

INNOVADORES MÁS DEL 90% DE LO QUE SE PATENTA EN ESPAÑA NO LLEGA AL MERCADO, SE QUEDA EN EL CAJÓN P. 18

ARTE ¿QUÉ TIENEN QUE VER ARTISTAS, EMPRENDEDORES, TECNÓLOGOS Y CIENTÍFICOS? P. 20

EMPLEO CÓMO CONVERTIR SU PUESTO DE TRABAJO EN EL EMPLEO SOÑADO P. 1

FORMACIÓN CORPORATIVA ESPECIAL UNA PLANTILLA MOTIVADA ES UNA PLANTILLA MÁS COMPETITIVA P. 32

MERCADES

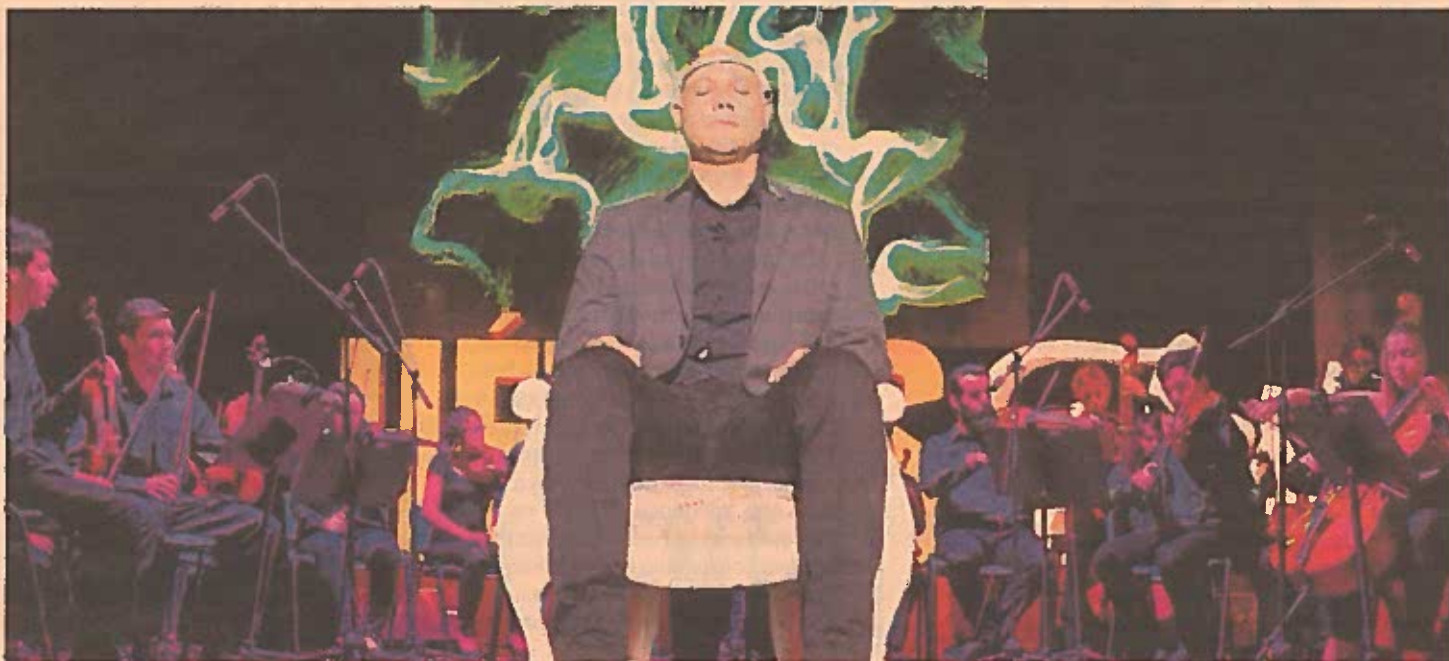
Nº 485. 28 DE ENERO DE 2018



RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA

LAS EMPRESAS QUE MÁS DEVUELVEN A LA SOCIEDAD

SU OBJETIVO ES GANAR DINERO, PERO NO ES LO ÚNICO QUE HACEN. ADEMÁS DE CREAR EMPLEO Y PAGAR IMPUESTOS ALGUNAS EMPRESAS APORTAN UNA PARTE DE SUS BENEFICIOS A MEJORAR SU ENTORNO. ESTO ES LO QUE HACEN



