



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

**Departament de Biblioteconomia,
Documentació i Comunicació
Audiovisual**

**Facultat de Biblioteconomia i
Documentació**

Treball de Grau en Comunicació Audiovisual

Curs 2017-2018

F-WORK

CLARA LOZANO SÁNCHEZ

TUTORA: MARIONA GRANÉ

Barcelona, 12 de juny del 2018

Sumari

1. Marc contextual i teòric	3
1.1. Panorama actual	3
1.1.1. La transformació del món laboral	3
1.1.2. Els <i>freelancers</i>	5
2. Definició del problema.....	7
3. Metodologia emprada	8
3.1. <i>Design thinking</i>	8
4. Justificació i objectius de la proposta	12
5. Bibliografia.....	12

1. Marc contextual i teòric

1.1. Panorama actual

1.1.1. La transformació del món laboral

Malestar social

El món del treball es troba en un moment de canvi i transformació que ha provocat un gran malestar entre les classes mitjana i baixa dels països desenvolupats, les quals fins ara havien experimentat una millora en les condicions laborals i de vida generació rere generació.

Aquest malestar és degut al creixement de la polarització entre les oportunitats laborals per a gent qualificada i no qualificada, l'atur i la subocupació (especialment entre els joves), l'estancament dels ingressos per un gran nombre de llars i les desigualtats salarials (Manyika, 2017).

Globalització econòmica

Tal com apunta l'economista Joseph E. Stiglitz (2017) "(...), sovint sembla que els treballadors, els que han vist els seus salaris caure i els seus llocs de treball desaparèixer, només són considerats com un dany col·lateral: víctimes innocents però inevitables en la marxa inexorable del progrés econòmic. No obstant això, hi ha una altra interpretació del que ha succeït: un dels objectius de la globalització era afeblir el poder de negociació dels treballadors. El que les corporacions volien era mà d'obra més barata, fos com fos."

Precarització laboral

Des dels anys vuitanta, els polítics neoliberals han fomentat la desregulació del mercat laboral per tal d'afavorir el creixement econòmic. Les seves mesures pretenen flexibilitzar els mecanismes assolits pels sindicats al segle XX. Com diu Andrés Bilbao (1999), aquesta flexibilitat fa referència bàsicament a l'adaptació de l'organització de la producció a les condicions del mercat i suposa una ruptura amb els models anteriors.

La noció de flexibilitat ha suposat un procés de precarització d'alguns segments del mercat de treball. (...) Aquells sectors amb capacitat de negociació i pressió, segueixen mantenint una norma d'ocupació estable. És en aquells sectors amb menys capacitat de negociació i de pressió on s'accentua la tendència cap a la norma de la precarietat (Bilbao, 1999, p.127).

Gig economy

Fruit de la flexibilització laboral sorgeix l'anomenada "gig economy", que segons la definició del diccionari Oxford és "un mercat laboral caracteritzat per la prevalença de contractes temporals de curta durada o treballs d'autònom en lloc de feines permanents". El seu impacte en la nostra societat té dues cares oposades: per una banda pot oferir llibertat i flexibilitat als treballadors, però per l'altra pot ser una forma d'explotació amb molt poca protecció laboral (Wilson, 2017).

(...) els treballadors de la "gig economy" es classifiquen com a contractistes independents. Això significa que no tenen cap protecció contra l'acomiadament injustificat, cap dret a una indemnització per acomiadament, ni a rebre el salari mínim nacional, les vacances pagades o la baixa per malaltia (Wilson, 2017).

Vinculada a aquesta forma de contractació hi trobem l'economia d'accés, més coneguda com a economia compartida, que com Eckhardt i Bardhi (2017) expliquen, ha sigut capaç de causar una disrupció en indústries tan consolidades com l'hotelera o l'automobilística, proporcionant als consumidors un accés convenient i econòmic als recursos sense les càrregues financeres, emocionals o socials de la propietat. Es tracta d'una forma eficient de gestionar els nostres recursos que ha sigut possible gràcies a les noves tecnologies de la informació.

