sector, la jornada de trabajo legal pasó a ser de ocho horas diarias, con la garantía del pago de cuatro horas extraordinarias por cada día trabajado, aun cuando dichas horas no fueran realizadas. Así, de alguna manera, se logró legitimar la jornada de doce horas que, como vimos, prevalecía en las negociaciones cotidianas de los años anteriores. Este ha sido uno de los puntos centrales de este acuerdo, ciertamente muy discutido entre los trabajadores; muchos de ellos lo catalogaron como un arreglo “a la baja”. Al respecto, a escasos meses de su celebración, sobrevino un cambio en la gestión sindical. La nueva conducción electa en 2008 —con mandato vigente— continuó con la política de regularización laboral de los años anteriores, proponiéndose mejorar el estado de situación de la negociación y profundizar las acciones de control e inspección en los lugares de trabajo.

Esta estrategia, como referimos más arriba, se encuentra en consonancia con la tendencia observada de recuperación del protagonismo del accionar sindical en Argentina en el marco de los gobiernos kirchneristas (2003-2015), cuyas políticas contribuyeron en esa dirección. Pero, también, hay que señalar que la coyuntura económica ya no se mostraba auspiciosa en el sector. Como vimos, a partir de 2009, la demanda externa había comenzado a desacelerarse y ello afectaba directamente al mercado de trabajo, con lo cual, los trabajadores perdían poder de negociación. A pesar de ello, la gravitación de

10 Se trata de los acuerdos n.º 25/2009, n.º 223/2010, n.º 267/2011, n.º 1537/2012, n.º 770/2013, n.º 1593/2014, homologados por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTEySS), celebrados el 2/5/2008, el 24/11/2009, el 4/10/2010, el 22/6/2012, el 22/5/2013 y el 20/11/2014, respectivamente.

la regulación legal y del accionar sindical continuó desempeñado un papel destacado hasta el final del período analizado.

En este marco, según pudimos observar durante el trabajo de campo, los mínimos salariales de los acuerdos vigentes han resultado un elemento útil para limitar los intentos de las empresas de flexibilizar y reducir costos laborales, en sus términos, en pos de ganar competitividad internacional y ser más atractivos para las relocalizaciones desde el exterior en este nuevo contexto. Así se vislumbra en los siguientes fragmentos:

“Hoy Sudáfrica es un 25% más barato a la hora de filmar; Uruguay, casi un 35%, y Chile, entre un 10 y un 15% [...] El problema nuestro son los costos locales [...] También nos preocupan los conflictos sindicales, y que las locaciones estén en condiciones. Argentina se está tornando un lugar complejo para filmar”. (Presidenta de la Cámara Argentina de Cine Publicitario. Tomado de nota de prensa sectorial de 2008)¹¹

O bien:

“En otros países se pelean para que vayas a filmar. O sea, más allá de que Argentina todavía tiene cierta competitividad en el precio, ya no es lo que era hace cinco años... si pensás, hace cinco años veníamos de la era menemista en donde había una desregulación en donde yo podía llamar a cualquiera, me daban una factura; hoy, esa misma persona es un trabajador que me sale 50% más, más allá de la inflación, te hablo solo de cargas sociales... y eso es tremendo”. (Empresario del sector, abril de 2010)

Podemos decir que como fruto de los avances mencionados en el plano formal de la negociación colectiva, el sindicato y los trabajadores del sector pasaron a contar con un instrumento legal más ajustado para hacer cumplir la normativa laboral y evitar así la facturación, el trabajo “en negro”, la omisión del pago de horas extras, la evasión del pago de aportes, etcétera, prácticas todas muy difundidas en un pasado bastante reciente. Al respecto, resulta destacable el logro que hacia el final del período analizado se registró en relación con el cobro de horas extraordinarias durante los rodajes. En palabras de una trabajadora:

“Hasta hace poco se daba que no nos reconocían las horas extras en los rodajes, porque supuestamente la explicación era que la gente de producción, dirección, vestuario... trabajamos más días si comparás con los equipos que solo vienen a filmar y trabajan dos o tres días. Pero era una situación muy injusta que por suerte se empezó a revertir y ahora en general te pagan como al resto de los técnicos”. (Paulina, vestuarista, agosto de 2015)

11 Disponible en: <http://www.pioneerproductions.com.ar/00pdf/reporte_publicitario_diciembre_%202008.pdf>.

Como analizamos en publicaciones previas, a pesar de los avances registrados en la regulación salarial, el pago de horas extraordinarias aparecía como una prerrogativa de los trabajadores de ciertas ramas técnicas, temática para nada menor dado el carácter tan extenso de la jornada de trabajo (Bulloni, 2013a).