Alberto Levy transforma emociones en arte con un electroencefalógrafo portátil, mientras suena la Orquesta Sinfónica de Colombia en el Héroes Fest Santander. INNOVADORES / BRANDON GUANTIVAR

A FONDO

FALTA ARTE EN LA ECUACIÓN DE LA INNOVACIÓN

Diversos movimientos e iniciativas reclaman una aproximación multidisciplinar a la innovación, la ciencia, la tecnología y los negocios. ¿Qué puede hacer por ellas el arte? ¿Qué tienen que ver artistas, emprendedores, tecnólogos y científicos?

DESCARTES

ESTHER PANIAGUA



Pintor, escultor, científico, escritor, arquitecto, inventor, filósofo, músico... Leonardo da Vinci lo fue todo. De ahí las frecuentes alusiones, en tantos ámbitos, al ilustre italiano. Representa a la perfección al hombre del Renacimiento, docto en tantísimos y variados ámbitos del conocimiento. No es que hoy no los (y las) haya, a pesar de –y no gracias a– la educación que recibimos y al empeño de etiquetarnos en un campo. O somos de ciencias, o somos de letras. Nos vemos obligados a escoger una desde pequeños y a la otra, 'si te he visto, no me acuerdo'. Para más inri, se restan horas a las asignaturas de Música y de Filosofía en la LOMCE. Tal vez para evitarnos que vayamos por el 'mal' camino.

Mientras los gobernantes –que tanto saben– intentan reconducirnos, al-

gunos se empeñan en seguir saliendo de la ruta marcada. Como Nir Hindi, uno de esos niños frustrados por un sistema que le obligaba a elegir entre sus dos pasiones: el arte, el diseño y la arquitectura, por una parte, y el mundo del emprendimiento y los negocios por otra. Un rebelde que se empeña en usar los dos hemisferios de su cerebro. Con él conversamos sobre el tema de este DESCARTES: ¿Qué puede hacer el arte por la innovación? ¿Qué tienen en común artistas y emprendedores, artistas y científicos? ¿Qué pasa cuando se unen arte, tecnología y negocios?

Hindi trata de responder a estas preguntas con su startup, The Artian. La creó poco después de terminar un MBA en IE Business School, donde aterrizó al finalizar su licenciatura en Economía y Tecnologías Web en la Universidad Bar Ilán (Israel). Su motivación no era otra que la llamada interior de conectar sus dos pasiones, impulsado por un sentir a su alrededor. «Empecé a ver muchas similitudes entre los artistas y los emprende-

dores, que no dejan de ser dos comunidades creativas. Y no entendía por qué no estaban conectadas», afirma. «Los emprendedores son los artistas del mundo de los negocios», es su cita favorita.

Con The Artian, Hindi trata de conectar ambos mundos que, a su juicio, tienen mucho en común. Unos y otros tienen un afán creativo y crean de la nada (no compran un euro para venderlo por dos). Deben lidiar con la incertidumbre y la ambigüedad; y precisan comunicar su visión: tienen una idea y necesitan exteriorizarla. Estas cualidades pueden ser útiles también en el mundo corporativo, y es otra de las visiones que Hindi busca transmitir con The Artian: que el arte tiene muchas formas de ayudar en el entorno de los negocios, a través de la innovación y la creatividad. ¿Cómo? Aplicando la mentalidad artística.

Por eso, Hindi reivindica lo que él llama «el renacimiento del pensamiento renacentista». Y nos devuelve a Da Vinci: «Necesitamos volver a pensar de esta manera. Combinar arte con ingeniería, con ciencia, con innovación, con tecnología...» Unir los dos hemisferios del cerebro, en lugar de optar por desarrollar solo uno y renunciar a las virtudes del otro.

