

Ghersini Jazmín

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, UNLP

jazmin.ghersini@gmail.com

La edad como referencial identitario: el caso de la "Cervecería y Maltería Quilmes"

Esta comunicación parte del trabajo realizado en el marco del Taller de 100hs: “Estudios sociológicos del mundo del trabajo” perteneciente a la carrera de Licenciatura en Sociología durante el año 2023. El propósito fue analizar el proceso de construcción de identidades colectivas de los trabajadores y trabajadoras de la empresa “Cervecería y Maltería Quilmes”, de la localidad de Quilmes en el año 2023. Mi objetivo reside en comprender el carácter heterogéneo de este colectivo de trabajo, a partir de la apelación a “referenciales identitarios” que ayudan a entender los procesos de producción y la organización laboral.

Durante el transcurso de la investigación se hizo explícita la alusión a los grupos etarios en tanto referenciales identitarios que confluyen en procesos de identificación. En base a estos hallazgos, la presentación se estructuró en tres secciones que reflejan estas identificaciones: "los jóvenes" (24 y 25 años), "los jóvenes adultos" (30 años) y "los mayores" (58 a 63 años). Entonces, es relevante evidenciar los puntos de encuentro y divergencia existentes en el proceso de construcción de identidades colectivas de trabajadores y trabajadoras de la “Cervecería y Maltería Quilmes”. Aspectos como el “saber hacer”, el “prestigio” de trabajar en la empresa, el “hacer carrera” y el desafío de balancear la vida privada y la vida laboral surgieron como otros referenciales identitarios asociados a la edad de los entrevistados.

La metodología empleada fue cualitativa-interpretativa, donde se produjeron y analizaron datos de carácter cualitativo. Se realizaron, a lo largo del mes de septiembre y octubre del año 2023: 6 (seis) entrevistas en profundidad, 5 (cinco) a través de la plataforma “Meet” y 1 (una) se llevó a cabo de manera presencial. Además, el relevamiento de fuentes bibliográficas y las redes sociales oficiales de la “Cervecería y Maltería Quilmes” fueron integradas a la lectura de las entrevistas.

Asimismo, considero relevante exponer ciertas características sociolaborales de las personas entrevistadas que servirán como insumo al momento de analizar cada grupo etario. En relación a “los jóvenes” he realizado 2 (dos) entrevistas a los siguientes actores: Rocío de 25 años quien forma parte del área de Operaciones y tiene un año de antigüedad. Por otro lado, entrevisté a Federico de 24 años quien forma parte del área de Logística y tiene 1 año de antigüedad. Para el análisis del grupo etario denominado “los jóvenes adultos” he realizado 2 (dos) entrevistas una de ellas a María de 30 años quien forma parte del área de Logística y tiene

4 años de antigüedad y Azul de 30 años integrante del área de Impuestos y tiene 3 años de antigüedad en la empresa. Por último, en el caso de “los mayores” he realizado 2 (dos) entrevistas, una de ellas a Gerardo de 58 años del área de Ventas quien cuenta con una antigüedad de 25 años, y a Javier de 63 años, operario del Departamento Choop con una antigüedad de 33 años.

¿Quiénes son “Cervecería y Maltería Quilmes”?

Acorde a la información provista por la página oficial de la cervecería (S.f), la empresa es una “Gran Familia” compuesta por 6.000 empleados directos y 130.000 empleados indirectos. La “Cervecería y Maltería Quilmes” (CMQ)¹ forma parte de AB InBev, “compañía cervecera internacional líder y una de las cinco compañías de consumo masivo más grandes del mundo, con sede en Leuven, Bélgica. Anheuser-Busch InBev cuenta con un portafolio de más de 500 marcas y con operaciones en 50 países.”

En relación a esta idea de “somos una gran familia” es pertinente recuperar el trabajo de Russo (2008), quien nos expone el carácter paternalista de los orígenes de la empresa. La maltería, no solo ha constituido un mercado de trabajo y un entramado industrial en la zona, sino que ha conformado complejas relaciones sociales. Estas últimas, mediadas por instituciones basadas en el proyecto de Otto Bemberg (fundador): estabilizar la fuerza de trabajo como condición necesaria para el desarrollo de la actividad industrial. Entonces, a partir de la creación de Clubes deportivos, Hospitales, Escuelas e inclusive un barrio obrero (Villa Argentina)², proporcionados para la comunidad quilmeña, Bemberg logró consolidar la lealtad de sus trabajadores con la empresa.

