

THE CATALAN (TECH) WAY



Els joves que marxen a treballar als gegants de les TIC s'acaben convertint en un nodrit cos consular de la personalitat catalana

TEXT__GINA TOST / XAVIER VIDAL

EL NOMBRE DE JOVES QUE HAN MARXAT DE CATALUNYA A BUSCAR FEINA A FORA, segons dades de la Generalitat, ha augmentat més d'un 55% des del 2009. En xifres absolutes representa gairebé vint mil persones. Una gran part tenen perfils altament qualificats, sovint especialitzats en el sector de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC). Aquest petit exèrcit de joves catalans sobradament preparats, la generació JESP que ha definit el sindicat UGT a nivell estatal, s'ha constituït en un nodrit cos consular que representa la personalitat catalana en un univers laboral completament globalitzat.

Amb un escampall de talent tan important arreu potser cal preguntar-se si al món se'ls reconeix per la manera de fer en un sector clau com és el de la tecnologia. Molts d'ells han arribat als EUA i s'han instal·lat en les principals empreses tecnològiques líders. Marc Vilanova, gerent d'enginyeria de seguretat de Face-

book, explica: "Aquí tothom és tractat igual, la nacionalitat, la creença religiosa o l'orientació sexual no són rellevants i el que importa són els coneixements i l'experiència professional". El diagnòstic és compartit per molts dels joves catalans que treballen arreu. Pau Vila Sanjaume, que va arribar fa un any a Londres per treballar a Apple, diu: "Et valoren més per ser europeu que espanyol o català". Tot i això, explica: "Els prejudicis com a espanyol són inevitables, però no ho són tant si dius que véns de *Catalonia*". És diferent quan s'arriba per engregar una empresa pròpia, una *start-up*, que si s'arriba per treballar com a assalariat als grans centres de talent tecnològic en destinacions com ara Silicon Valley. En el cas individual, la marca catalana costa molt més de fer-se notar. A la pràctica, la fama d'emprenedors i creatius dels catalans s'ha de materialitzar en el dia a dia. Albert Estévez, desenvolupador de Palo Alto Networks a San Francisco, comenta:

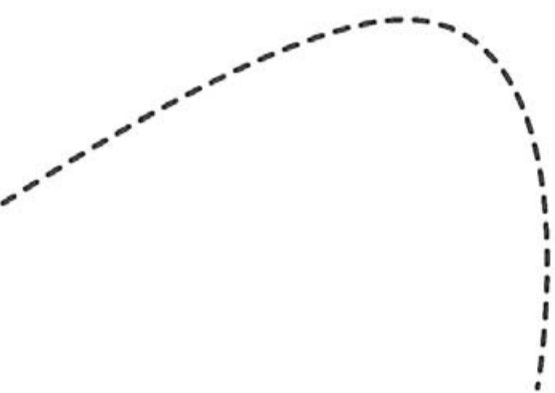
"Les aportacions de l'equip català a l'empresa són les més enginyoses i intel·ligents de les que arriben d'arreu del món. Realment és molt diferent com pensa un català de com pensa la resta, i la creativitat en exposar és brutal".

Fer notar la personalitat col·lectiva, plasmar-la en l'àmbit laboral en un sector tan estandarditzat com el d'internet, les xarxes socials i les TIC, és difícil, però els catalans que hi són no deixen de fer pedagogia. Israel Ferrer, *tech lead* a Twitter del projecte Digits i l'únic català a l'oficina de Twitter a Silicon Valley, afirma: "Treballant aporto el meu granet de sorra per mantenir allà la reputació catalana ben amunt". Molts dels que treballen en el món de les noves tecnologies a la Costa Oest s'apleguen a través d'internet per mantenir unida la comunitat. Sovint organitzen trobades i fan servir aquest nexa *online* per projectar allà el debat polític nacional que es viu a Catalunya. Albert Estévez diu, amb un cert orgull: "He aconseguit que em diguin «el català» i no

«l'espanyol», perquè intento fer pedagogia. La veritat, però, és que no veig que els importi gens. Espanya és sinònim de relax i migdiada, i costa molt treure'ls d'aquí".