Como ejemplo reconocido de figura de éxito en los negocios que combina ambas facetas cita a Paul Graham, cofundador de la aceleradora Y Combinator. Además de inversor y emprendedor, Graham es pintor y doctor en Filosofía. En uno de los lugares donde estudió –la Escuela de Diseño de Rhode Island– se conocieron dos de los tres fundadores de Airbnb (que, por cierto, son diseñadores gráficos). Y resulta que Graham fue el primero en apostar por ellos, ya en 2009, cuando Airbnb entró en Y Combinator. Algo que Hindi no cree que sea casualidad, «porque en 2009 normalmente los inversores no se la jugaban con diseñadores o artistas».

Otro ejemplo que cita el fundador de The Artian es el de Marissa Mayer, la primera ingeniera de Google. «Google no solo ha cambiado cómo buscamos, sino cómo pensamos acerca del diseño de páginas web. Y eso se lo debemos a Mayer», comenta Hindi. «Es muy fácil pensar que la ingeniera tuvo

éxito porque estudió en Stanford, pero ella misma desveló en una conferencia que su idea de combinar el mundo del diseño con el de la tecnología surgió de manera natural porque había vivido, desde pequeña, esa simbiosis. Claro, su madre era profesora de arte y su padre ingeniero.

EN PRO DE LO MULTIDISCIPLINAR

Hindi cree que casos como el de Mayer no deben ser aislados. Apuesta por una visión integradora tanto en la educación como en el ámbito corporativo. También lo hace Jorge Barrero, director de la Fundación Cotec para la Innovación: «Indudablemente, quienes trabajamos en innovación compartimos un territorio común con los artistas. Los primeros acuden a la creatividad para proponer soluciones y los segundos la aplican para plantear problemas (entendiendo problema en sentido amplio, también como reflexión o debate). La frontera es muy rica, y en las fronteras ocurren muchos fenómenos excitantes».

En opinión de Barrero, la convergencia entre arte, ciencia e ingeniería y humanidades es una de las claves del futuro. «En el mundo al que vamos, la flexibilidad y la diversidad son ventajas. El futuro nos exigirá mayor capacidad de combinar habilidades y será una oportunidad para reivindicar el valor de lo multidisciplinar», afirma.

Multidisciplinar es Alberto Levy. Uno de esos innovadores fascinantes con ideas para todo, se le proponga lo que se le proponga. En 1992 creó su primer museo virtual y empezó a coquetear con tecnologías como la realidad virtual, por entonces cosa de unos pocos. Ha creado y diseñado programas e instalaciones interactivas para parques temáticos, para museos como el MoMa, para las Olimpiadas de Río de Janeiro, en festivales de música, con compañías como Sony, Fly Emirates, Google, Yahoo, Microsoft, GE o Toyota, y un larguísimo etcétera.

Levy, brasileño afincado en España, se define como «un ingeniero informático que combina arte y tecnología para contar historias de formas no tradicionales». Pero no siempre ha sido así. Reconoce que le debe su «apertura de mente» a un congreso de psicología al que acudió como ponente. «Allí descubrí que había vida más allá de la ingeniería. Me abrió la puerta a un mundo nuevo lleno de posibilidades». Levy se dio cuenta de que, como programador, sus desarrollos eran muy buenos, pero no eran bonitos. Tenía un diseño pragmático, pero sin sentido de la estética. Así que decidió buscar otras disciplinas para complementar su fortaleza en tecnología, y no solo para reforzar la parte estética, sino también la de comunicación.

Levy aprecia y siente una relación inexorable entre arte e innovación. «La innovación cumple con un propósito y tiene que ser completa. Si no, no es innovación», asegura. El Arte-Ciencia-Técnica de Da Vinci. Eso es lo que falta en el actual modelo de innovación. Una combinación de varias disciplinas: tecnología en sentido amplio (nuevas formas de hacer las cosas automatizadas, no necesariamente mediante un ordenador), con arte (y humanidades) entendido también en sentido amplio, con contenido. Todo ello construido alrededor del ser hu-

«EL FUTURO NOS EXIGIRÁ MAYOR CAPACIDAD DE COMBINAR HABILIDADES», DICE EL DIRECTOR DE COTEC

mano como centro del diseño y foco de interacción.