En tal sentido, cabe destacar que los avances en el plano formal de la regulación laboral han estado acompañados por una serie de medidas sindicales en los lugares de trabajo, encaminadas a asegurar su efectivo cumplimiento. Así, la presencia más marcada de delegados e inspectores sindicales, las asambleas sorpresivas durante los rodajes, las recurrentes denuncias y “escraches” sindicales a las productoras que incumplen la normativa, en base a las denuncias de los trabajadores, constituyen circunstancias que han permitido avanzar en dicha dirección. Sobre la relevancia adquirida por estas medidas, y ya para terminar, desde el sindicato se señala:

“... la verdad es que estos años estuvimos haciendo mucha presencia... es muy impactante cómo caemos nosotros a los rodajes..., vamos casi toda la comisión directiva... entonces, al productor lo intimidás, y logramos un buen efecto con la gente, que se banca una asamblea. ¿Qué puede pasar?, que en una asamblea haya represalias, la verdad que en ese momento se desentienden del miedo permanente a no ser llamados, [...] igual les decimos a los productores ‘miren que vamos a estar mirando que a esta gente la vuelvan a llamar’, por lo general los siguen llamando...”. (Secretario general SICA-APMA, abril de 2016)

Podemos afirmar entonces que, durante el período analizado, se ha logrado recuperar y sostener la formalización del vínculo laboral y regularizar condiciones laborales importantes en este sector, no sin dificultades, pese a que la flexibilización laboral ha constituido una tendencia empresarial permanente, incentivada por la modalidad organizativa de la actividad, y atravesada por estrategias de tercerización que se han profundizado en el nuevo escenario de transnacionalización productiva.

Reflexiones finales

No es exagerado sostener que la producción audiovisual encarna una de las modalidades más extremas de flexibilización productiva y laboral que hasta el momento se haya dado a conocer. Esto no ha pasado inadvertido en la literatura académica de los últimos años, preocupada por conocer las fisonomías, los rasgos y las implicancias de las formas organizativas contemporáneas. En los países de Latinoamérica, es poco lo que se conoce sobre estas actividades desde estas preocupaciones analíticas. Este trabajo ha pretendido contribuir a arrojar luz sobre algunos aspectos que creemos clave en esa dirección y que forman parte de un debate más amplio y consolidado en estos países, que se

interroga por los efectos de los procesos de tercerización y subcontratación laboral en términos de precarización de condiciones de trabajo.

El análisis que presentamos en estas páginas estuvo centrado en el sector de cine publicitario en Argentina, país con un significativo desarrollo del campo audiovisual en general y del cine publicitario en particular, en el cual los referidos procesos se manifiestan de manera muy profunda. Como se señaló en diversos momentos, las empresas del sector participan en la producción de piezas audiovisuales a pedido de terceros, estando articuladas en relaciones de subcontratación con redes productivas más extensas (muchas veces foráneas) pertenecientes al ámbito publicitario. De esta manera, el sector exhibe una modalidad de organización flexible y efímera, que congrega a los trabajadores y recursos necesarios cada vez, de forma temporaria. Es frente a esta circunstancia que pusimos el foco analítico en los rasgos que adquiere el trabajo en el sector.

En esta clave, uno de los objetivos nodales de este texto ha sido evidenciar de qué manera, durante el período analizado, las estrategias empresariales de flexibilización laboral han constituido una problemática constante en esta actividad, ante la lógica organizativa típica del sector, agudizada más recientemente con la orientación internacional. Al mismo tiempo, también perseguimos visibilizar las influencias que en sentido contrario han recibido las condiciones y regulaciones laborales concretas configuradas en los lugares de trabajo. En tal sentido, hemos destacado el papel que a lo largo de estos años ha desempeñado el accionar sindical en un marco político e institucional que fue favorable para contestar y revertir la evasión generalizada de la normativa laboral de los años noventa, de la mano de las paritarias anuales y las inspecciones e intervenciones en los lugares de trabajo.

