

R-evolución

<https://revolucion.elnortedecastilla.es/>

Influencers. Xavi Robles, CEO de VIZZ, descubre aspectos llamativos de los creadores de contenidos **P4**

Comportamiento. Salvador Aragón explica las dos corrientes que rigen a la hora de enfrentarse a Internet **P8**



Música. José Luis Gutiérrez, contra el dilataje de la latencia en el mundo artístico **P8**



Las emociones en el mundo tecnológico

El congreso R-evolución pone de manifiesto la importancia de las cualidades humanas en el ámbito virtual y sus actividades

Set instalado en la Hemeroteca del periódico para el desarrollo del congreso R-evolucion.
RAMÓN GÓMEZ

Organiza:

El Norte de Castilla

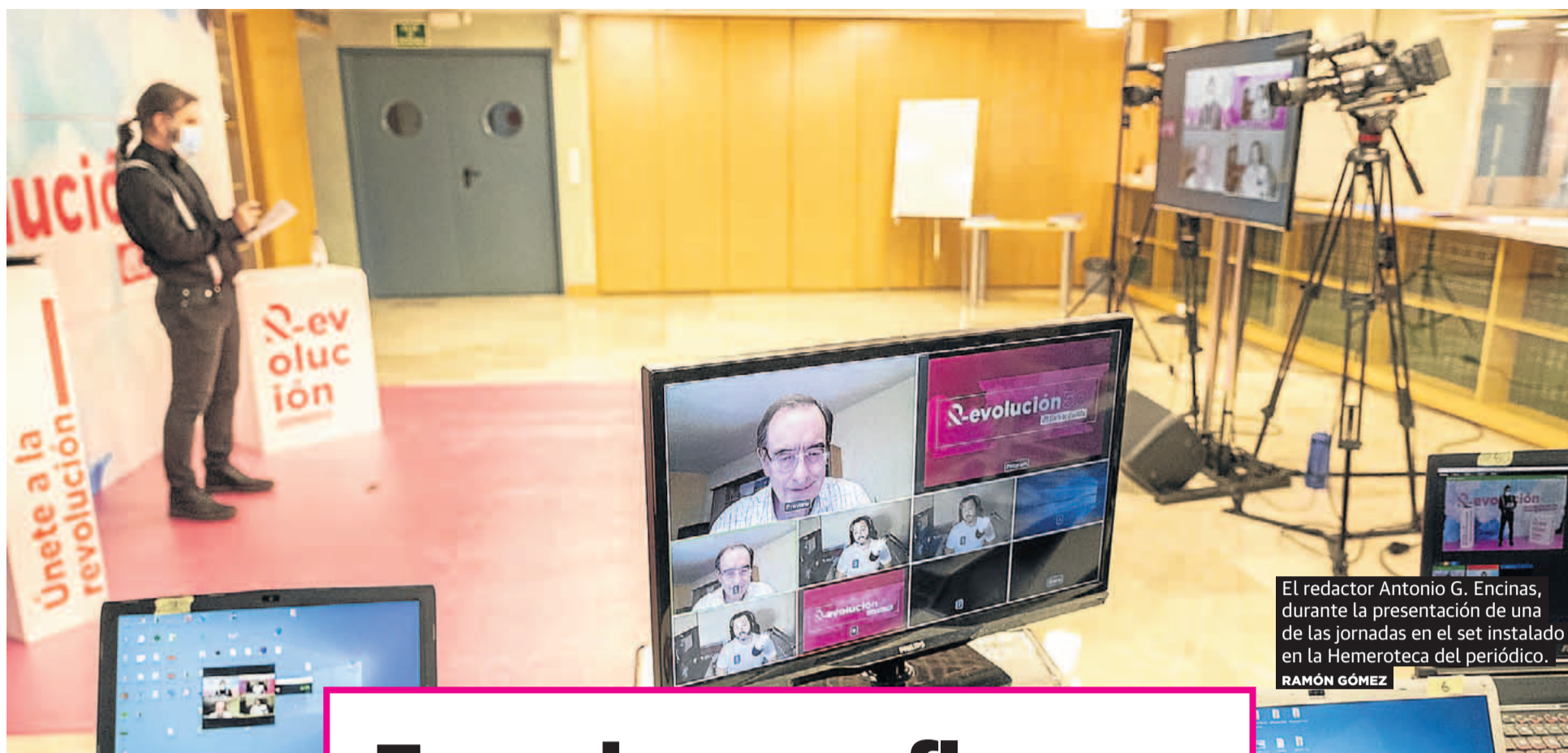
Patrocinador oro:

Telefonica

Patrocinadores plata:

 **Junta de Castilla y León**

 **valladolid+D adelante**



El redactor Antonio G. Encinas, durante la presentación de una de las jornadas en el set instalado en la Hemeroteca del periódico.
RAMÓN GÓMEZ

Emociones a flor de piel con ayuda de la tecnología

Conclusiones. El Congreso R-evolución 5.0 puso ayer el punto final a una serie de reflexiones sobre la capacidad del ser humano de emocionarse en el 'nuevo mundo' marcado por lo virtual

JESÚS DOMÍNGUEZ



El Congreso R-evolución 5.0 se cerró ayer cumpliendo los objetivos de emocionar y de reflexionar sobre las emociones relacionadas con las tecnologías. En un mundo en el que cada vez estas están más presentes, como es el actual, y en el que la pandemia mundial por coronavirus obligó a 'virtualizar' el congreso, ni siquiera la pérdida de la cercanía física evitó que se alcanzaran conclusiones sobre aspectos como la 'humanidad' de los generadores de contenidos, a veces denostados con tono casi de reproche bajo el término de 'influencers'.

Xavi Robles, CEO de VIZZ, la mayor agencia de generadores de contenidos de España, es pionero en la representación de estos profesionales e incidió en esa circunstancia. «Quienes se dedican a esto también sienten presión; hay una presión creativa en el caso de los generadores, por el hecho de tener que subir contenidos a sus canales de forma periódica, y también sobre los jugadores de los eSports, en su caso, más competitiva, puesto que compiten al más alto nivel igual que puede hacerlo un deportista», recalzó.

Estos creadores, que son a menudo muy jóvenes, atraen a un target que suele ser también bastante juvenil y que Mosiri Cabe-

zas, directora del área de Desarrollo de Negocio y Transformación de IKEA, abogó por «hacer salir del entorno de la pantalla», para intentar evitar que se conviertan en «presos». Si bien destacó aspectos positivos de las tecnologías, ofreció cuatro consejos para mantenerse sensibles dentro de la revolución tecnológica en la que nos encontramos, y que podría permitir mediante el 5G una mejor conexión también entre artistas, terminando con las «emociones en diferido» a las que se refirió el artista multidiscipli-

nar José Luis Gutiérrez al término de sus actuaciones. «Siento que es especialmente preocupante cuando no tocamos todos los matices en la misma sala. En el directo de la tecnología actual, el ritmo se rompe si uno está aquí y otro en Nueva York», explicó.

Dicha revolución, como la tildó Cabezas, siguiendo el nombre del Congreso, no nos aparta de las emociones; no necesariamente. Como se vio durante el confinamiento, nos conecta con ellas cuando existe distancia, obligada en ese periodo. Así lo recordó

María Jesús Almazor, consejera delegada de Telefónica: «La tecnología nos permitió estar más cerca y más conectados». Para ella, «en este nuevo mundo van a seguir siendo necesarias las cualidades humanas y las emociones», algo que, por otra parte, preocupa a los escépticos.

Entre ellos se encuentra Victoria Camps, filósofa y miembro del Consejo de Estado, que ofreció una visión bastante crítica al respecto de la ética y de la utilización de las tecnologías. «Durante la pandemia fueron una

bendición, pero hay una serie de cuestiones que tienen que preocuparnos. La forma de usarlas, adecuada o inadecuada, depende de nosotros», alegó Camps.