En la actualidad, dicho proyecto se encuentra vigente pero adaptado a una nueva cultura organizacional de la empresa y a los tiempos actuales, reformulado en el siguiente principio: “nuestra gente constituye el activo más valioso”. (Cervecería y Maltería Quilmes, s.f)

La noción de identidad

Este trabajo recupera lo elaborado por Battistini, O. (2009) en torno a la identidad en “La precariedad como referencial identitario. Un estudio sobre la realidad del trabajo en la Argentina actual” donde trabaja dicha noción. Según el:

¹ Uso de la abreviatura CMQ para referirse a “Cervecería y Maltería Quilmes”

² Para más información ver a partir del minuto 21 <https://www.tvpublica.com.ar/post/villa-argentina-un-barrio-de-quilmes-que-nacio-para-los-trabajadores-de-la-cerveceria>

La identidad como proceso histórico de vida es fundamentalmente definida por su capacidad de creación subjetiva. En términos dinámicos, ella es el movimiento por el cual el individuo reformula siempre de antemano la substancia social que lo constituye. Analizado en tendencia, el proceso identitario es una manifestación de la subjetividad en marcha. (p. 135)

En otros términos, el autor entiende a la identidad como un proceso en constante construcción, el cual está condicionado por el espacio y tiempo en el que se encuentra el individuo. A la vez, le otorga relevancia a la subjetividad de las personas, ya que a través de ella logran “posicionarse” frente a ciertos elementos y, así, su capacidad subjetiva los integra o no a su propia identidad. De esta manera, Battistini (2009) complementa su análisis sobre la identidad con la concepción de Dubar e introduce como novedoso la noción de “referenciales identitarios”. Como destaca Busso (2007):

Los referenciales identitarios pueden ser reales o ficticios, es decir, personas, instituciones, grupos, cosas, momentos históricos, imágenes, valores, principios, ideologías, personajes, etc. Los mismos existen y adquieren importancia en la construcción identitaria mientras el individuo los tenga en cuenta, cuando el individuo deja de reparar en ellos, dejan de ocupar un lugar en dicha construcción. (p.101)

Entonces, son significativos los “referenciales identitarios” siempre y cuando el individuo le otorgue un valor, que puede ser por rechazo o por aceptación de esos referenciales, es decir, el individuo se posicionará frente a ellos o desde ellos (Battistini, 2009). Asimismo, tomarán dos formas distintas según el nivel de incidencia en la vida del sujeto. Los “soportes identitarios” están asociados a la idea de apoyo o sustento, por el contrario, al asumir la forma de “señales identitarias” entonces “se tratará de simples mojones en el camino, que nos indicarán cómo continuar con el o la necesidad de cambiar de rumbo” (Battistini, 2009, p.136). Además, el autor repara en la idea de futuro, en el sentido de que aquellos condicionantes del pasado y del presente definen nuestra capacidad de proyección futura. También, es significativo introducir otras categorías teóricas para el análisis del caso. Según Busso (2007):

La forma discursiva que articula y expresa la relación de diferentes referenciales identitarios es lo que entendemos por “forma identitaria” o “identificación”. Esta se expresa en el plano simbólico o representacional, siendo la narración -el decirse y el decirnos-, el momento

explícito de esta identificación. Dicho acto o momento en el cual experimentamos y expresamos sentirnos similares o diferentes es lo que entendemos por “acto identitario”. (p.102)

En este sentido, se debe destacar el aspecto relacional de la construcción de identidades, ya que la existencia de referenciales comunes expresados bajo la forma identitaria permite la asociación colectiva (por rechazo o aceptación).

Grupo etario ¿Por qué?

Cada grupo etario nos expone experiencias, valores y perspectivas diferentes en torno al ámbito laboral, por ende, es necesario recuperar estas concepciones sobre el trabajo para comprender las formaciones identitarias específicas. No obstante, podemos observar ciertos referenciales compartidos, aspecto que desarrollaré en las conclusiones.