L'automatització

De la mateixa manera, com Manyika (2017) apunta, les noves tecnologies també estan habilitant altres sectors com l'automatització, la robòtica o la intel·ligència artificial que prometen una major productivitat, eficiència, seguretat i conveniència. Tot i això, aquestes tecnologies també plantegen qüestions sobre l'impacte més ampli que poden tenir en els llocs de feina, habilitats, salaris i la pròpia naturalesa del treball.

Fins i tot si les indústries tornessin, els llocs de treball no ho faran. La tecnologia, inclosos els robots, es tradueix en què els pocs llocs de treball que es creïn requeriran majors habilitats i s'ubicaran en llocs diferents dels que ocupaven els que es van perdre (Stiglitz, 2017).

Renda bàsica universal

Una de les propostes per donar solució a la qüestió del futur de la feina és la renda bàsica universal. Aquesta renda seria una quantitat fixa de diners que cada ciutadà rebria incondicionalment cada mes per part de l'Estat i que tindria com a objectiu assegurar el nivell de subsistència. Hi hauria un canvi radical en la forma en què entenem la feina. En resum:

Feina ≠ subsistència

Feina = vocació o extra

1.1.2. Els *freelancers*

Qui son?

Una peça clau per entendre el nou panorama en el món del treball són els treballadors independents o autònoms, també coneguts com a *freelancers*.

Segons la Viquipèdia, autònom o *freelancer* és un terme comunament utilitzat per a una persona que treballa per compte propi i no està necessàriament compromesa amb un empresari particular a llarg termini.

Els treballadors autònoms poden estar representats per una empresa o una agència temporal que revèn el seu treball a clients; altres treballen de forma independent, a través d'associacions professionals o plataformes en línia per treballar.

Els camps, les professions i les indústries on predomina l'autònom són: la música, l'escriptura, la interpretació, la programació d'ordinadors, el disseny web, la traducció i la il·lustració, la producció cinematogràfica i de vídeo, i altres treballs per projecte que alguns teòrics culturals consideren fonamentals pel capitalisme cognitiu.

Origen i ascens en les últimes dècades

Tal com s'explica a l'estudi de Field Nation sobre els autònoms de 2016, l'origen de l'actual auge dels *freelancers* es remunta a finals dels anys noranta, quan la subcontractació es va fer freqüent i les corporacions buscaven adquirir experts locals a preus reduïts per mantenir-se competitives.

Aquest canvi es va veure accelerat per la ràpida aparició de la cultura d'Internet d'alta velocitat, l'augment de la tecnologia mòbil i el mercat col·laboratiu que en va sorgir. De sobte, era més fàcil que la gent obtingués la informació, els béns i els serveis que volien a un ritme cada vegada més ràpid (Field Nation, 2016).

Una nova visió del món laboral

Al principi els treballadors eren reticents, però amb el temps, es van adonar que el treball independent oferia més oportunitats que el treball tradicional i avantatges com la flexibilitat horària, la possibilitat de triar els projectes i més control sobre el seu propi destí.

Segons l'estudi de Field Nation (2016), la creixent acceptació de l'estil de vida *freelancer* com a alternativa a la feina tradicional és deguda a la perspectiva de la passió que impulsa les noves generacions a perseguir les seves metes i crear impacte en la societat a través de la seva feina.

Per una banda tenim els *millennials*, la generació més nombrosa de la història dels Estats Units, entrant al món laboral massivament. Somien en gran i volen una feina que s'adapti a les seves expectatives d'estil de vida. Volen poder viatjar, perseguir els seus ideals i veure el món des d'una perspectiva diferent (Field Nation, 2016).

Es tracta d'una tendència que va a l'alça, i és que per a molts, la feina ja no és simplement on treballes, sinó el que fas. La tecnologia de la informació i la comunicació està donant resposta a aquestes aspiracions en el context actual, un mercat lliure que utilitza el núvol i Internet per connectar a les empreses amb els especialistes, experts locals i els serveis que estan buscant.