Dentro del 'nuevo mundo' en el que nos encontramos, cada vez hay una mayor incidencia de la Inteligencia Artificial, asunto sobre el que versó la conferencia de Pedro Meseguer, investigador del CSIC en el Instituto de Investigación en Inteligencia Artificial. Meseguer refrendó la valoración de Victoria Camps al respecto de la reflexión que ha de hacer «la sociedad en su conjunto» sobre su uso, no necesariamente pernicioso, y sobre su utilidad, real en países como Japón, donde utilizan esta IA para hacer de canguros de niños o para acompañar a personas mayores, por ejemplo.

Esta circunstancia la valoró de modo positivo Salvador Aragón, profesor de la IE Business School, que cree que «la coevolución del ser humano y de la tecnología nos va a hacer mejores como sociedad», posicionándose claramente como tecnoutópico, y no como tecnopesimista, dos corrientes a las que se refirió en su mensaje.

El congreso ha estado organizado por El Norte de Castilla, con el patrocinio oro de Telefónica y el patrocinio plata de la Junta de Castilla y León y el Ayuntamiento de Valladolid.

LAS FRASES

M^a Jesús Almazor
CEO de Telefónica

«Van a seguir siendo necesarias las cualidades humanas y las emociones»

Pedro Meseguer
Investigador del CSIC

«La sociedad ha de reflexionar sobre el uso y la utilidad de la Inteligencia Artificial»

Xavi Robles
CEO de VIZZ

«Los creadores de contenidos también sienten una presión creativa o competitiva»

Victoria Camps
Filósofa

«Hay una serie de cuestiones del uso de las tecnologías que tienen que preocuparnos»

Mosiri Cabezas
Directiva de IKEA

«Hay que hacer salir a los jóvenes del entorno de la pantalla para evitar que sean presos»

Salvador Aragón
IE Business School

«La coevolución del ser humano y la tecnología nos va a hacer mejores como sociedad»

José Luis Gutiérrez
Artista multidisciplinar

«En la tecnología actual, el ritmo de la música se rompe si estamos en distintos lugares»

TELEFÓNICA

ULTRA BANDA ANCHA. La combinación de 5G y fibra óptica dotará a la región de la mejor red del mundo

5G EN TODAS LAS CAPITALAS DE CASTILLA Y LEÓN Y OTRAS 90 POBLACIONES ANTES DE FIN DE AÑO

El objetivo establece el 100% de cobertura poblacional de fibra óptica en 2025

Telefónica encenderá en octubre el 5G en las nueve capitales de provincia de Castilla y León y antes de que acabe el año, en otros 90 municipios. En 2020, la región contará con 142 nodos activos con cobertura de quinta generación móvil, en un despliegue sin precedentes. La compañía se convierte así en la única en incluir en una primera ola de despliegues 5G todas las capitales de provincia españolas, sin tener en cuenta su tamaño o población, lo que beneficia a Castilla y León.

En palabras de María Jesús Almazor, consejera delegada de Telefónica España, «Telefónica ha sido la primera operadora en considerar al 5G como una generación diferente, dando máxima prioridad no sólo al encendido de la red, sino a explorar y desarrollar casos de uso de forma paralela al despliegue de la red y, en estos desarrollos, Castilla y León ha jugado y está jugando un papel muy relevante».

La del 5G es una apuesta más de Telefónica por Castilla y León, Comunidad en la que la compañía ha invertido 600 millones en los últimos cinco años, aportando con su actividad el 1,5% del PIB. Muchos ciudadanos de Castilla y León podrán disfrutar este mismo año de las ventajas de esta nueva generación de telefonía móvil, que permite una conectividad ultrarrápida, muy baja latencia y capacidad para conectar a millones de dispositivos y objetos de uso cotidiano, que estarán conectados entre sí y con nosotros.

El máximo poblacional

Sobre la infraestructura de despliegue empleada, Telefónica está trabajando con las últimas generaciones de radio que permiten el doble uso 4G y 5G con el objetivo de llevar el 5G desde el primer momento al máximo de población. En esta primera fase se lanza la red 5G con arquitectura NSA (Non Stand Alone) para desplegar la red 5G SA (Stand Alone) cuando la tecnología esté plenamente disponible después de la estandarización. Asimismo, este despliegue inicial está haciendo uso de los emplazamientos e infraestructuras actuales.



Marisa de Urquía, directora general Territorio Centro de Telefónica; María Jesús Almazor, consejera delegada de Telefónica España, y Alejandro Kowalski, director de Comunicación España de Telefónica, en la presentación de la llegada del 5G a la región. ALBERTO MINGUEZA

El 5G se apalanca en la Fibra Óptica de Telefónica

Otro hecho diferencial es que Telefónica apalanca la red móvil 5G en su red de fibra óptica de alta capacidad, de modo que el 5G complementa a la fibra para tener la mejor navegación en movilidad. La combinación de Fibra y 4G (que llega ya al 95,1% de la población) o de 5G conforma la mejor red de ultra banda ancha existente. Telefónica seguirá desplegando Fibra Óptica en la Comunidad, con especial relevancia en el mundo rural, con el objetivo de alcanzar, de la mano de las Administraciones, el 100% técnico de cobertura poblacional en 2025, un objetivo muy ambicioso teniendo en cuenta la extensión, dispersión y baja densidad de población de Castilla y León.

El 5G se apalanca en la Fibra Óptica de Telefónica

255 millones más

Telefónica cerrará el año con más del 65% de la población cubierta con fibra (el 85% en poblaciones de más de 5.000 habitantes) y una inversión acumulada sólo en esta tecnología de 205 millones. Para poder alcanzar el objetivo del 100% técnico de cobertura poblacional en 2025, será necesario invertir 255 más. De los 460 millones totales, aproximadamente 300 se habrán destinado a llevar el FTTH a los pueblos. Se trata de ratios de cobertura «muy superiores» a los de regiones similares de Europa.

Castilla y León fue desde el principio un escenario prioritario en Ciudades Tecnológicas 5G, con los pilotos desarrollados en Segovia. En enero de 2018 Telefónica empezó sus pruebas de 5G con la iniciativa Ciudades Tecnológica 5G. Las primeras ciudades seleccionadas en España fueron Segovia y Talavera de la Reina. Con el apoyo del Ayuntamiento y de la Junta, Segovia ha sido el escenario ideal para múltiples proyectos basados en 5G.

«Telefónica ha sido la primera operadora en considerar al 5G como una generación diferente»

«Otro hecho diferencial es que Telefónica apalanca la red móvil 5G en su red de fibra óptica de alta capacidad»

El 75% de los vallisoletanos tendrán cobertura 5G este año

Telefónica encenderá este mes el 5G en Valladolid capital y antes de que acabe el año en otros nueve municipios. En 2020, la provincia contará con un total de 35 nodos activos con cobertura de quinta generación móvil, en un despliegue sin precedentes que beneficiará al 75% de la población de la provincia.

La compañía se convierte así en la única en incluir en una primera ola de despliegues 5G todas las capitales de provincia españolas, sin tener en cuenta su tamaño o población, lo que beneficia a Castilla y León, donde habrá un centenar de poblaciones cubiertas. En Valladolid, entre las poblaciones que contarán con cobertura se encuentra, además de la capital, Medina del Campo, Arroyo de la Encomienda y Laguna de Duero. Asimismo, se encenderán nodos (encendido parcial) en otras seis localidades en proceso de definición acorde a criterios técnicos.

Según Marisa de Urquía, gracias al 5G los usuarios podrán descargarse en su casa una película en segundos, disfrutar de

retransmisiones deportivas en directo, en las que el usuario tendrá una experiencia 360º y podrá visionar cualquier ángulo del partido como si estuviera en la cancha. Aquellos que sean aficionados al gaming contarán con una experiencia en movilidad similar a la que les aporta la fibra en el hogar, o sea, sin interrupciones o latencia. Así, el 5G permitirá jugar en el teléfono móvil como si se estuviera en la pantalla del ordenador de casa o en una video consola.

Para las empresas, «destacan los servicios de Multiaccess Edge Computing, que ofrecen servicios de ultra baja latencia y una mayor capacidad de cómputo al borde de la red, además de servicios como las redes privadas 5G, el IoT masivo y las comunicaciones críticas, junto a la virtualización de la red, que facilita utilizar los recursos de redes de forma más eficaz en función de las necesidades de los clientes. El 5G será fundamental también para el desarrollo de la llamada Industria 4.0 y para todos los servicios relacionados con la Salud o la Educación.