“Los jóvenes”: periodo de encantamiento

Es relevante señalar que ambos entrevistados poseen una formación universitaria. En el caso de Federico “Quilmes” fue su primer trabajo, por el contrario, Rocío cuenta con otra trayectoria laboral ya que trabajaba en una consultora previo a su ingreso en la maltería. Ambos parten de orígenes laborales diferentes, no obstante, podemos encontrar similitudes en cuanto a sus valoraciones sobre la empresa ya que conciben a la flexibilidad laboral como positiva. En otros términos, no sólo les agrada la modalidad de trabajo híbrido, sino también el nivel de cercanía con sus superiores. Rocío me relata su ingreso a la cervecería y deja en claro el nivel de proximidad con su jefa o como ella llama “líder”. A lo largo de la entrevista esa idea es reforzada constantemente. En los siguientes fragmentos podemos advertirlo:

“Igual es flexible eso, es todo al lado del jefe, con el líder. Pero puedes entrar de 8 a 10hs. Eso está copado, casi siempre nosotros laburamos hasta las 18hs” (...) Super buena onda el trato, muy flexible, la ropa. Era algo que yo en la consultora no podía ir con zapatillas, literalmente me retaban si iba con zapatillas y acá no, súper informal, eso está copado. Y también el trato con ella, nos llevó por todas las oficinas, me hizo conocer. (...) Ahora me parece muy curioso que el primer día mi líder nos mostrará el Auditorio Sur y nos diga: ‘Bueno, les comento que está re bien visto, después de las 18hs, quedarse a tomar algo’ (Rocío, 25 años, Operaciones, 1 año de antigüedad)

Es interesante advertir que la entrevistada asocia flexibilidad con la proximidad a su “líder”. Por otro lado, Federico también me expone su agrado por la flexibilidad de la empresa y hace hincapié en la posibilidad de crecimiento dentro de la maltería como también la horizontalidad en las relaciones laborales es un elemento que destaca.

“Te piden venir dos veces por semana...intenten, si no podés no pasa nada. El ambiente laboral es muy bueno, realmente me hice amigo de varios chicos. Después la posibilidad de crecimiento también es buena. Yo entré en agosto del año pasado y en marzo tuve un ascenso. Las rotaciones son altas y, si tenés ganas y lo demostrás, creo que te dan bola y si hay oportunidad, obviamente te cambian de puesto. Me gusta pensar: bueno, tengo tanto tiempo para meterle a este puesto y sacarle el jugo, se que dentro de poco ya puede ir a cambio”. (Federico, 24 años, Logística, 1 año de antigüedad.)

Entonces, a partir de aptitudes personales se llegan a conquistas laborales, dichas habilidades están asociadas al cumplimiento de las tareas y también a sus capacidades de socialización. De esta manera, podemos identificar un discurso meritocrático no solo por parte de la empresa, sino también por parte de los entrevistados. Esto está vinculado con la creencia que la CMQ impulsa: “ser auténtico”³

“Siempre te recomiendan que interactúes y te muestres, a la empresa le gusta. Si te quedas sin hablar con nadie, obviamente, no vas a llegar a nada. La empresa es muy de mostrarse, de querer iniciativa, productividad, muy enérgico todo. Tengo al gerente de toda la ‘macro’ a unos pasos y viene y me saluda con un beso. Son accesibles” (Rocio, 25 años, Operaciones, 1 año de antigüedad)

Más allá de su discurso empresarial, promocionan la autenticidad a través de lo que mi entrevistada llama “ERGs”⁴

“Son básicamente grupos de afinidad que tienen un objetivo en común. Estos grupos de afinidad tratan sobre temáticas sesgadas de la sociedad. Los que manejan estos grupos de afinidad se llaman grupos de ‘Autenticidad’. Entonces ‘Autenticidad’ trata estos cinco ERGs, yo estoy en diversidad sexual. Tienes diversidad sexual, género, edad, discapacidad y socioeconómico”. (Rocio, 25 años, Operaciones, 1 año de antigüedad)