Noves iniciatives de cooperació (Mangrove)

Una de les iniciatives que avui en dia dona resposta a les inquietuds i necessitats dels *freelancers* és Mangrove. Aquesta organització es defineix com un equip global de persones que comparteixen els mateixos valors i col·laboren pel creixement personal dels seus membres.

Tal com es pot llegir en la seva guia, Mangrove vol combinar les aspiracions de llibertat individual dels seus membres amb la força d'una comunitat i impulsar projectes comuns que siguin importants per l'equip.

2. Definició del problema

Com hem vist, la globalització i la liberalització dels mercats econòmics han suposat un retroces en les condicions laborals i de vida per una gran part de la població dels països desenvolupats (sense oblidar l'explotació laboral i dels recursos naturals dels països subdesenvolupats).

Malgrat tots els aspectes negatius, també hem descobert el potencial de les noves tecnologies i la nova cultura laboral. El fenomen de la globalització no és en si negatiu, però tal com argumenta Diez (2017) és necessària la seva democratització perquè tots ens puguem beneficiar del creixement econòmic.

L'economia mundial ha de dirigir-se cap a una senda de desenvolupament sostenible social i ambientalment per frenar la desafecció social i el canvi climàtic. La política de 'no fer res' ha facilitat l'augment de la desigualtat (Diez, 2017).

La pregunta que es planteja a partir de l'anàlisi d'aquest context socioeconòmic és:

“Com podem treure el màxim profit de les noves tecnologies i la nova cultura del treball sense caure en les injustícies del nostre sistema econòmic globalitzat?”

3. Metodologia emprada

3.1. *Design thinking*

Què és?

El *Design Thinking* és un mètode per generar idees innovadores que centra la seva eficàcia en entendre i donar solució a les necessitats dels usuaris reals. Tal i com explica Tim Brown (2009), un dels precursors d'aquesta metodologia, "el *Design Thinking* comença amb les habilitats que els dissenyadors han après en les últimes dècades a través del seu esforç per fer coincidir les necessitats humanes amb els recursos tècnics disponibles dins les limitacions pràctiques dels negocis" (p.4).

On es va originar?

No es pot atribuir la seva autoria a una sola persona, sinó que més aviat és una metodologia que s'ha anat formant al llarg del temps. Moltes veus apunten que es va començar a desenvolupar de forma teòrica a la Universitat de Stanford, a Califòrnia (E.E.U.U.), a partir dels anys 70, i la seva primera aplicació amb fins lucratiu la va dur a terme la consultoria de disseny IDEO.

Quines característiques té?

Tal com explica Eli Woolery (2017), director d'educació del disseny a InVision, "La singularitat del *Design Thinking* recau en el seu focus en l'empatia cap a les persones per les quals dissenyem, utilitzant una mentalitat de principiant i submergint-nos en l'experiència de l'usuari per tal de descobrir les seves necessitats més profundes i trobar nous punts de vista".

Altres característiques diferencials d'aquesta metodologia, segons l'estudi de disseny dinngó (2014) són:

- El treball en equip que posa en valor la capacitat dels individus d'aportar singularitat.
- La generació de prototips per provar supòsits o identificar errors abans d'avançar cap a una solució definitiva.

- Una atmosfera lúdica per tal d'arribar a un estat mental en què donem curs al nostre potencial.
- El gran contingut visual i plàstic de les tècniques utilitzades per posar a treballar tant la nostra ment creativa com l'analítica, donant com a resultat solucions innovadores i alhora factibles.

Qui l'utilitza?

Com que el *Design Thinking* és una eina generadora d'innovació, es pot aplicar a qualsevol camp. Des del desenvolupament de productes o serveis fins a la millora de processos o la definició de models de negoci. La seva aplicabilitat té com a límit la nostra pròpia imaginació.