María Jesús Almazor
Consejera Delegada Telefónica de España

La CEO de Telefónica, en su intervención en el Congreso R-evolución.

La tecnología que avivó el confinamiento

Telecomunicaciones. María Jesús Almazor, CEO de Telefónica, apuesta por evolucionar más en la materia

De un día para otro, el coronavirus trasladó nuestras vidas del espacio físico al virtual. Muchos tuvieron que adaptarse a marchas forzadas y la actividad empresarial, financiera o educativa se trasladó a la gran Red. Y, claro, «sin las redes de telecomunicaciones no habría sido posible». Así lo recordó María Jesús Almazor, consejera delegada de Telefónica, en la apertura del Congreso R-evolución 5.0. «Durante el confinamiento la tecnología nos permi-

tió mantener vivas nuestras actividades. Incluso la respuesta sanitaria descansó sobre nuestras redes. Todo pasó a formar parte de un mundo virtual que no habríamos imaginado nunca», reflexionó.

Las redes de telecomunicaciones hicieron posible seguir manteniendo un día a día todo lo normal que se podía. El teletrabajo se impuso y se establecieron nuevos vínculos a distancia, por ejemplo, con médicos o docentes. Y las emociones también bebieron de ellas. «Gracias a la tecnología nos encontramos con nuestros seres queridos por videoconferencias que hicieron nuestra vida mucho más llevadera. Sin esas telecomunicaciones, no sé qué hubiera sido de nuestra vida», reconoció Almazor, que recordó que el confinamiento provocó «picos de uso inéditos» y que no habrían sido posibles «sin el trabajo de años y las fuertes inversiones» realizadas incluso en tiempos de crisis.

Gracias a estas, manifestó la consejera delegada de Telefónica, «hoy tenemos en España la mejor red de fibra óptica y una de las mejores del mundo». Tanto es así que «una ciudad de Castilla y León tiene mejor fibra óptica que las principales de Alemania», algo que mejorará la próxima implementación del 5G en 100 núcleos urbanos de la región y que irá a más en los siguientes, pues el compromiso de Telefónica

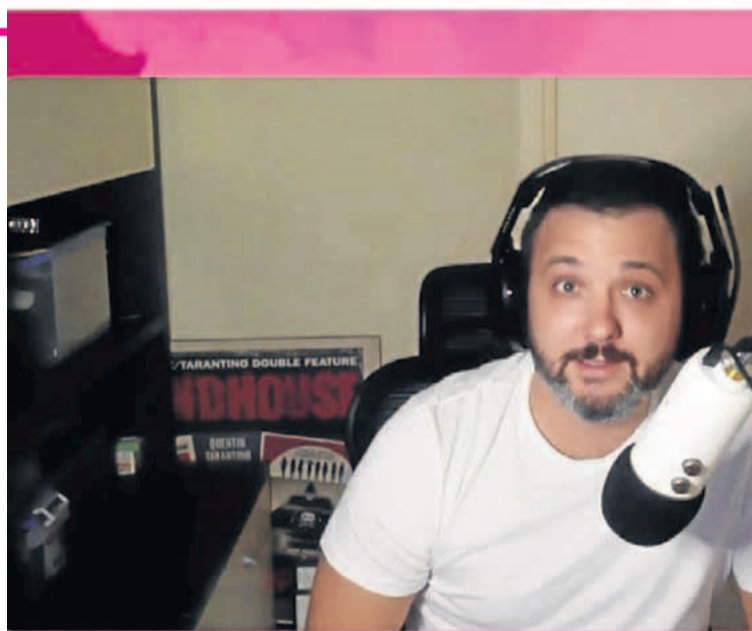
ca es que «en 2025 esté funcionando al 100%». Este reto consolidará más aún la posición competitiva de España en la materia. «Tenemos la mejor red de ultra banda ancha del mundo, y eso nos tiene que servir para afrontar con garantías la revolución en el empleo que tanto necesitamos», aseveró Almazor.

Y es que si bien España aprobó «con sobresaliente» el examen de conectividad, el confinamiento extremó la necesidad de la digitalización; provocó una sensación de urgencia para abordarla. Si bien los indicadores señalan que en los últimos meses las empresas y negocios avanzaron en la materia «como en un lustro», hay que «seguir acelerando». «Tenemos que seguir con esa velocidad. En los últimos meses, en Telefónica hemos ayudado de forma expés a alimentar el teletrabajo en pymes e instituciones públicas. Tenemos que convencerlos de que es una cuestión de supervivencia», hizo hincapié María Jesús Almazor, convencida de que necesitamos mejorar «a través de varios pilares: la formación, la innovación, la sostenibilidad y la digitalización». «De nada nos sirve la conectividad que hemos trabajado durante tanto tiempo y contar con la mejor red de telecomunicaciones si la tecnología no aumenta su presencia en nuestro día a día. En este sentido, estamos muy lejos de Europa», agregó.

Generadores de contenidos: un nuevo mundo

Influencers. Xavi Robles, que gestiona las carreras de profesionales del sector, recuerda la humanidad de quienes se dedican a ello; muchos de ellos, chicos que empiezan jóvenes

JESÚS DOMÍNGUEZ



Xavi Robles
Co-fundador y CEO de VIZZ

Robles, en plena intervención.

La evolución de la tecnología ha traído una generación que se relaciona y que consume productos audiovisuales diferentes a los tradicionales. Cada vez son más los contenidos consumidos por personajes que los generan en plataformas digitales saliendo de los cánones. Los llamados 'influencers' o generadores de contenidos están tan en auge que incluso Fernando Simón apeló a

ellos en plena pandemia. En esta sociedad tecnológica tienen mucho que decir, aunque todavía haya a quien le resulte extraño. Sin embargo, cuentan con un público, principalmente joven, que cada vez consume más sus creaciones. Xavi Robles, CEO de VIZZ, descubrió una parte de ese nuevo mundo dentro del marco del Congreso R-evolución 5.0.

«Como periodista, en un viaje a Estocolmo, probando un juego, se me planteó la duda de que o

yo estaba haciendo algo mal o que Willyrex lo estaba haciendo muy bien», explicó. El 'youtuber' tenía 300.000 visitas en un vídeo sobre el mismo videojuego que él había probado. «Con una infraestructura más básica, tuvo una repercusión diez veces superior a la mía con todo un equipo detrás». No es que él lo hiciera peor: es que pertenecían a un mundo diferente, por el que Robles decidió apostar. Hoy representa a 25 creadores con mil mi-

llones de reproducciones de vídeo al mes, protagonistas de una revolución en su mayoría muy jóvenes, que empezaron «con 16 o 17 años y se han mantenido en una posición de notoriedad o se han adaptado a los nuevos tiempos».

Frente a quienes los denosta o se excede, Xavi Robles recordó la visita de El Rubius a Argentina en la que le esperaba «una marabunta» en el aeropuerto y hasta un operario de seguridad aca-

bó con un brazo roto. «Ese nivel de fama, con esas edades, es muy difícil de gestionar y genera una serie de consecuencias. Hay un gran peso y responsabilidad detrás de cada vídeo visto por uno, dos o tres millones de personas. No todo el mundo lo soporta; hay gente que ha necesitado parar, situaciones de estrés...», pondera Robles.

La razón es que «hay una vinculación muy estrecha entre el creador de contenidos y el usuario, porque se comunica de una manera muy cercana y el espectador puede verlo en directo o comentar cosas con él». Además, al hacerlo todo la misma persona, en muchísimos casos, «se genera un vínculo muy grande que te hace autoexigirte para cumplir con una rutina que satisfaga a esa comunidad». Eso, en opinión del co-fundador de VIZZ, «provoca un desgaste muy alto, porque uno no siempre está inspirado, no tiene ganas de jugar, quiere irse de vacaciones...». Por eso son necesarias protecciones como las que su agencia ofrece, «para separar lo público de lo privado», como apuesta por este mercado tan «incipiente y por explotar», en el que comparten espacio fenómenos en redes sociales y los denominados 'gamers'; todos personas que, como recordó Robles, «necesitan asesoramiento, descanso, apoyo, cariño... o lidiar con los dichosos 'haters'».