Entonces, la CMQ relaciona la idea de autenticidad con la de capacitación, es decir, el fomento de “ser uno mismo” acompañado del aprendizaje. De esta manera, podemos identificar que para el grupo etario de “los jóvenes” la autenticidad, asociada a las habilidades individuales (sociales y laborales), es un referencial identitario llegando a funcionar como “soporte identitario”. En otros términos, “hacer carrera en la empresa” depende de la voluntad individual, no solo de superarse en sus funciones sino también el mostrarse dispuesto a seguir aprendiendo, ello teniendo en cuenta que las capacitaciones no son obligatorias. También, podemos ver que la flexibilidad de la empresa funciona como “referencial identitario”, es decir, traspasar las barreras jerárquicas a partir de un vínculo directo con sus superiores. Asimismo,

³ “Somos auténticos” Para más información ver: <https://www.cerveceriaymalteriaquilmes.com/nuevo-nosotros/>

⁴ Definición: Grupo de Recursos para Empleados. Para más información ver: <https://www.talentoyempresa.com.ar/articulo/premio-persona-cerveceria-y-malteria-quilmes-aliados-la-equidad-de-genero-no-es-cosa-solo-de-mujeres>

la comodidad que les proporciona la modalidad de trabajo *home-office* es otro aspecto que destacan de la flexibilidad .

Es así como *el sabor del encuentro*, eslogan de la marca, encarna la dinámica de las relaciones tanto con superiores como con pares. Los espacios de la fábrica están preparados para reuniones extra-laborales proporcionando a sus “colaboradores”⁵ un espacio distendido. Mi entrevistada afirma:

“Encontré mi lugar. Que tu líder, tu primer día, te diga que estaba bien visto que haga esto (tomar cerveza luego del horario laboral en las instalaciones), dije bueno lo voy a tener que hacer no me queda otra (risas)” (Rocio, 25 años, Operaciones, 1 año de antigüedad)

“Los jóvenes adultos”: periodo de desencantamiento y crítica

Ambas entrevistadas no solo coinciden en edad y formación académica, poseen título de grado, sino también en su concepción sobre los movimientos de posiciones y/o tareas que se dan en la empresa, sean de carácter horizontal o vertical. En otros términos, tanto María como Azul me exponen su angustia y estrés al asumir nuevas responsabilidades. Azul me relata lo siguiente:

“Por ejemplo, se fueron estas dos personas. Entonces, entró alguien para reemplazar, hubo que capacitar a esta persona y me tocó a mí, más todas las tareas que tenía, se complica la verdad. No es que se hace cargo el jefe, sino que muchas veces son los mismos compañeros los que tienen que entrenar al nuevo. Y si bien, a la larga esa persona aprende, hace las tareas y reduce el peso en uno, el tema es hasta qué ocurre eso, que no es recién en meses, ahí engancha todo” (Azul, 30 años, Impuestos, 3 años de antigüedad)

La entrevistada se muestra afligida con la incorporación de nuevo personal y también el aprendizaje de nuevas tareas que ella debe asumir, ello mismo sucede con María quien me describe cómo fue para ella el pasaje de un puesto a otro:

“Mira, no tengo lindos recuerdos... (piensa la frase y reformula) No son como las situaciones más cómodas los cambios de posesión. De hecho, si no sería porque realmente estaba como estresada en el último cambio, no lo hubiese hecho porque la realidad es que yo no tengo experiencia de otras empresas (privadas) pero de repente estás como en dos puestos al mismo tiempo durante un tiempo y encima tenes que sumar el tiempo de capacitar a la persona que te va a reemplazar.” (María, 30 años, Logística, 4 años de antigüedad)

De esta manera, podemos ver que el “saber hacer” es una cuestión predominante en los equipos de trabajo de ambas entrevistadas. Es así que la imagen del jefe como “líder” toma menor relevancia en el discurso de María y de Azul, a diferencia del grupo etario de “los jóvenes”. En este sentido, el trabajo en equipo es altamente valorado, el diálogo y la escucha,

⁵Denominan a los trabajadores como colaboradores

para mejorar el rendimiento y facilitar el aprendizaje e incorporación de contenidos. Las entrevistadas me nombran la existencia de ciertos soportes físicos o electrónicos llamados SOPs⁶

“Lo que vi es que hay equipos que están mejor preparados que otros para estas transiciones. Hay equipos donde tenías muchos escritos y textos donde te explicaban el paso a paso de las tareas. Entonces, está buenísimo porque si no puedes acceder a la ayuda de la persona que te transicionó recurrís a eso y, a veces, hay equipos en donde eso no existía. Siempre ayuda que haya SOPs, se le llaman como paso a paso para las tareas.” (María, 30 años, Logística, 4 años de antigüedad)

No obstante, el aprendizaje no proviene únicamente de sus compañeros de equipo, ellas también reconocen el contacto con otras áreas de la empresa como una instancia enriquecedora para su formación personal y profesional.