Per posar un exemple més concret, les comunitats empresarials i de *management* han mostrat últimament molt interès per aquesta metodologia, ja que senten la urgent necessitat d'ampliar el seu repertori d'estratègies per abordar els desafiaments complexos i oberts als què s'enfronten les organitzacions contemporànies (Stacey, Griffin, & Shaw, 2000).

Quines són les seves fases?

Eli Woolery (2017) apunta al seu *Design Thinking Handbook*, que el procés del *Design Thinking* no és necessàriament lineal, ni hi ha cap manera canònica d'abordar-lo; és un sistema iteratiu amb moltes variacions. Tanmateix, la d.school de Stanford ensenya un marc que pot ajudar a iniciar el procés en gairebé qualsevol problema, compost per 5 passos o fases que la plataforma de Design Thinking en Español, creada per l'estudi de disseny dinngo (2014), resumeix de la següent manera:

- **Empatia:** El procés de *Design Thinking* comença amb una profunda comprensió de les necessitats dels usuaris implicats en la solució que estiguem desenvolupant, i també del seu entorn. Hem de ser capaços de posar-nos en la pell d'aquestes persones per generar solucions conseqüents amb les seves realitats.
- **Definició:** Durant la fase de Definició, hem de filtrar la informació recopilada durant la fase d'empatia i quedar-nos amb el que realment aporta valor i ens

aporta noves perspectives interessants. Identificarem els problemes les solucions dels quals seran clau per a l'obtenció d'un resultat innovador.

- **Ideació:** La fase d'Ideació té com a objectiu la generació d'una infinitat d'opcions. No hem de quedar-nos amb la primera idea que se'ns ocorre. En aquesta fase, les activitats afavoreixen el pensament expansiu i hem d'eliminar els judicis de valor. De vegades, les idees més estrambòtiques són les que generen solucions visionàries.
- **Prototipatge:** En la fase de Prototipatge fem les idees realitat. Construir prototips fa que les idees siguin palpables i ens ajuda a visualitzar les possibles solucions, posant de manifest elements que hem de millorar o refinar abans d'arribar al resultat final.
- **Test:** Durant la fase de Test, provarem els nostres prototips amb els usuaris implicats en la solució que estiguem desenvolupant. Aquesta fase és crucial, i ens ajudarà a identificar millores significatives, errors a resoldre, possibles mancances. Durant aquesta fase evolucionarem la nostra idea fins convertir-la en la solució que estàvem buscant.

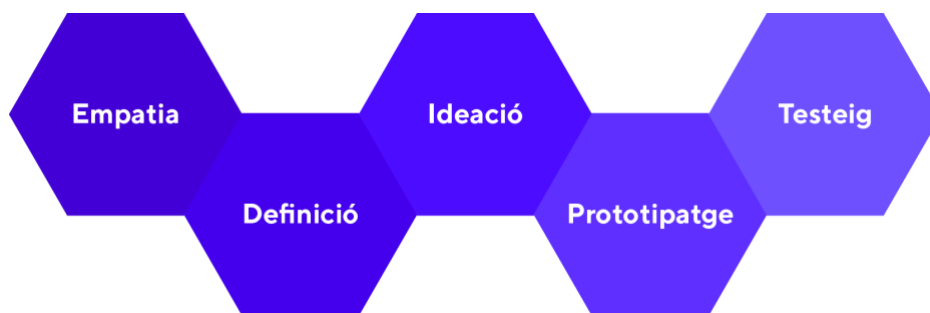


Figura 1: Les 5 fases de la metodologia *Design Thinking* (d.school)

Com s'adaptaran al TFG?

Per tal d'adaptar el *Design Thinking* al TFG s'han valorat les limitacions del projecte i triat les tècniques que millor s'adapten a les seves necessitats intentant mantenir al màxim l'estructura bàsica en 5 fases de la metodologia.