En Valladolid existe un lugar que es referencia para cualquier cosa que tenga que ver con Innovación, Tecnología y Emprendimiento.
Un lugar donde apoyarte para dar ese impulso hacia adelante.

Ese lugar es:

La Agencia de Innovación y Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Valladolid.

Estamos aquí para ayudarte a poner en marcha tus ideas, iniciativas y proyectos.



C/ Vega Sicilia, 2 - 47008 - Valladolid
Tel.: +34 983 247 401 - Fax: +34 983 247 080
info@valladolidadelante.es
www.valladolidadelante.es
f • t • i • y Innolid

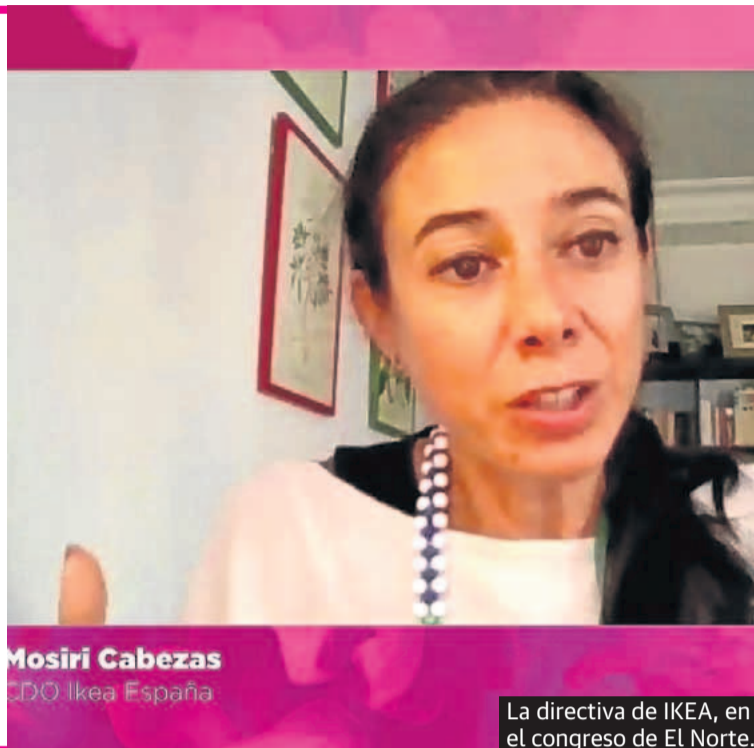
valladoli+D
adelante



Cuatro consejos para afrontar una 'revolución'

Adaptabilidad. Mosiri Cabezas, directiva de IKEA España, advierte del necesario equilibrio entre tecnología y humanidad para «evitar impactos negativos en lo que buscamos»

JESÚS DOMÍNGUEZ



Mosiri Cabezas
CDO Ikea España

La directiva de IKEA, en el congreso de El Norte.

Internet es parte indisoluble de nuestras vidas hasta el punto de que muchas personas como Mosiri Cabezas, directora de Desarrollo de Negocio y Transformación de IKEA España, no conciben su día a día sin la Red de redes. Menos aún viniendo de donde venimos; después de que hace seis meses los «extremos dicotómicos» empezaran a confluir por culpa de la pandemia. «Antes teníamos que elegir entre salud y trabajo, entre digital y analógico, entre el desarrollo de la empre-

sa o el cuidado del planeta... Mi mayor balance de estos meses de rareza, que parecen ser un producto de ciencia ficción, es que tenemos que buscar un equilibrio», aseveró en su ponencia en el Congreso R-evolución 5.0.

La situación que nos tocó vivir hizo reflexionar a la directiva de IKEA España y terminar de comprender que «no tiene sentido pensar en la rentabilidad de la empresa sin pensar en la sostenibilidad del planeta, ni trabajar sin pensar en la familia o en nuestros seres queridos». Así, Cabe-

zas considera que «debemos buscar la medida para evitar impactos negativos en lo que buscamos», para que aquellas cosas del día a día no entren en conflicto con ese equilibrio al que se refirió. Y para ello, basándose en su propia experiencia, ofreció cuatro consejos como «revolucionaria», como ella misma se definió en el contexto del Congreso.

En primer lugar, invitó a pensar. «No podemos permitirnos el lujo de dejar de hacerlo. En el entorno en el que nos encontramos está permanentemente conecta-

do, y eso es algo que está minando nuestra capacidad de profundizar, de ir más allá de la superficialidad que nos rodea», indicó. A su juicio, «debemos recuperar la capacidad de leer, de concentrarnos, de estudiar, de abrir puertas y ventanas a lugares nuevos», puesto que ese conocimiento nos enriquece. Dentro de una sociedad en la que el acceso a la formación y a la información es sencilla, instó a «no minar nuestras capacidades intelectuales». «A mí no me dan miedo las máquinas, a mí me da miedo eso»,

manifestó, convencida de que la tecnología, que ofrece una explicación a golpe de clic, no tiene por qué ser obstáculo para el ejercicio de la mente.

En segundo lugar, habló del hacer como verbo importante. Durante el confinamiento, como concretó, fueron muchas las personas que aprendieron a hacer actividades denostadas o que en otro momento no se les habrían ocurrido. «Eso nos ha servido para curarnos, para concentrarnos, para ocupar nuestro tiempo...», recalcó. El hacer pasteles o aprender a coser, recordó, potencia la conexión mano-cerebro, que hace «que las neuronas se despierten», circunstancia que valoró como importante.

Su tercera recomendación es valorar el contacto físico, ese que tanto se extraña en estos tiempos, y es que «una conversación no termina sin un beso o sin un abrazo», a juicio de Mosiri Cabezas. Si bien «las redes sociales nos han mantenido conectados», hay que hacer lo posible «por sentir» y porque nuestros jóvenes «salgan del entorno de la pantalla, porque nos han salvado, pero pueden volver a convertirnos en presos».

Para terminar, recomendó recuperar «el equilibrio con nuestro cuerpo y nuestro hogar, que es nuestro planeta»; tanto comer bien o descansar como ser responsables a la hora de cuidar el planeta, algo que, destacó, en IKEA vienen haciendo de siempre.

igual que influye positivamente sobre la sociedad, la tecnología puede tener también efectos perversos sobre ella. Lejos de discutir sobre un apocalipsis alrededor de ella, Victoria Camps, filósofa y miembro permanente del Consejo de Estado, reflexionó en el Congreso R-evolución 5.0 sobre estos efectos que pueden ser perniciosos, como su «capacidad de manipular» valiéndose, por ejemplo, de la polarización que se encuentra en las redes sociales. «Los tuits son reacciones emotivas e irreflexivas que solo producen polarización en los puntos de vista. Teniendo en cuenta eso, es fácil que exista un engaño con una 'fake new' si esta satisface las creencias que uno tiene», considera.

En tanto en cuanto «las emociones y los sentimientos son parte de nuestra condición» y son «lo que nos mueve a actuar en un sentido o en otro», siempre deberían ir acompañados de una reflexión y de un razonamiento «que la Red no propicia», a ojos de Camps. Este discernimiento, para la filósofa, está en manos de la persona, aunque «tiene que querer hacerlo y estar preparado o educado para hacerlo». No en vano, una de las cosas «que ha excluido la web» son «los saberes canónicos, que permitan adquirir criterio sobre la informa-

El examen ético que necesita la tecnología

Filosofía. Victoria Camps invita a la reflexión alrededor de la innovación, algo que, en su opinión, Internet no propicia y que requiere de la voluntad del público que entra a la Red

J. D.



Camps

Victoria Camps, en su intervención.

Emérita de Filosofía de la Universidad Autónoma de

ción que vale y la que no». De este modo, las noticias pueden ser refutadas, «pero hay que tener otros conocimientos para hacerlo, que no proporcionan automáticamente las redes sociales, sino que se deben adquirir por otros medios», prosigue la pensadora.