Esta es su máxima, que ayuda a aplicar también a -y en- grandes compañías, «donde el equilibrio es fundamental para una propuesta de valor a la humanidad», señala. Algo que transmite en sus talleres de innovación para alta dirección, en los que ayuda a aplicar cambios de paradigma y formas de pensar, a través de la innovación, para encontrar nuevas perspectivas y facetas de los productos y servicios.

EXPLORACIONES COLABORATIVAS

El intercambio de ideas entre profesionales de los ámbitos de las artes, las ciencias y la tecnología es también el objetivo de LEONARDO. No Da Vinci, sino la organización a la que da nombre, nacida hace 50 años en EEUU. Su actividad se vehicula a través de publicaciones, eventos y convocatorias para promover la exploración colaborativa mediante proyectos interdisciplinarios. Parte de la base de que «los desafíos críticos del siglo XXI requieren de la movilización y la fertilización cruzada entre los dominios del arte, la ciencia y la tecnología».

Con sus iniciativas, LEONARDO busca catalizar soluciones fructíferas para establecer prácticas ambientales sostenibles, para la alfabetización científica y artística a nivel global, para la creación de equidad tecnológica y para fomentar la libertad de pensamiento y la imaginación. «El arte es un catalizador, un elemento que precipita un evento o un cambio. Cataliza, por ejemplo, preguntas que normalmente no te harías», afirma en conversación con INNOVADORES Nina Czegledy, miembro de la junta directiva de LEONARDO, además de artista, profesora y crítica de arte.

«En el contexto actual de globaliza-



Imagen de luz impresa en 3D. INNOVADORES / SMALLY HOLOGRAPHY GROUP

ción facilitado por la tecnología es crucial una aproximación interdisciplinaria, además de innovación y flexibilidad. Examinar diferentes direcciones para seguir adelante», asegura. También cree que es clave abordar cómo afectan estas interacciones a diferentes contextos culturales, para garantizar que respondan a las diversas motivaciones artísticas, sociales y políticas. A

la barrera cultural se suma la generacional: «Los profesionales establecidos subestiman los conocimientos de las generaciones más jóvenes y estos, a su vez, ignoran a los más mayores». Algo que desde LEONARDO tratan de resolver proactivamente, juntando a estudiantes con perfiles sénior.

Si Czegledy tuviera que destacar algún avance en los últimos años de su

PICASSO Y APPLE

En Apple no está bien visto que los empleados hablen de la compañía, y tampoco de su programa de formación interno. Pero en 2014 tres de sus 'estudiantes' concedieron una entrevista al diario 'The New York Times' bajo la condición de no ser identificados. ¿Qué desvelaron? Entre otras cosas, que la compañía usaba las 11 litografías que componen la obra 'Toro' de Pablo Picasso, donde se pasa de un dibujo detallado de un toro a su representación 'picassiana'. El propósito: equiparar el proceso de simplificación seguido por el pintor malagueño con la forma en que Apple diseña sus smartphones y otros dispositivos. El mensaje: eliminando los detalles se puede crear una obra de arte.

trabajo en LEONARDO, ¿cuál sería? «Uno de los principales cambios es que hemos pasado del movimiento STEM al STEAM», señala. Es decir, que al bloque que hasta ahora incluía la Ciencia, la Tecnología, la Ingeniería y las Matemáticas (STEM, por sus siglas en inglés) se le suma el Arte. «Esta inclusión remodela el concepto educativo y la práctica», señala la artista, que también subraya un aumento del activismo en las ciencias sociales.

De sinergias entre arte e ingeniería sabe Julie Martin, directora de la organización sin ánimo de lucro Experimentos de Arte y Tecnología (E.A.T.). Cofundada en 1966 por varios artistas e ingenieros estadounidenses, su propósito es facilitar las colaboraciones entre ambos para facilitar un acercamiento -tanto del artista como de la tecnología- al público.

En un artículo publicado en la revista de arte contemporáneo *VoCA Journal*, Martin afirma: «El dilema que enfrentan los artistas, ingenieros y científicos hoy en día es preservar la libertad, la autonomía y la creatividad del individuo frente a la consolidación del poder corporativo y la perversión del poder político. La historia de E.A.T. mantiene la promesa de que, si trabajan juntos los artistas, ingenieros y científicos pueden provocar cambios. Un elemento esencial en estas colaboraciones por el futuro es el artista. Como dijo una vez Waldhauer: «En la tarea de construir el futuro, todos somos aficionados, pero el artista podría ser el mejor aficionado».