La limitació més gran que s'ha trobat és la de treballar individualment i no en equip, ja que la filosofia del *Design Thinking* creu en el potencial de la diversitat d'opinions per

crear solucions innovadores i en conseqüència moltes de les tècniques estan pensades per desenvolupar-se en grup.

Altres limitacions són el temps i els requisits marcats per la tipologia de projectes de la Universitat de Barcelona. Per fer-hi front, s'han agrupat les fases de dues en dues, ja que segurament només hi haurà temps de passar un cop per cada fase. També s'ha afegit l'anàlisi de competència, la creació del *flowchart* i altres tasques pròpies de la creació web.

Fase d'empatia i anàlisi de la competència

- Entrevista qualitativa
- Persona
- Anàlisi de la competència
- Netnografia
- Avaluació dels resultats

Fase de definició i ideació

- Redefinició del problema (*POV > point of view*)
- Desglossament del *POV* en "How Might We"
- *Mindmap*
- Esbossos de les diferents solucions
- *User journey*
- Proposta d'estructura i navegació

Fase de prototipatge i test

- Prototip de mitja fidelitat (*Wireframes*)
- Test d'usabilitat
- Prototip d'alta fidelitat (Disseny final)
- Test d'usabilitat

4. Justificació i objectius de la proposta

A partir de la definició del problema formulada en l'anterior apartat de marc contextual i teòric:

“Com podem treure el màxim profit de les noves tecnologies i la nova cultura del treball sense caure en les injustícies del nostre sistema econòmic globalitzat?”

I seguint la metodologia del *Design Thinking*, aquest treball té com a propòsit crear una solució per a *freelancers* i petites empreses que doni resposta a les seves necessitats dins l'entorn web.

Durant l'últim mig any he estat treballant per una *start-up* amb aquest mateix objectiu i després d'informar-me sobre aquesta nova "espècie" de treballador anomenat *freelancer*, em va semblar una bona idea continuar la meva investigació fora de la feina i intentar entendre millor els seus reptes i motivacions per tal de millorar els productes existents en el mercat.

La intenció d'aquest projecte és crear un producte diferent, nascut de la profunda comprensió dels seus futurs usuaris, els *freelancers*, treballadors independents que creixen en número any rere any i que modifiquen i s'adapten al món globalitzat en el que els ha tocat viure.

5. Bibliografia

- Bardhi, G. M. (2015, January 28). The Sharing Economy Isn't About Sharing at All. Retrieved from <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>
- Bilbao, A. (1999). La globalización y las relaciones laborales. Cuadernos De Relaciones Laborales, 15, 127. Retrieved from <https://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/download/CRLA9999220123A/32491>.
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. New York, NY: Harper Business.
- Delgado, M., & Stiglitz, J. E. (2017, December 23). Tribuna | La globalización del malestar. Retrieved from https://elpais.com/economia/2017/12/20/actualidad/1513790732_742783.html

- Díez, J. C., & Flores, E. (2017, April 30). Tribuna | Democratizar la globalización. Retrieved from https://elpais.com/elpais/2017/04/20/opinion/1492693752_580250.html
- Dinngo. (2014). Design Thinking en Español. Retrieved from <http://designthinking.es/inicio/index.php>
- Freelancer. (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Freelancer>
- Manyika, J. (2017, May). Technology, jobs, and the future of work. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/technology-jobs-and-the-future-of-work>
- Stacey, R., Griffin, D., & Shaw, P. (2000). *Complexity and management: fad or radical challenge to systems thinking?* London: Routledge.
- *The 2016 Field Nation Freelancer Study* (Rep.). (2016, June 3). Retrieved from Field Nation website: https://www.fieldnation.com/wp-content/uploads/2017/03/The_2016_Field_Nation_Freelancer_Study_R1V1_1-2.pdf.
- Wilson, B. (2017, February 10). What is the 'gig' economy? Retrieved from <http://www.bbc.com/news/business-38930048>
- Woolery, E. (2017). Design Thinking Handbook-from DesignBetter.Co. Retrieved from <https://www.designbetter.co/design-thinking>