Esta preocupación, que «nos corresponde a todos», y no solo a los gobernantes, es «escasa» en las personas, considera Victoria Camps, puesto que «la Red crea

adicción y, como todo consumo, es algo que satisface». En esta línea, insta a «ejercer un autocontrol para evitar que esa adicción nos domine y nos lleve allí a donde los operadores de las empresas tecnológicas quieren que vayamos para beneficiar sus intereses». «Las empresas lo saben todo de nosotros. Hay que fomentar la autorregulación en las mismas empresas y en las personas. Pensamos que somos libres por-

que Internet nos ofrece pluralidad, pero en realidad escogemos la Red porque fomenta nuestros prejuicios y eso no es propio de una mente madura», continúa.

Esta visión, sin embargo, huye del catastrofismo y parte del pensamiento y del reconocimiento de lo positivo que ofrecen las tecnologías cuando se realiza un buen uso, como durante la pandemia. «Sin duda, fueron una bendición e hicieron mucho más lle-

vadero el confinamiento. No solo eso, sino que nos hemos dado cuenta de que muchas cosas que hacíamos rutinariamente son prescindibles porque pueden hacerse telemáticamente», reconoce la miembro del Consejo de Estado, que incide en que «la actitud crítica es el punto de partida de la ética». Por ello, «no hay que ser apocalípticos, pero tampoco complacientes», concluye Victoria Camps al respecto.



CASTILLA Y LEÓN



¿Sabes que cada vez son más necesarias las competencias digitales para optar a un puesto de trabajo?

Certifica tus conocimientos tecnológicos en TuCertiCyl

Infórmate en  tuCertiCyl.es



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Junta de
Castilla y León

El Norte de Castilla

Patrocinador oro: Telefonica

Patrocinadores plata: Junta de Castilla y León, Valladolid, adelantada



Salvador Aragón
Director General de Innovación IE Business School

El profesor Aragón, en su intervención en R-evolución.

El adiós a la latencia y al arte en diferido

Música. José Luis Gutiérrez anhela que en 5G favorezca a su gremio a la hora de poder realizar ensayos conectados en directo, algo que a día de hoy es más bien una quimera

J. D.

Sociedad a golpe de tuit... o de Tinder

Tecnología. Salvador Aragón, director general de innovación del IE Business School, habla de la dicotomía entre dos corrientes: una tecnoutópica y otra tecnopesimista

JESÚS DOMÍNGUEZ

Las páginas web generan emociones en los usuarios obedeciendo a comportamientos distintos. Muchas personas, al enfrentarse por primera vez a Internet, experimentan una mezcla de respeto y de miedo, más que de sensación de oportunidad. Así lo considera Salvador Aragón, director general de innovación del IE Business School, que contrasta esa sensación «con aquellos que ven una ocasión para hacer cosas distintas o para mejorar». Ante esta situación, el experto en innovación considera que existen dos corrientes: una tecnoutópica, que apuesta por la tecnología como gran motor del progreso humano, generando utopías tecnológicas y creyendo en la existencia de un acceso general al conocimiento a través de la página web, y otra que contrasta con esa, que define como tecnopesimista, y que ve la tecnología como una amenaza permanente a los valores humanos y a la vida humana.

«Esta visión va a condicionar a la hora de afrontar nuevas formas de aprendizaje o de trabajar,

en función de las sensaciones que perciba el individuo», señaló Aragón, quien amplía el primer punto de vista hablando de sensaciones: «Para los tecnoutópicos, nos encontramos con una tecnología que va a acabar con la soledad y que nos va a interconectar».

Tecnología mediatizadora

Salvador Aragón considera que la tecnología está mediatizando la manera en que nos sentimos y cómo proyectamos las emociones, que pueden ser magnificadas a través de la tecnología. «La tecnología es un producto humano que hemos utilizado como amplificador de capacidades, y entre estas, de las emociones. La web es capaz de amplificar el conjunto de las emo-

«Estoy convencido de que acabaremos ligando con robots y construyendo relaciones afectivas con ellos»

ciones del ser humano; amplifica movimientos solidarios, por ejemplo, y, a su vez, es capaz de generar odio a una escala nunca antes vista», a través de las redes sociales, como contrastó.

Asimismo, Aragón indica que la evolución de las herramientas de Internet han llevado a que hoy en día sea más fácil saber si uno es atractivo físicamente para terceros. «Antes, si querías saberlo, lo hacías en una comunidad de proximidad. Ahora el alcance se ha incrementado y se hace a través de una audiencia en Red», explica el experto, que cree que la tecnología ofrece un altavoz que permite «difundir de forma más intensa que antes los fenómenos de polarización». A esto lo denomina «fenómeno de 'tinderización'», valiéndose de la aplicación de contactos Tinder. «Simplifica el proceso de ligar y sistematiza la forma en la que buscamos pareja», define, y continúa: «Estamos en una sociedad tuit, que actúa y consume de una manera compulsiva y rápida. Existe una androización por la cual vemos a las tecnologías con forma antropomorfa y que indica cómo vamos a tender a tener a relacionarnos con entes tecnológicos, y una avataización, por la cual los bancos han dejado de querer nuestras cuentas para querer nuestro perfil bancario».

Lejos de creer en una revolución, Salvador Aragón habla de una coevolución, en la que la naturaleza humana va de la mano de la evolución tecnológica que «nos va a mejorar como sociedad». Las innovaciones en materia de IA son tales que el director general de innovación del IES Business School está «convencido de que ante la transferencia emocional entre objetos y humanos, acabaremos ligando con robots». De hecho, en Japón hay peluches que acompañan a personas solas, frecuentemente mayores, que «pueden construir relaciones afectivas, como con una mascota».

El confinamiento alteró la vida normal del mundo en general, y los artistas, aunque intentaron 'darse' a los demás, a través de actuaciones en redes sociales, por ejemplo, se vieron afectados en ensayos y en actuaciones, tal y como recordó José Luis Gutiérrez en el Congreso R-evolución. Si bien la tecnología juega a favor de la cercanía y en contra de las distancias, ensayar con compañeros no resultaba sencillo por la dichosa latencia, ese desajuste temporal en las conexiones que hace que imagen o sonido lleguen retardados con respecto al directo entre los participantes en una conversación digital. «Es una forma de que las emociones lleguen en diferido», lamentó, el artista multidisciplinar, aguardando que el 5G termine con ese dislate y ayude a que la conectividad entre artistas –como él, músicos– pueda ser más efectiva que durante ese periodo de la pandemia.

Hablando de emociones, José Luis Gutiérrez las provocó en sus dos actuaciones en las que dio cuenta de que ni la latencia evita esa emoción cuando uno intenta transmitir. Simulando ser un pastor, llenó el suelo de la hemeroteca de El Norte de Castilla de cuencos de colores, en su gran mayoría de color blanco. Representaban a las ovejas a las que imitaba con su voz, acompañadas del perro pastor y con un lobo aullando a lo lejos.

Como dirigiéndose a ellas, empezó a repetir los nombres del rebaño y a tranquilizarlas mientras –metafóricamente hablando– las sacrificaba. Las tranquilizaba de viva voz, mientras un taladro les atravesaba la cabeza. Realmente no había ni ovejas ni sacrificios, sino que era un trozo de madera lo que atravesaba con la herramienta. En un abrir y cerrar de ojos, construyó una flauta con la que interpretó una de sus melodías.

Una vez abandonada la flauta, dos bastones sirvieron para co-



José Luis Gutiérrez, en plena actuación en el congreso. R. G.

nectar al público con músicas de otro continente, el africano. Los dos batían contra el sueño, con cantos que parecían propios de allí. Y como la cosa iba de emoción, una vez acabada la danza dibujó un corazón en el aire y en el suelo con la parte superior de ambos bastones.