Se buscó dar cuenta de las maneras en las cuales en este sector, estructuralmente flexible, se logró recuperar y sostener la formalización del vínculo laboral y regularizar en cierta medida condiciones de trabajo importantes. Ello, sin perder de vista que la naturaleza tan discontinua e impredecible de la actividad tiñe los horizontes de trabajo con una incertidumbre muy marcada, frente a la cual no parece sencillo definir mecanismos institucionales de negociación colectiva que permitan regular de manera estable e inquebrantable las prácticas cotidianas de trabajo. Según hemos observado, estas prácticas dependen ciertamente de tales mecanismos, pero también de las respuestas, resistencias y adaptaciones de los trabajadores —tanto de manera organizada como en un plano más individual— a las estrategias empresariales.

Retomando los debates analíticos con los cuales dialoga este texto, podemos señalar que el caso analizado permite abonar la idea relativa a que los procesos de tercerización y externalización constituyen modalidades de trabajo más permeables a las políticas de flexibilización laboral, que

suponen riesgos enormes en términos de precarización de condiciones de trabajo y de pérdida de derechos colectivos. Asimismo, el caso presentado muestra que los trabajadores y sus organizaciones gremiales pueden desarrollar un papel destacado en la reversión de esta tendencia, aun en contextos con elevado predominio de trabajo “atípico”, altamente exteriorizable, donde estarían dadas mayores condiciones para desdibujar completamente la relación laboral. Por cierto, en tales contextos la restitución de la relación de dependencia y de la regulación colectiva de condiciones de empleo no alcanza a combatir la inseguridad derivada del carácter inestable de la inserción, circunstancia que pone en evidencia las dificultades que presenta la regulación y la defensa de los derechos e intereses colectivos de estos trabajadores. Ejemplo de esto es la falta de amparo en períodos de no-trabajo originados por enfermedad o menor actividad económica, asuntos que no hemos profundizado en este artículo.

No queremos terminar sin antes subrayar la idea sustentada en la evidencia, presentada en este texto, de que todos los empeños puestos en la defensa de los derechos de los trabajadores —sea a través de la política estatal o de la acción sindical— constituyen vías insoslayables para avanzar en su conquista. Frente a un contexto político que ya no se muestra auspicioso en ese sentido, no parece quedar más alternativa a los trabajadores y sus organizaciones sindicales que redoblar los esfuerzos para no retroceder en los avances de estos últimos años.

Referencias bibliográficas

- Almeida, R. (2012). *Modo de produzir - modo de trabalhar: relações de produção e trabalho no cinema da Boca do Lixo*. Tesis de maestría. Facultad de Educación, Universidad Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas, SP, Brasil.
- Basualdo, V. y D. Morales, comps. (2014). *La tercerización laboral: orígenes, impacto y claves para su análisis en América Latina*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Blair, H.; N. Culkin y K. Randle (2003). From London to Los Angeles: a comparison of local labour market processes in the US and UK film industries. *International Journal of Human Resource Management*, 14(4), pp. 619-633.
- Bulloni, M.N. (2010). El detrás de cámara de la producción audiovisual: un caleidoscopio de nuevas y viejas formas de regulación. *Sociología del Trabajo*, 68, pp. 27-49.
- Bulloni, M.N. (2013a). Alcances y desafíos del accionar sindical en contextos productivos flexibles: un análisis en el sector de producción de cine publicitario en Argentina. *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, 18(29), pp. 141-165.
- Bulloni, M.N. (2013b). Redes productivas, proyectos y formas flexibles de trabajo: un estudio en el sector de producción de cine publicitario de la ciudad de Buenos Aires. *Revista Estudios del Trabajo*, 46, pp. 86-112.
- Celis Ospina, J.C., coord. (2012). *La subcontratación laboral en América latina: miradas multidimensionales*. Medellín: CLACSO/Escuela Nacional Sindical.
- Christopherson, S. (2002). Project work in context: regulatory change and the new geography of media. *Environment and Planning A*, 34, pp. 2003-2015.
- Christopherson, S. (2006). Behind the scenes: how transnational firms are constructing a new international division of labor in media work. *Geoforum*, 37, pp. 739-751.
- Christopherson, S. y M. Storper (1989). The effects of flexible specialization on industrial politics and the labor market: the motion picture industry. *Industrial and Labor Relations Review*, 42(3), pp. 331-347.
- Davis, C. y J. Kaye (2010). International production outsourcing and the development of indigenous film and television capabilities: the case of Canada. En: G. Elmer, C. Davis, J. Marchessault y J. McCullough, eds. *Locating migrating media*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield/Lexington Books, pp. 57-78.
- DeFillippi, R. y M. Arthur (1998). Paradox in project-based enterprise: the case of film making. *California Management Review*, 40(2), pp. 125-139.
- Del Bono, A. (2014). *La regulación de la subcontratación laboral en la Argentina: sus alcances y los debates vigentes*. Ponencia presentada en el Seminario Internacional O Trabalho no Brasil: uma perspectiva comparada. UNICAMP, San Pablo, Brasil, 13 al 14 de noviembre de 2014.
- Del Bono, A. y G. Quaranta, comps. (2010). *Convivir con la incertidumbre: aproximaciones a la flexibilización y precarización del trabajo en Argentina*. Buenos Aires: Ciccus.