UNA CATALANITAT DIFÍCIL D'EXPLICAR

El cistell de pomes en el món laboral de la tecnologia és tan variat que costa destacar per l'origen català. De fet, en moltes ocasions la diferenciació passa més per fer-se notar com a europeu que no com a espanyol. Jordi Vidal, responsable de contractació de personal temporal per a Google a Adecco, explica: "Aquí a la badia de San Francisco als catalans se'ns posa al *bucket* [literalment, *cubell*; en diríem *sac*] dels europeus i se'ns valora bé quan se'ns veu treballar. La distinció entre espanyol i català no es fa gaire". De fet, tot i que importants multinacionals de la tecnologia, com ara Cisco, Ebay i Fujitsu, hagin triat Barcelona per instal·lar-se, el nostre país segueix sent més conegut arreu pel futbol o la cuina que pel talent tecnològic. Marc Vilanova constata que "no tothom coneix Catalunya i els que la coneixen és perquè són seguidors del Barça o, com a molt, perquè han seguit les notícies del referèndum sobre la independència". Ara bé, la tasca del petit exèrcit d'ambaixadors tecnològics per explicar les virtuts catalanes també dona algun fruit. Jordi Vidal opina des de San Francisco que "la marca Barcelona és coneguda i respectada: a tothom li agradaria visitar Barcelona o anar-hi a viure, i això enorgulleix, sobretot quan ets a fora". No és tan freqüent en aquest univers de la tecnologia, però, identificar Barcelona amb Catalunya. I, en segona instància, encara ho és menys diferenciar Catalunya d'Espanya. Israel Ferrer explica que "tothom diu coses bones de Barcelona com a ciutat, però poca gent coneix la identitat nacional de Catalunya". Des de Londres, Pau Vila Sanjaume diu: "A Catalunya se



la coneix pel sol i la bona vida. I no els falta raó perquè, després d'un any fora, jo també la començo a veure de la mateixa manera!" A més, també diu que la majoria dels seus companys d'Apple "estan al corrent del procés, hi donen suport i no entenen per què no passa el mateix que a Escòcia, amb un referèndum pactat amb l'Estat".

Lògicament, la distància hi fa molt a l'hora de facilitar el coneixement dels valors laborals i la filosofia del treball catalans. A l'altra banda de l'Atlàntic, Albert Estévez explica com ens veuen: "No som una preocupació per a ells i, de fet, per a empreses americanes que venen més del 60% dels seus productes als EUA, Espanya és insignificant, i encara més Catalunya". I aquest desconeixement no és precisament perquè s'estalviïn esforços des de l'administració. De fet, des de l'àmbit institucional també es dediquen molts recursos per reforçar l'empremta catalana a les grans multinacionals líders al sector TIC. La Generalitat va obrir l'any 1989 un centre de promoció de negocis d'ACCIÓ a Califòrnia per oferir assessorament i ajut als catalans que s'hi volen establir. La tasca de difusió d'aquesta particular *Catalan way* en el dia a dia de les grans corporacions és més individual que institucional, i es fa a través del contacte diari amb els companys de feina. Jordi Vidal ho remarca quan afirma: "La informació que arriba del procés als mitjans locals és limitada, i tot el que els meus companys han sentit només és el que jo els explico".

INTEGRAR-SE PER DESTACAR

Abans de començar a fer notar la catalanitat en empreses com Apple, Google, Facebook, Palo Alto Networks i Twitter primer cal acceptar les seves rutines laborals i costums establerts. I n'hi ha que criden molt l'atenció dels joves catalans quan acaben d'arribar. Israel Fer-



ALBERT ESTÉVEZ

'Business development'
a Palo Alto Networks.
4 anys a Silicon Valley,
Califòrnia

rer, que treballa a l'oficina de Twitter a San Francisco, explica que "el més sorprenent són els anomenats *perks*", tres restaurants amb cuines variades en set plantes d'oficines que serveixen esmorzar, dinar i sopar. Gimnàs, dutxes, estudi de ioga, sales de música, tot *on-site*. És un tipus de servei molt habitual en aquest sector de la innovació i les TIC. Albert Estévez descriu "sales de jocs, gimnàs i cinema a les mateixes oficines i pistes de bàsquet al pàrquing". A més, explica que "cada planta té la seva pròpia cuina plena de cafeteres, neveres amb aigua, refrescos i tot tipus de patates, cacauets i fruita fresca que porten cada matí, tot pagat per l'empresa". L'objectiu és que el treballador se senti com més confortable millor al seu lloc de treball per poder rendir més i fer més hores, si cal. I també aconseguir un estat d'ànim eufòric per assolir millor els objectius. Jordi Vidal diu: "Una de les coses que més em va cridar l'atenció va ser el plantejament molt més positiu a la feina, el *can do* que de vegades es troba a faltar a Catalunya". El resultat és que els empleats no tenen cap objecció a treballar més hores de les que figuren al contracte. Marc Vilanova explica que a Facebook,



ISRAEL FERRER

'Tech lead' al projecte
Digits de Twitter.
3 anys a Silicon Valley,
Califòrnia

per exemple, "l'horari oficial és de nou del matí a sis de la tarda, però tothom treballa moltes més hores; alguns fins i tot treballen els caps de setmana". No a tots els llocs és igual, però. Pau Vila Sanjaume, que desenvolupa la seva feina en una de les Apple Store de Londres, diu: "El meu contracte laboral és de 38 hores setmanals i, tret d'excepcions, no faig més d'una hora extra a la setmana. I és que la vida familiar és molt important per a ells".