Quizás de haber querido interpretar una canción con algún otro músico la dichosa latencia se lo habría impedido; no así el directo 'físico'. Si José Luis Gutiérrez reconocía a Antonio G. Encinas, periodista de este periódico y presentador del evento, que para que un ensayo con alguien en Nueva York sea efectivo tiene que haber un envío 'enlatado' previamente sobre el que trabajar, la compañía de su saxofón le permitió llegar a los domicilios de los participantes en el Congreso tan rápido como fueran sus conexiones. Como despedida, interpretó varias piezas de la música popular en un 'medley' que sirvió como colofón a una segunda jornada del Congreso R-evolución 5.0 que, como se pretendía, se cargó de emociones.

JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN

ELENA ÁLVAREZ. Directora general de Telecomunicaciones y Transformación Digital

«LA MEJORA DE LA BANDA ANCHA EN EL MEDIO RURAL ES LA GRAN PRIORIDAD»

La directora general Elena Álvarez asegura que la Junta está volcada en proporcionar acceso a Internet al 14% de la población que no lo tiene

—¿Qué competencias tiene la Junta en el ámbito de las telecomunicaciones y la digitalización?

—El régimen competencial en estas materias presenta una cierta complejidad. Por un lado, la competencia en materia de telecomunicaciones corresponde a la Administración del Estado y, por otro, se trata de un sector sujeto a una estricta regulación ex ante de Telecomunicaciones y ex post de Competencia. Se trata de una regulación que viene marcada desde la UE y que condiciona el margen de actuación de las administraciones públicas, cualquier administración pública.

—La pandemia ha puesto de relieve la importancia de la tecnología en un mundo hiperconectado. ¿En qué situación está Castilla y León respecto a su entorno?

—Efectivamente, la pandemia ha puesto en valor la tecnología y la digitalización, ya que han atenuado en gran medida sus efectos económicos y sociales: se ha garantizado la prestación de servicios esenciales con la telemedicina o a la enseñanza 'on-line'; se ha permitido la continuidad de la actividad laboral a través del teletrabajo, nos ha permitido estar en contacto con familiares y amigos, etc. El grado de penetración de las TIC en los hogares de Castilla y León es alto y en el caso de las empresas se observa una evolución favorable. Sin embargo, lo que más me preocupa en este momento es la extensión de banda ancha en el medio rural. Es una prioridad que tenemos que solucionar lo antes posible.

—Precisamente mejorar la conexión a Internet en los pueblos de la región y que llegue a todas las personas y todo el territorio es objetivo de su consejería para este mandato. ¿Qué pasos se están dando para conseguirlo?

—La mejora de la cobertura de banda ancha en el medio rural es la prioridad número uno de las políticas de mi dirección general. Entre 2015 y 2019 se concedieron más de 60 millones de euros en subvenciones a los operado-



La directora general Elena Álvarez en la Consejería de Fomento y Medio Ambiente. Gabriel Villamil

■ «La pandemia ha puesto en valor la tecnología y la digitalización, que han atenuado sus efectos»

■ «La nueva Agenda Digital de Castilla y León 2021-2027 actualiza los objetivos a la situación actual»

res para estimular el despliegue de redes en aquellas zonas donde es más difícil y menos rentable llegar. Solo con las ayudas concedidas hasta ahora, en torno al 86% de la población de Castilla y León tendrá acceso a Internet a más de 100 Mbps. Y ahora estamos trabajando en ese porcentaje que todavía falta por cubrir y lo estamos haciendo en colaboración con todas las admi-

nistraciones. Así, este año, por primera vez, la convocatoria de ayudas para la extensión de banda ancha en las zonas rurales es conjunta entre el Gobierno de España y la Junta. Se han destinado 19,5 millones a Castilla y León, de los que cuatro millones de euros han sido aportados por la Junta. Tras la finalización de estos nuevos proyectos, esperamos que el porcentaje de cobertura en nuestra región alcance casi el 90% de la población.

—¿Qué otros planes tiene la Junta en materia de telecomunicaciones y transformación digital?

—Actualmente está vigente la Agenda Digital de Castilla y León 2014-2020 —incluida dentro de la Estrategia Regional de Investigación e Innovación para una Especialización Inteligente (RIS3) de Castilla y León—, que marca cuatro grandes objetivos específicos: el fomento del despliegue de redes y servicios de telecomunicaciones para garantizar la conectividad digital; el desarrollo de la economía digital para el crecimiento y la competitividad de

las empresas; el impulso del gobierno inteligente y la e-administración, y cómo impulsar la adaptación digital de los ciudadanos y la innovación social. Ahora estamos trabajando en el diseño de la nueva Agenda Digital de Castilla y León 2021-2027, actualizando los objetivos a la situación actual. Además, la nueva Agenda se basa en el Programa Europa Digital, que da mucha importancia a las aplicaciones de la supercomputación como factor de competitividad empresarial y, en este sentido, el Centro de Supercomputación de Castilla y León (SCAYLE) puede llegar a ser un referente en esta materia.

—¿En qué consiste el Programa Territorio Rural Inteligente?

—El Proyecto Territorio Rural Inteligente se lanzó a finales de 2017 a través de un convenio entre la Consejería de Fomento y Medio Ambiente y las nueve diputaciones provinciales. Su objetivo es aumentar la eficiencia en la prestación de determinados servicios públicos (alumbra- do inteligente, recogida de resi-

duos, gestión inteligente del agua, patrimonio inteligente, gestión de recursos turísticos, gestión energética de edificios, atención sociosanitaria...) y ofrecer una mayor calidad de vida a los ciudadanos, así como potenciar el desarrollo social y económico de la comunidad, permitiendo generar empleo en las zonas rurales para profesionales y empresas que se encarguen de desarrollar soluciones relacionadas con el uso de sensores de Internet de las Cosas (IoT).

Más servicios electrónicos

—El impulso a la Administración digital es otro de los retos de su departamento. ¿Qué medidas concretas pondrán en marcha durante esta legislatura?

—Tenemos tres grandes líneas de trabajo. La primera es mejorar y ampliar el catálogo de servicios electrónicos para los ciudadanos, tratando de hacer más cómodo para los ciudadanos relacionarse telemáticamente con la Junta de Castilla y León. En segundo lugar, estamos trabajando en las adaptaciones tecnológicas necesarias en la Administración autonómica para evolucionar hacia un puesto de trabajo digital que facilite la modalidad de trabajo no presencial de los empleados públicos, la movilidad y el trabajo colaborativo. Y, por último, reforzaremos las actividades formativas sobre el uso de las TIC para mejorar las competencias digitales de los empleados públicos.

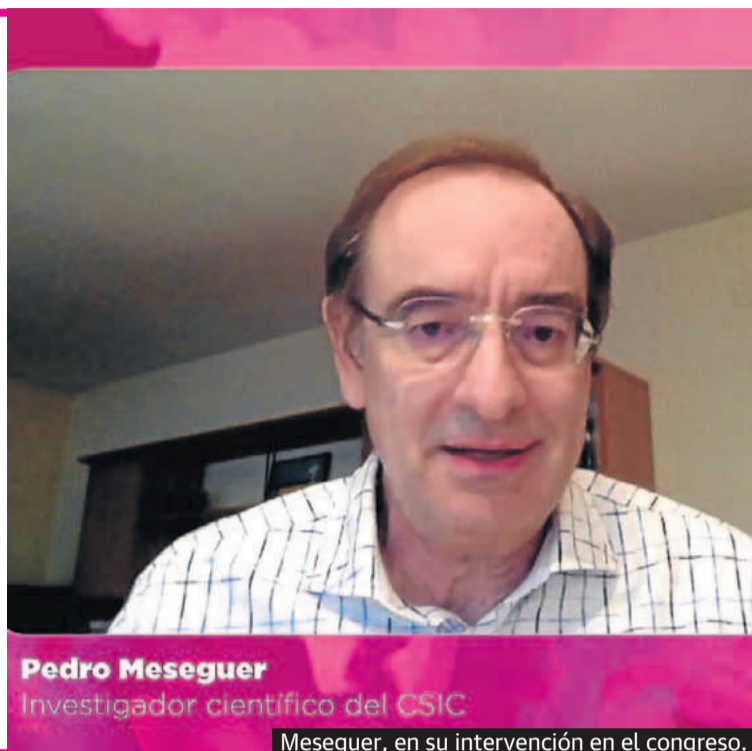
—¿Está prevista alguna iniciativa para ayudar a incorporarse a este mundo a las personas que carecen de los conocimientos suficientes o la tecnología precisa?