Falta arte para imaginar, concebir y visitar otros mundos; para reflexionar y crear; para transmitir mejor, inspirar, repensar, innovar; para la ciencia, la tecnología y los negocios. Y faltan quienes estén dispuestos a abrir su mente para integrar esta visión. Falta arte en la ecuación de la innovación.

CONECTANDO

TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

DIRCOM

ELENA REYNA

Que la digitalización ya ha irrumpido en nuestras vidas es un hecho; no es que nos tengamos que ir preparando para su llegada o nos tengamos que ir adaptándonos a ella. No, no es eso, es que si nuestros procesos no están digitalizados, si en nuestro trabajo lo digital no lo invade todo ya, estamos fuera y nos estamos quedando atrás. La transformación digital es el proceso por medio del cual la empresa garantiza su supervivencia en la era digital.

Pero si hay un área donde las nuevas tecnologías y la transformación digital está ya muy asentada, esa es el área de Comunicación,

donde cada día, para las empresas, es un reto comunicar de forma distinta, llegar a nuestros públicos con innovación y demostrar que en nuestra empresa somos más digitales que los de al lado.

En ACCIONA Agua la capacidad tecnológica y el *know how* en la aplicación de TICs en la automatización de las plantas de tratamiento de Agua aporta valor diferencial para la compañía y, por tanto, el departamento de comunicación tiene que seguir ese ritmo y mostrarse con un gran sentido diferenciado. Nuestro concepto de innovación tecnológica en comunicación va muy ligado a la capacidad tecnológica y al conocimiento en la aplicación de las tecnologías de la información en lo que hacemos en ACCIONA Agua: la automatización de plantas de tratamiento de aguas. Desde Comunica-

ción trabajamos continuamente en la búsqueda de herramientas, modos de hacer campañas que vayan siempre por delante de la competencia y tecnologías que se adapten mejor a las necesidades de nuestros públicos objetivo, tanto internos como externos a la empresa.

La digitalización es una nueva manera de ensamblar la empresa, es decir, de conectar los distintos departamentos, funciones, procesos, etc., sobre una base tecnológica y con una concepción diferenciada desde el punto de vista de la gestión. No estamos haciendo un cambio radical; es un proceso en el cual tenemos que ir adaptándonos poco a poco, pero más rápido que lentamente.

La transformación digital tiene que centrarse en lo que le interesa a sus implicados, que en el caso del área de comunicación son los medios de comunicación, los clientes, pero también los empleados, proveedores, o todo aquel interesado en el mundo del agua, en mi caso.

No es un cambio sólo tecnológico, sino que lleva consigo nuevas aptitudes tanto en las organizaciones y en los profesionales que trabajamos en ellas. La transformación digital tiene que entenderse como una transformación total de la organización, no solo del departamento de comunicación, y sirve, sobre todo, para produ-



Una persona prueba gafas de realidad virtual.

cir cambios en algo, de modo que, en mayor o menor grado, puede perder sus anteriores atributos para adquirir, en forma transitoria o permanente, otros nuevos.

En nuestro caso, desde la dirección de comunicación intentamos llevar la innovación de la empresa a través de la innovación en comunicación. Por ejemplo, hace unos años, no tantos, escribíamos textos infinitos explicando a los periodistas y clientes que era la desalación. Hoy en día lo que se busca es que esos periodistas y clientes vivan la experiencia de conocer una gran desaladora, y lo hacemos trayendo una de las desaladoras más grandes del mundo que ACCIONA Agua ha construido hasta donde estén las personas interesadas; y lo hacemos gracias a una herramienta digital de realidad virtual. Un programa que hemos diseñado en el cual el visitante vive y experimenta dentro de la desaladora de Adelaida (Australia) mediante unas gafas de RV.

La transformación digital no debe centrarse solamente en la tecnología utilizada y en ser digital a toda costa, sino en utilizar las tecnologías para lograr los objetivos y estrategias de la empresa.

Elena Reyna Monasterio es directora de Comunicación & Marketing de ACCIONA Agua.