- Faulconbridge, J. (2006). Stretching tacit knowledge beyond a local fix?: global spaces of learning in advertising professional service firms. *Journal of Economic Geography* 6(4), pp. 517-540.
- Flecker, J. y P. Meil (2010). Organisational restructuring and emerging service value chains: implications for work and employment. *Work, Employment and Society* 24(4), pp. 680-698.
- Grabher, G. (2002). The project ecology of advertising: task, talents and teams. *Regional Studies*, 36(3), pp. 245-262.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), pp. 481-510.
- Harvey, D. (2007). *Espacios del capital: hacia una geografía crítica*. Madrid: Akal.
- Lash, S. y J. Urry, eds. (1998). *Economías de signos y espacios: sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Lazzarato, M. y A. Negri (2001). *Trabajo inmaterial: formas de vida y producción de subjetividad*. Buenos Aires: DP&A Editora.
- López, A.; D. Ramos e I. Torre (2009). *Las exportaciones de servicios de América Latina y su integración en las redes globales de valor [online]*. Serie Documentos de proyectos, CEPAL. Disponible en: <<http://www.cepal.org/publicaciones/xml/3/35963/docw37fin.pdf>> [acceso 23/8/2011].
- McKinlay, A. y C. Smith, eds. (2009). *Creative labour: working in the creative industries*. Londres: Palgrave.
- Menger, P.M. (2005). *Les intermittents du spectacle: sociologie du travail flexible*. París: École des Hautes Études en Sciences Sociales.
- Piore, M. y C. Sabel (1990). *La segunda ruptura industrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Roldán, M. (2010). Trabajo “creativo” y producción de contenidos televisivos en el marco del capitalismo informacional contemporáneo: reflexiones sobre el caso argentino en los dos mil. En: S. Sel, coord. *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*. Buenos Aires: CLACSO, pp. 69-98.
- Scott, A. (2004). The other Hollywood: the organizational and geographic bases of television-program production. *Media Culture & Society*, 26(2), pp. 183-205.
- Scott, A. y N. Pope (2007). Hollywood, Vancouver, and the world: employment relocation and the emergence of satellite production centers in the motion picture industry. *Environment and Planning A*, 39, pp. 1364-1381.
- Segnini, L. (2011). À procura do trabalho intermitente no campo da música. *Revista Estudos de Sociologia*, 16(30), pp. 177-196.
- Segnini, L. y M.N. Bulloni, coord. (2016). *Trabalho artístico e técnico na indústria cultural*. San Pablo: Editora Instituto Itaú Cultural.
- Senén González, C. y A. Del Bono, comps. (2013). *La revitalización sindical en Argentina: alcances y perspectivas*. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Matanza/Prometeo.

- Storey, J.; G. Salaman y K. Platman (2005). Living with enterprise in an enterprise economy: freelance and contract workers in the media. *Human Relations*, 58(8), pp. 1033-1054.
- Storper, M. (1994). The transition to flexible specialisation in the US film industry: external economies, the division of labour and the crossing industrial divides. En: A. Amin, ed. *PostFordism: a reader. Studies in urban and social change*. Oxford: Blackwell Publishers, pp. 195-226.
- Sydow, J. y U. Staber (2002). The institutional embeddedness of project networks: the case of content production in German television. *Regional Studies*, 36(3), pp. 215-227.
- Ursell, G. (2000). Television production: issues of exploitation, commodification and subjectivity in UK television labour markets. *Media Culture & Society* 22(6), pp. 805-825.