La integració dels equips laborals, fomentant activitats fora de la feina en aquest tipus



JORDI VIDAL

'Client program manager'
de contractació de
personal temporal
per a Google a Adecco.
6 anys a Silicon Valley,
Califòrnia



d'empreses tecnològiques, és una altra de les constants que destaquen la majoria dels catalans que hi treballen. I també que solen ser ambients propicis per explicar particularitats sobre la identitat col·lectiva a la qual es pertany. Albert Estévez explica que en el seu torn a Silicon Valley "agrada molt anar a casa dels companys a fer cerveses abans d'anar cadascú cap a casa seva". I afegeix: "Tampoc dubten a convidar-te a fer barbacoes els caps de setmana". Jordi Vidal destaca que amb els companys de feina intenten "organitzar *happy hours* de tant en tant". En el cas de Twitter, aquestes pràctiques estan molt més pautades, segons explica Israel Ferrer, perquè "cada dos divendres hi ha una *happy hour* dins l'empresa, és una pràctica habitual i ajuda a forjar un equip més unit".



MARC VILANOVA
Gerent d'enginyeria de seguretat a Facebook.
3 anys a Silicon Valley, Califòrnia

CULTURA LABORAL 'MADE IN USA'
Vist des de Catalunya pot semblar paradoxal que al mateix temps que aquestes noves empreses tecnològiques enforteixen el vincle emocional amb els seus treballadors, debiliten el lligam contractual. Mentre que a casa nostra es parla de contractes blindats, fixos i de compensacions per acomiadaments, els contractes al món TIC solen ser *at will* [a voluntat], segons Israel Ferrer. Això vol dir que "treballes de mutu acord i que en qualsevol moment pots deixar la feina o et poden fer fora sense cap indemnització", explica. La falta de protecció contractual sol estar compensada pels avantatges organitzatius i de promoció personal que ofereixen aquestes empreses. La distància entre el CEO de l'empresa i qualsevol dels seus treballadors és menor que a casa nostra.

Per Marc Vilanova el més positiu és "la transparència a tots els nivells, la compensació directament relacionada amb el teu rendiment i la seguretat que l'empresa farà tot el que estigui a les seves mans per fer-te sentir inclòs, respectat i valorat". La confiança que aquest tipus de companyies crea amb el treballador és una de les virtuts destacades sovint pels catalans que hi treballen. Entre els intangibles de la seva feina a Palo Alto Networks, Albert Estévez afirma: "En destaco la credibilitat que tinc per fer en cada moment el que crec que és millor per a l'empresa".

També remarca una diferència important respecte als directius dels equips a casa nostra: "En moltes empreses del nostre país, si el cap és mediocre s'envolta de gent encara més mediocre per evitar que li facin ombra. Aquí és molt diferent, el cap és el pitjor a nivell tèc-

nic perquè la seva tasca és envoltar-se del millor talent possible", conclou. Israel Ferrer, de Twitter, remarca que "els processos àgils, l'automatització de feines repetitives, la poca burocràcia, la comunicació clara i rigorosa i la jerarquia plana" són les diferències més destacables respecte a l'organització empresarial a Catalunya.

MOTIUS ECONÒMICS, PERÒ NO NOMÉS
Una altra diferència clau que ha mogut molts joves talents tecnològics a marxar és el salari. Pau Vidal reconeix que "els sous a la badia de San Francisco són dels més alts als EUA i, en comparació amb Barcelona, aquí es guanya més fins i tot tenint en compte que el cost de vida també és més alt". En el cas de Pau Vila Sanjaume, que ja treballava per a Apple a Catalunya abans de fer-ho a Londres, un salari millor també ha sigut decisiu a l'hora de decidir moure's. Segons explica, "tot i que el nivell de vida és superior, la diferència segueix sent important si es compara amb la remuneració a Sant Cugat o a Barcelona".

Més enllà dels factors econòmics, n'hi ha d'altres que són tan significatius o més a l'hora de buscar nous horitzons en aquestes em-



PAU VILA SANJAUME
Assessor a Apple Store.
1 any a Londres, Regne Unit

preses líders en el món de la tecnologia. Jordi Vidal reflexiona que "guanyar experiència laboral a l'estranger és enriquidor i està ben valorat i, a més, les possibilitats limitades que ofereix Catalunya fan que anar fora sigui la millor opció per a molts d'aquests professionals". En el cas d'Israel Ferrer, la raó principal per marxar va ser "la falta de projectes interessants". I afegeix: "A més, el talent atreu talent. Si no tens un bon equip mai podràs créixer". Marc Vilanova fa un diagnòstic, molt acurat i molt propi d'un cap d'investigacions de crim electrònic, sobre què mou els talents tecnològics a buscar fortuna fora de

Catalunya: "Les raons principals, sense cap ordre en concret, són guanyar més diners, tenir accés a més recursos per desenvolupar les pròpies idees i projectes i/o maximitzar les oportunitats d'èxit". De fet, segons el rànquing de millors empreses tecnològiques al món per treballar que publica cada any Glassdoor, Google figura en primer lloc, seguida de Facebook.

Potser caldria, tenint clares les raons per les quals han marxat, buscar la manera d'ofereir-los arguments per tornar i aplicar aquí tota l'experiència que han acumulat a fora per crear un autèntic Silicon Valley català. ■