—Desde 2012 la Junta de Castilla y León desarrolla el Programa Castilla y León Digital (CyL Digital), cuyo objetivo es formar en competencias digitales a los ciudadanos, a través de la realización de actividades de sensibilización, formación y asesoramiento en el uso de las tecnologías, tanto en modalidad presencial como 'on-line' (www.cyldigital.es). Los destinatarios de este programa son aquellos colectivos con mayores dificultades de acceso a la Sociedad de la Información: mayores, desempleados, personas con discapacidad, inmigrantes, menores, etc. Estas actividades se desarrollan en los Espacios CyL Digital que la Junta tiene en las nueve capitales de provincia y se complementan con una Red de Centros asociados al programa, que permiten ampliar la cobertura al entorno rural. Junto a la formación del programa CyL Digital, en 2018 se puso en marcha el proyecto 'TuCertiCyL', que es una certificación de competencias digitales para la ciudadanía con el principal objetivo de mejorar su empleabilidad.

«La Inteligencia Artificial va a estar cada vez más en nuestras vidas»

Pedro Meseguer, investigador científico del CSIC, abre el debate sobre su integración a la sociedad en su conjunto, no solo a los políticos

J. D.



Pedro Meseguer
Investigador científico del CSIC

Meseguer, en su intervención en el congreso.

Son muchas las distopías que esbozan un mundo gobernado por máquinas o, cuanto menos, en el que su presencia es casi preponderante con respecto al ser humano. Sin embargo, en este 2020 loco, provocado por la covid, todavía no se han rebelado. Y no tienen por qué hacerlo, ya que, como incidió Pedro Meseguer, investigador científico del CSIC en

el Instituto de Investigación en Inteligencia Artificial, el futuro ha de venir marcado por un debate en la sociedad sobre cuál ha de ser su alcance. «Hay que tomar postura en cuestiones éticas de la IA (Inteligencia Artificial) en concreto y de la tecnología en general», afirmó en su ponencia en el Congreso R-evolución 5.0.

En contra de los esbozos futuristas propios de la ciencia ficción, «no hay que hacer algo por-

que la tecnología lo permita, sino que la sociedad, en su conjunto, tiene que decidir qué hacer o qué no hacer con lo que permita la tecnología». Así, por ejemplo, esta permite ya, de hecho, la existencia de robots asistenciales, del reconocimiento facial a través de cámaras situadas en espacios públicos o la creación de armas autónomas. Sin embargo, «su utilización tiene que ser valorada por la sociedad al completo, más que

por los gobiernos». La capacidad tecnológica es ya grande y la IA «cada vez va a estar más presente en nuestras vidas», opina Meseguer, que anima a dicho debate ahora, cuando aún hay una «falta de integración» efectiva.

IA débil o IA fuerte

Pedro Meseguer contextualizó algunas utilidades de la inteligencia artificial valiéndose de experimentos como Deep Blue, la má-

quina que ganó a Gary Kasparov, el mejor jugador de la historia del ajedrez, en 1996, o como Watson, otra máquina, que en 2011 ganó un prestigioso concurso de pregunta-respuesta de la televisión estadounidense. Forman ambas parte de la IA débil, aquella que se focaliza en tareas concretas. La IA fuerte, mientras tanto, es aquella de los films, la que intenta replicar la mente humana alcanzando estados mentales y de conciencia. La que centra el debate, en definitiva, así como la evolución, pues «los investigadores no saben todavía integrar tareas muy diferentes en una misma disposición». «La pregunta es si podrán construir una IA general que pueda resolver cualquier tipo de tarea», explicó Meseguer, que advirtió de las posibilidades de un uso perverso de la IA para, por ejemplo, crear 'fake news'.

En todo caso, para Meseguer, hay a quien «el complejo que hemos arrastrado» le podría hacer creer que los españoles no podemos construir inteligencias artificiales. Nada más lejos. «No estamos mal posicionados. En el mundo, EEUU y China son los más avanzados. En Europa, Francia, Alemania y Reino Unido están bastante por delante de nosotros. Pero el de Salamanca puede hacer cosas tan buenas como el de Oxford. Lo que hay es que ser profesional», concluyó.



"Cuchii Cuu" y "Beniju"

Jugadores profesionales de Clash Royale



Zidane 10

Jugador profesional de FIFA

Cuchii Cuu y Beniju, a la izquierda, y sobre estas líneas, Zidane.

Gamers, los profesionales del presente

Gaming. Zidane 10, jugador del FIFA, y Beniju y Cuchii Cuu, del Clash Royale, se enfrentan a jugadores amateurs

El entorno tecnológico ha abierto la puerta a aparición de nuevos profesionales en materias como los videojuegos. Por segundo año consecutivo, los gamers cerraron el Congreso R-evolución con una exhibición entre varios jugadores de lo más alto del escalafón nacional y aficionados que pusieron a prueba su nivel ante ellos.

Zidane 10, profesional que integra el McDonald's Riders, equipo de FIFA, probó la última edición del videojuego de fútbol por

autonomasia y testó algunos de los cambios que incluye, como el menor ritmo de los futbolistas o las mejoras gráficas instauradas por EA Sports. Le sirvió, además, para reencontrarse de forma totalmente insospechada con Miguel, otro amante del FIFA al que se enfrentó en múltiples ocasiones en sus inicios y que salió ganador del sorteo que determinó los enfrentamientos.

Fueron tres los partidos en los que Zidane 10 trató de entretejer a los espectadores, y en el primero, ante Miguel, pasó apuros: empataron a uno tras un gol temprano del retador aficionado. El segundo, Álvaro, pagó los platos rotos y cayó por 4-0, en un duelo en el que se enfrentó Francia... contra Francia, porque esto tienen los videojuegos, que se puede ver un 'partido espejo'. En el tercero, el Real Valladolid de Zidane 10 se enfrentó a la España de Álvaro, y en dicho envite, disputado en dos partes de cuatro minutos cada uno, se vio cómo las diferentes estadísticas y cualidades de base de los equipos y futbolistas pueden determinar un resultado: pese al dominio de Zidane 10, Álvaro mantuvo hasta el pitido final el 0-0.

Como destacaba Seniki, caster (narrador) de grandes eventos de gaming, que puso voz a los partidos, este sector se encuentra en crecimiento, gracias a unas «bases asentadas» que permiten ver en este sector un próximo 'boom'

incluso mayor, debido a que está irrumpiendo con fuerza no solo en redes sociales como YouTube o Twitch, sino también en televisiones de todo el mundo. Su fuerza se ha podido ver incluso en directo, llenando grandes estadios en otros lugares del mundo, algo que, debido a la covid, no se podrá ver en el corto plazo, circunstancia que señaló Zidane 10.

Estrategia importante

El otro juego que contó con partidas entre profesionales y amateurs fue el Clash Royale, 'veterano', pues lleva ya cuatro años en el mercado. Consiste en una batalla con cartas que representan elixires y guerreros, y en el que se busca acabar con las tres torres del rival a través de ataques. Y la estrategia es importante, ya que en función de las cartas propias y de las que pueda tener el rival, las torres serán mejor defendidas o atacadas en función de si son dragones, gigantes, magos, guerreros, mineros o pescadores, entre otros, los elementos a los que recurren.

En cuatro partidas al mejor de tres, Cuchii Cuu y Beniju, dos profesionales integrantes del Team Queso, el principal equipo profesional de este videojuego, hicieron las delicias incluso de sus rivales, puesto que no todos los días uno se enfrenta en una partida online a sus referentes, como ellos son, en una profesión que no es del futuro, sino ya del presente.

AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID

CHARO CHÁVEZ. Concejala de Innovación, Desarrollo Económico, Empleo y Comercio

«INNOVACIÓN Y CONOCIMIENTO SON LAS BASES DEL PROGRESO DE LAS CIUDADES»

La concejala Charo Chávez asegura que el Ayuntamiento de Valladolid trabaja para que las personas sean «el centro del cambio» y sus principales beneficiarias

—¿De qué modo estimula la innovación una administración como el Ayuntamiento de Valladolid?