“Lo que me gusta es nutrirse también de lo que hace el otro, aprender cosas nuevas y también hablar con otras personas y no encasillarse en lo mismo.” (...) “La realidad es que si nos surgen dudas o consultas lo hablamos entre el equipo. Tenemos mucha conexión con las otras áreas a nivel físico porque estamos en el mismo piso con logística, por ejemplo.” (Azul, 30 años, Impuestos, 3 años de antigüedad)

Asimismo, la entrevistada reconoce que vincularse con otras áreas, además de proveer conocimientos sobre otros proyectos y la forma de ejecutarlos, también le otorga la posibilidad de crecimiento dentro de la maltería, la llamada “carrera en la empresa”. Esta concepción también es compartida por los trabajadores más jóvenes .

“Me gusta (el contacto con otras áreas) porque aprendes cosas o manejos o inclusive sabes cómo se manejan las otras áreas y el día de mañana capaz hasta puedes hacer un movimiento lateral e irte a otra área”. (Azul, 30 años, Impuestos, 3 años de antigüedad)

Otra cuestión que surge en este grupo etario y, es aún más destacable por ser mujeres jóvenes, es el intento de balancear la “esfera privada” y la “la esfera pública” de la vida⁷. Ambas asumen dos posiciones distintas al enfrentarse con las demandas laborales en la CMQ, es posible que esté relacionado con la naturaleza de sus puestos, área de impuestos y de logística, pero también está vinculado con la personalidad de cada una. Los siguientes fragmentos de entrevistas, donde conversamos sobre la pandemia y el trabajo remoto, dejan en claro la actitud que asume cada una.

“No hago horas extras, en ninguno de los puestos hice horas extras, así que siempre de 9am a 6pm y depende del día si es presencial o virtual” (María, 30 años, Logística, 4 años de antigüedad)

⁶ Sales and Operation Planning: “sirven para documentar procesos importantes de la empresa y guiar a los miembros del equipo en el aprendizaje y reaprendizaje de las tareas”

⁷El libro “Reencantar el mundo. El feminismo y la política de los comunes” obra de Silvia Federici (2020) ofrece un análisis crítico sobre dichas esferas.

“Estando en tu casa podés disponer mejor de tus tiempos en el sentido de, tengo que hacer alguna tarea de la casa puntual, puedo cortar un segundo (haciendo referencia al trabajo en la computadora) para hacer eso y lo que veo de negativo es que es difícil cortar horario estando en tu casa, terminas trabajando más horas. La realidad es esa, es más difícil cortar.” (Azul, 30 años, Impuestos, 3 años de antigüedad)

Entonces, lo que podemos observar es que María impone límites para evitar la superposición del trabajo y la vida privada. Por el contrario, Azul reconoce que al intentar combinar ambas esferas de la vida termina prolongando su jornada laboral.

Por otro lado, ambas entrevistadas consideran positivo trabajar para una empresa de gran magnitud y que, además, se encuentre en el conurbano de la ciudad de Buenos Aires. Tanto Azul como María me relatan lo engorroso que era viajar desde Zona Sur hacia Capital Federal, en sus anteriores trabajos. Ante la pregunta “¿Qué es lo que te gusta de la empresa?”