—Nuestro compromiso es profundizar en el sistema local de innovación poniendo en movimiento el engranaje de tecnología, medio ambiente, transparencia, participación ciudadana y colaboración público privada para convertir la ciudad en espacios sostenibles, innovadores y eficientes, en los que el ciudadano sea el centro del cambio y su principal beneficiario. Para ello, desde la Agencia de Innovación se trabaja con una metodología de innovación abierta. A efectos prácticos, se proporciona a las pymes y 'start-up' espacios físicos y virtuales en los que pueden generar sus creaciones. Pretendemos, de una parte, poner en valor los resultados de los proyectos demostradores de las empresas y centros tecnológicos de Valladolid, exponiendo las soluciones innovadoras implantadas en dichos proyectos, y facilitando así su acceso al mercado; y de otra, centrar la Agencia como punto de encuentro entre la innovación local y las necesidades de las pymes y fomentar la colaboración intersectorial y el desarrollo de las empresas.

—¿Cuáles son los principales objetivos de su área en materia de innovación para este mandato?

—Aquí llevamos acciones muy importantes que fomentan el empleo estable y de calidad, especialmente entre los desempleados y los colectivos con mayores dificultades de inserción. Apoyamos también a los emprendedores y, con especial interés, la transición hacia una economía más circular en el municipio, como nueva oportunidad de actividad económica y empleo. Estamos empeñados en impulsar la retención, atracción y retorno del talento. Y en materia de innovación la ciudad es líder en proyectos Smart City de contenido tecnológico y social, de alta repercusión directa sobre el ciudadano, especialmente en la movilidad sostenible y la eficiencia ener-



La concejala de Valladolid Charo Chávez, con el reflejo del Ayuntamiento de fondo. Henar Sastre

gética, como Remourban, Urban Green Up o S2city. Se desarrollan nuevas iniciativas en el ámbito de la innovación social y nuevos usos de las TIC como la 'gamificación' y el 'Big Data', con dos nuevos proyectos europeos (InLife y Transforming Transport) que tendrán a Valladolid como laboratorio urbano. Asimismo, continúan proyectos de cooperación territorial como Cencyl+ y su red de ciudades sostenibles. Y estamos trabajando en el uso de la ciudad como 'Living Lab', como laboratorio abierto para la innovación, dentro de la Estrategia de Innovación y Digitalización de la concejalía. La gestión de los proyectos con fondos europeos ha permitido la coordinación con instituciones supranacionales y centros tecnológicos, y la dinamización de proyectos que revierten directamente en la calidad de vida de la ciudad. El balance neto es extremadamente positivo para todos los actores relacionados.

—¿Qué plazos hay para lograrlos?

—En esta legislatura queremos dar un gran impulso a la innovación. Hay que sentar primero unos bu-

«Hay muy buenas ideas que carecen de espacios para ponerse en marcha y altavoces para ser conocidas»

nos mimbres, generando un ecosistema de innovación desde la administración local, creando alianzas con las empresas, la Universidad y otras instituciones, y aprovechando los fondos europeos.

—¿Se puede aplicar la innovación a todos los sectores económicos?

—La innovación no tiene por qué estar siempre asociada a la invención, lo novedoso, la tecnología. En ocasiones basta con mejorar o simplificar procesos de producción, de logística, diseño, marketing, etc. Por tanto, es extensible a toda actividad económica.

—¿Comparte que «las buenas ideas son muy escasas y hay que hacer un esfuerzo por encontrarlas», como dijo hace días el portavoz del equipo de gobierno?

—Creo que, en realidad, hay muy buenas ideas que no cuentan con espacios para ponerse en marcha y altavoces para ser conocidas. Convencidos del enorme talento que hay en la ciudad estamos trabajando para promover la creatividad, acompañar iniciativas para su viabilidad y acelerar esos proyectos para el emprendimiento.

—¿Se enmarca en esto el Programa de Retorno del Talento?

—Desde luego. No podemos seguir soportando la sangría de población de los últimos años, tenemos que evitar que se nos vayan los jóvenes, los necesitamos para construir futuro. Pero no solo esta iniciativa es importante; las em-

presas deben ser más competitivas y resilientes y para ello necesitan atraer y retener talento.

—Su área también gestiona el apoyo a la economía del conocimiento. ¿Cómo se materializa esto?

—La innovación y el conocimiento, apoyados en la tecnología, son las claves sobre las que basar el progreso de las ciudades en los próximos años, haciendo más fácil la vida de los ciudadanos, logrando una sociedad más cohesionada y solidaria, generando y atrayendo talento humano y creando un nuevo tejido económico de alto valor añadido. Esta misma línea es la seguida por un proyecto de ordenanza municipal, 'Valladolid Lab-Ciudad Escenario Demostrador', que aspira a incorporarse a la European Network of Living Labs (ENoLL) y tiene el objetivo de fomentar los proyectos en fase incipiente o de prueba piloto que requieren ser testados para llegar al mercado. Además se está produciendo un salto cualitativo hacia una nueva movilidad urbana y metropolitana. Nuestra ciudad está en constante evolución en pos de

«Valladolid sigue apostando por la colaboración y por ser inspirados e inspiradores de otras»

una movilidad segura, sostenible, electrificada y conectada. No solo ha aprobado el programa Valladolid Ciudad Verde durante el confinamiento; ha incorporado doce autobuses híbridos eléctricos a Auvasa y ha renovado la red inteligente de recarga pública de vehículos eléctricos. Como lo mejor es apoyarse en el conocimiento, buscamos alianzas con todo tipo de agentes involucrados en este ecosistema de innovación, como Data Economy España y Alastria.

—Valladolid es socia fundadora de la Red Española de Ciudades Inteligentes (RECTI) y miembro de la Red Innpulso de Ciudades de la Ciencia y la Innovación. ¿Compartir el conocimiento es clave para avanzar?

—Compartir conocimiento entre ciudades es clave: experiencia, resultados, aciertos y errores. Soluciones tecnológicas que en una ciudad son un éxito en otra pueden no colmar las expectativas. En la contratación pública los pliegos técnicos son la herramienta para concretar ideas y proyectos y el cruce de información facilita llevarlos a buen puerto, evitar errores o ineficiencias ya constatadas por otras ciudades y sobre todo unir experiencia y expertos. Valladolid sigue apostando por la colaboración y por ser inspirados e inspiradores de otras ciudades.

Digitalización

—¿La digitalización es una oportunidad económica para una ciudad como la nuestra?

—Por supuesto. Hay informes que revelan que solo el 30% de las empresas de la UE con menos de diez empleados han adoptado tecnologías digitales, mientras que esta proporción aumenta al 79% para las empresas con más de 250 empleados. Cerca del 60% de las firmas digitales de España aseguran haber incrementado sus empleados en los últimos tres años, comparado con el 52% de las no digitales. Y el salario medio es 1,2 veces mayor en las compañías digitales. España presenta un comportamiento en comercio electrónico por debajo de la media de la UE, sobre todo en el caso de las micropymes de menos de diez empleados, que son la mayoría del tejido empresarial de nuestro país. Es preciso por tanto acelerar la digitalización de las empresas. Por ello se trabaja en una convocatoria enfocada a estos fines.

—El auge de la administración electrónica parece imparable, y más en tiempos de pandemia. ¿En qué punto se encuentra el Ayuntamiento de Valladolid?

—Hay un Plan Operativo de Digitalización 2020-2023 para apoyar la implantación de la administración electrónica, impulsando una nueva plataforma que permita que sea 100% digital.



Telefonica

Creemos en la innovación abierta

A través de **Wayra**, el hub de innovación abierta más global, conectado y tecnológico del mundo, creamos oportunidades de negocio para que las startups más disruptivas ofrezcan sus soluciones tecnológicas a Telefónica y nuestra red de más de 350 millones de clientes.



ADOP
Patrocinador
del Equipo
Paralímpico
Español