“Por un lado podríamos decir la cercanía, realmente no hay muchas empresas en zona sur y la tendencia es que se vaya moviendo y están mucho en Zona Norte, que es lo que me pasó cuando salí a buscar este trabajo (operativo) y yo realmente estaba muy cansada de ir a Capital” (María, 30 años, Logística, 4 años de antigüedad)

“Yo trabajaba antes en Capital, con lo que me implicaba muchas horas de viaje. Ahora agradezco tener unos días para trabajar desde casa y trabajar en un lugar más cerca. Es super positivo eso” (Azul, 30 años, Impuestos, 3 años de antigüedad)

En conclusión, con el relato de ambas entrevistadas pude identificar 4 referenciales identitarios que corresponden a este grupo etario. En primer lugar, la instancia de cambio de posiciones (horizontal o vertical) genera estrés y angustia, ya que deben encargarse de la transición para quien asumirá su anterior rol, al mismo tiempo que aprenden sus nuevas responsabilidades. El segundo referencial identitario de este grupo etario es el “saber hacer”, es decir, socializar los conocimientos entre compañeros de equipo y otras áreas, este referencial es altamente valorado porque se encuentra asociado a la posibilidad de crecimiento en la empresa. El tercero da cuenta de la histórica división sexual del trabajo, la dificultad de las entrevistadas por balancear las actividades de la “esfera privada” y la “esfera pública” de la vida. Por último, que su espacio de trabajo se encuentre en Zona Sur y, por lo tanto, tengan la posibilidad de trabajar cerca del hogar es otro referencial identitario de las entrevistadas.

“Los mayores”: periodo de aceptación y búsqueda de desafíos.

Ambos entrevistados expresaron su deseo por encontrar desafíos en su labor, es decir, hay una búsqueda constante de nuevas habilidades y aprendizajes en las tareas cotidianas.

Esta búsqueda la podemos definir como positiva, no parte del fastidio o desánimo con su trabajo, sino el poder sentirse valioso para con la empresa y sus pares. Así, dar cuenta de su valor como trabajador y su utilidad en términos humanos. Los siguientes fragmentos de entrevista manifiestan la ambición de ser mejores.

“No es un trabajo pesado ni puedo decir: ‘no, no quiero hacerlo porque no me gusta’. Todos los trabajos que se hacen, que yo hago y que en general hace toda la gente, es muy lindo y muy ameno, no es rutinario para mí.” (...) “Mi trabajo es reparar todas las canillas que tienen mucha cantidad de piezas y es bastante difícil también lo que es la reparación, el armado, el desarme de una canilla y de chop.” (Javier, 63 años, operario, 33 años de antigüedad)

De este modo, Javier desmantela un prejuicio que tenía acerca de su labor en la fábrica. Para él, su trabajo no es mecánico ni rutinario, por el contrario, se presenta como una prueba constante de sus capacidades no solo manuales sino también intelectuales. Por otro lado, Gerardo me cuenta:

“De Quilmes me gusta como es la empresa en general, con el dinamismo que tiene, con las categorías de venta que tiene. Me encanta que sea una empresa que vende cerveza. Más allá de que está bueno vender, está bueno vender también productos con los uno se siente identificado. Son categorías de venta divertidas. El marketing, la publicidad...son productos de consumo masivo, también está bueno. Me gusta eso porque al ser un producto de consumo masivo puedes desarrollar otras cosas que no son de consumo masivo, ya sabes que se van a vender, entonces vos tenés que ganarle a la competencia. No es que tenes que imponer tu producto...tu producto se vende solo. Si bien está muy monopolizada la categoría, tanto de cerveza como de gaseosa, está bueno competir contra otra empresa grande. Me gusta la competencia, competir e ir a ganar al mercado, tratar de vender más que el otro, tener más producto que el otro en la tienda, ejecutar mejor”. (Gerardo, 58 años, Ventas, 25 años de antigüedad)

El entrevistado, al igual que Javier, nos expresa su deseo por el desafío constante y efectuar dicha tarea asume un carácter personal porque, para Gerardo, su trabajo va más allá de vender, este contiene una carga simbólica e íntima porque se identifica con lo que vende. Es interesante preguntarnos por qué sucede dicha identificación, posiblemente esté asociado a la historia de la maltería y los valores que predica, en este sentido, se denota una fuerte impronta de los principios de la empresa en la identidad de nuestro entrevistado. Más adelante Gerardo los refuerza y se vuelve una constante a lo largo de la entrevista. Cabe aclarar que debido a los años de experiencia en la CMQ, tanto Javier como Gerardo, han transitado distintos cambios culturales que llevaron a considerables reestructuraciones en la empresa, por nombrar alguna de ellas, la adquisición de la embotelladora de Pepsi por parte de Quilmes y la fusión de esta última con Brahma. Es relevante exponerlos porque hubo un pasaje paulatino de la cultura asociada a la familia Bemberg a una más “*aggiornada* a lo que

es el mercado en general” en palabras de Gerardo. A su vez, el entrevistado reconoce la necesidad de adaptarse a esos cambios culturales para la permanencia en la empresa.

“Todo cambio trae resistencia, obviamente. El que no se adaptó se tuvo que ir y el que se adaptó sigue trabajando y toda la gente que se toma, se toma por perfil obviamente No se va a tomar una persona que piensa distinto o que viene con otra cultura. Siempre, por lo general, en las entrevistas se busca tomar gente que mediatamente está alineada”. (Gerardo, 58 años, Ventas, 25 años de antigüedad)

Entonces, para el grupo etario de “los mayores” los principios de la maltería son referenciales identitarios, llegando a convertirse en un soporte identitario. Es decir, se apoyan en los valores de la empresa y, por lo tanto, conciben a la cultura organizacional como una “guía” en el accionar. Desde mi punto de vista, la incorporación de los valores empresariales por parte de Gerardo y Javier está vinculada a la historia de vida de los entrevistados, ambos tuvieron un pasar económico complejo durante su juventud. Para ellos, la empresa actuó como un posibilitador de trabajo estable, consolidando un lazo sólido entre los entrevistados y la CMQ que supera los límites contractuales de “trabajador-empleador”. Es así, como la CMQ asume un rol de “cuidador”. En las siguientes citas podemos apreciar lo desarrollado:

“Y previo a Quilmes trabajaba...así multinacional no. La empresa grande era más que nada una inmobiliaria...ventas (se ríe), en una bicicletería, también ventas, en una agencia de publicidad, como administrativo.” (Gerardo, 58 años, ventas, 25 años de antigüedad)

“No conocía nada de Quilmes. Yo entré a los 30 años, fue por casualidad que me encontré con un amigo en la calle, me acuerdo perfectamente ese día porque cambió mi vida, yo tenía un trabajo que no me era redituable para nada. Hice muchos trabajos hasta los 30 años. Fui camionero, trabajé en quintas, trabajé en una fundición de bronce, fui operador de radio, fui guardavida, hasta esa época era guardavida” “¡No lo podía creer! Cuando entré a trabajar, en un mes gané diez veces lo que ganaba en el otro trabajo. Era impresionante” (...) “Soy diabético, entonces estuve dos años sin trabajar durante la pandemia. Me pagaron todo el sueldo y más también, no falló nunca la fábrica, así que no puedo tener algo de queja con la fábrica. Es algo que en ningún lugar, ningún otro trabajo puede haber sido así. Los dos años que me quedé en mi casa, me mandaban un médico, me llamaban una vez por semana, para ver si estaba bien, si tenía la vacunación, por ejemplo había alguien con covid cercano me venían a hisopar, todo pago por la fábrica.”(Javier, 63 años, operario, 33 años de antigüedad)

El caso de Javier nos permite vislumbrar esta idea de la empresa como cuidadora del bienestar de los trabajadores. Esto mismo lo podemos ver en la entrevista con Gerardo quien me manifiesta lo siguiente:

“Estoy contento en el trabajo y creo que es una empresa importante y que siempre está a la vanguardia de todas las tendencias nuevas para que la gente esté bien y para mejorar y para siempre estar arriba. Es muy grande, siempre va a querer estar arriba de todo Quilmes, a

nivel ventas, a nivel participación del mercado, a nivel innovación y a nivel de recursos humanos también.” (...)“La gente primero en todo y eso creo que se aprendió fuerte y se está haciendo. Estoy alineado en todo ese sentido, me parece muy bien.” (Gerardo, 58 años, ventas, 25 años de antigüedad)

Ambos están transitando la etapa final de su trayectoria laboral donde se les presentan transformaciones a nivel tecnológico, social, cultural, entre otros. Como me relata Javier, ante un posible cambio de área:

“Ya llegué al techo, es lo máximo a lo que puedo aspirar siendo técnico. Si quisiera progresar en algo más tendría que ser ingeniero o abogado. Como técnico ya es lo máximo que llegue. Y sigo estando acá, ya creo que de acá no me voy más (refiriéndose al departamento que pertenece)”.(Javier, 63 años, operario, 33 años de antigüedad)

En conclusión, uno de los referenciales identitarios de este grupo etario corresponde a los valores y a la cultura organizacional de la CMQ que influyen en la toma de decisiones de los entrevistados. Otro referencial es la búsqueda de desafíos en las tareas cotidianas, en pos de evitar la rutinización de su trabajo. Por último, la idea de la empresa como “cuidadora de la gente”, prioriza el bienestar de los trabajadores para un crecimiento a nivel profesional.

Conclusiones finales

En este apartado voy a presentar las principales conclusiones a las que he llegado. Para el caso de “los jóvenes” podemos resaltar los siguientes referenciales identitarios: la “autenticidad”, la flexibilidad laboral y la posibilidad de “hacer carrera en la empresa”. Sus relatos expresan un “encantamiento” con la empresa, asociado a la construcción de un futuro profesional en ella. En el grupo etario de “los mayores” sucede un proceso similar, aceptan e incorporan la cultura organizacional buscando nuevos desafíos en pos de evitar la rutinización de sus tareas, asimismo, conciben a la CMQ como cuidadora de su bienestar, aspecto que se asemeja a la idea de proximidad con “el líder” del grupo etario de “los jóvenes”. Por otro lado, el grupo de “los jóvenes adultos” me ha proporcionado un aporte crítico a la empresa, en el discurso de María y Azul se expresa la “doble cara” de trabajar para CMQ. En primer lugar, vemos que comparten con “los jóvenes” la flexibilidad laboral en tanto referencial identitario, es decir, rescatan la comodidad que les proporciona el trabajo remoto. No obstante, la particularidad de “los jóvenes adultos” es que encuentran dificultades para balancear su vida laboral con la vida en el hogar. De esta manera, los límites de la jornada laboral y el trabajo doméstico comienzan a ser difusos, esta problemática se convierte en un referencial identitario. Asimismo, el “saber hacer” funciona como referencial identitario, valoran de manera positiva el compartir experiencias y conocimientos entre pares del equipo y con otras áreas de la empresa; no obstante, el lado negativo surge una vez que se

inician las transiciones a otros puestos laborales producto de la doble carga mental que conlleva aprender y enseñar a otros.

En síntesis, la edad juega un papel relevante para pensar el proceso de construcción de identidades colectivas de trabajadores y trabajadoras de la CMQ. A partir de grupos etarios recuperamos las particularidades de cada uno, como también los referenciales identitarios compartidos.

Referencias bibliográficas

Battistini, Osvaldo. (2009). “La precariedad como referencial identitario. Un estudio sobre la realidad del trabajo en la Argentina actual” en *Revista Psicoperspectivas*, Vol. 2, Núm. 8, 120-142. Disponible en :www.psicoperspectivas.cl

Busso, Mariana (2007). “Trabajadores informales en Argentina: ¿de la construcción de identidades colectivas a la constitución de organizaciones?” Tesis doctoral en cotutela, Universidad de Buenos Aires-Université de Provence. Disponible en HAL-SHS <http://halshs.archives-ouvertes.fr/>

Russo, C. (2008). “Fábrica y localidad”. H-Industria. Revista De Historia De La Industria Y El Desarrollo En América Latina, (2), 1. Disponible en: <https://ojs.econ.uba.ar/index.php/H-ind/article/view/478>

Otras fuentes

“Cervecería y Maltería Quilmes”. Recuperado en fecha 8 de octubre de 2024 <https://www.cerveceriaymalteriaquilmes.com/>

“Premio Persona: Cervecería y Maltería Quilmes - Aliados, La equidad de género no es cosa solo de mujeres”, 14/12/2022 Talento y Empresa. Recuperado de: <https://www.talentoyempresa.com.ar/article/premio-persona-cerveceria-y-malteria-quilmes-aliados-la-equidad-de-genero-no-es-cosa-solo-de-mujeres>