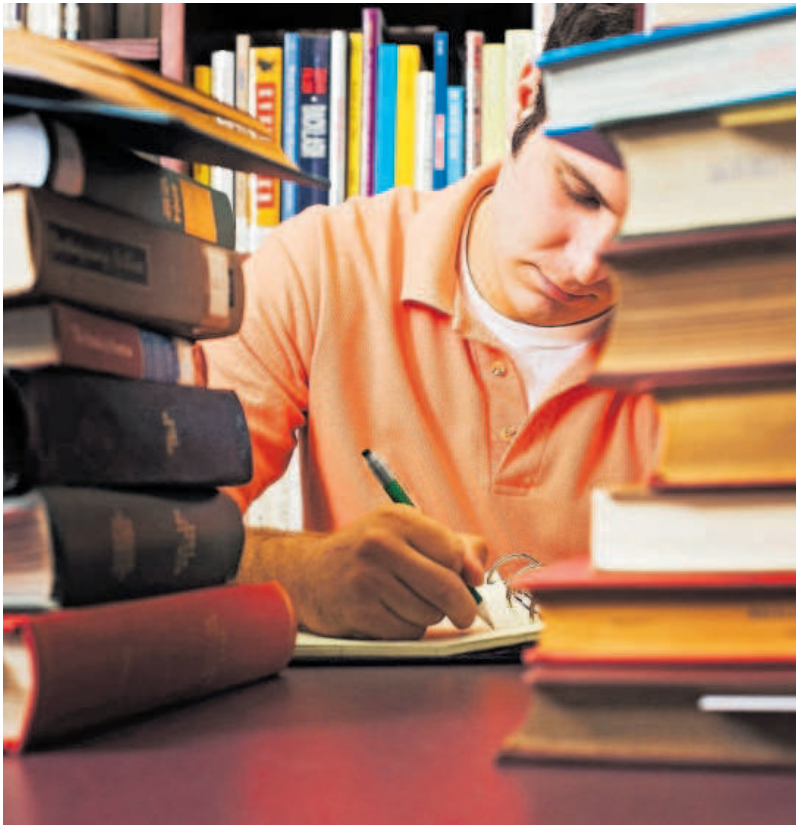




Pr: Otra
Tirada: 84.365
Dif: 57.328



FUSE (GETTY IMAGES)

Estudios humanistas que equilibran la digitalización

En un mundo donde la novedad tecnológica es omnipresente, la inclusión de grados en Humanidades pretende enfrentar sus impactos adversos

Miguel Ángel García Vega

Empecemos por un sencillo problema matemático: juntos, un bate y una pelota cuestan 1,10 euros. El bate cuesta un euro más que la pelota. ¿Cuánto vale la pelota? Casi todo el mundo responde, con rapidez, 10 céntimos. Y casi todo el mundo se equivoca. Quien lo haya pensado con calma habrá averiguado que la solución correcta es que la pelota cuesta cinco céntimos y el bate 1,05 euros. Este era el ejemplo que solía poner Daniel Kahneman (1934-2024), psicólogo y premio Nobel, para evidenciar la fragilidad de la intuición humana. En estas décadas en las que la tecnología quiere dominarlo todo, el pensamiento *lento* y humanista se ha vuelto indispensable para los directivos de organizaciones.

La filosofía forma parte del currículo obligatorio en primaria, ESO y bachillerato; las humanidades son una bisectriz que cruza la Universidad y las escuelas de negocio. “Cualquier época de cambio intenso necesita que, como seres humanos, reflexionemos sobre la dirección, la velocidad y las consecuencias de esas transformaciones. Tenemos que leer historia, ética y filosofía para decidir, de manera informada, sobre temas tan cruciales como la robótica o la IA”, observa Mauro Guillén, vicedecano de la escuela de negocios Wharton de la Universidad de Pensilvania (EE UU). Ningún centro de educación superior es ajeno a esta reivindicación del pensamiento *lento*. “La academia es reflejo de los intereses de la sociedad. Por eso, en los últimos años, las universidades americanas y europeas desarrollan estudios mixtos de filosofía, ciencia y tecnología. Muchos de los programas en ingeniería tienen un complemento en formato de diploma en filosofía”, resume José Manuel Mas, vicerrector de Política Académica y Profesorado de ESIC University. “Y no nos debe extrañar, por ejemplo, que IA y antropología se unan”, añade.

La escuela ESADE, con su grado en Liderazgo Transformador e Impacto Social, ha elaborado un programa que mezcla *management*, tecnología y filosofía. “Vamos a convivir con algún tipo de inteligencia no humana y esto

nos sitúa ante dudas filosóficas: cómo se comporta un sistema capaz de relacionar datos, crear conceptos y aportar ideas”, advierte Xavier Ferrás, profesor del departamento de Operaciones, Innovación y *Data Science*. La respuesta es recurrir a lo que nos hace personas: la cordesía, el respeto o la humildad. “Necesitamos profesionales competentes, compasivos [sensibles], comprometidos y conscientes”. Las cuatro C.

Cualquier época de cambio requiere reflexionar sobre la dirección, velocidad y efectos de dichas transformaciones

Existe una grieta en todas las cosas por donde se filtra la luz de la conciencia. Los consejos de administración abren la ventana a la epistemología. “¿Qué es, actualmente, la verdad?”. Bajo la algarada de las *deepfakes*, la IE University tiene su propia Escuela de Humanidades. En septiembre lanzó un grado en Humanidades y otro doble en Administración de Empresas y Humanidades. Y los 12 másteres de la escuela imparten una asignatura obligatoria —Pensamiento Crítico—, explica María José Ferrari, vicedecana de Asuntos Académicos del centro; se aborda la intersección entre *business*, ética y tecnología. Esta es su particular propuesta. “Un líder tiene que saber conceptualizar problemas y entender las decisiones de sus actos más allá de la repercusión en la propia empresa, y ver los efectos en su entorno”, detalla Ferrari. Ese pensamiento se imparte —entre otros— en el International MBA (IMBA), el Master in Management (MIM) o el Master in Digital Business Innovation (MDBI).

Pero igual que surge una fractura, existe una tensión entre tecnología y cultura. Esa cuerda estirada la revela Jaume Aurell, catedrático de Historia Medieval de la Universidad de Navarra. El líder debe saber que la técnica, admite, resulta repetitiva y mecánica. Y propone una comparación. “La diferencia entre un artesano y un artista es que el primero sabe de antemano el resultado de su trabajo; un artista, nunca”.

Cuidado de la creatividad

“Necesitamos líderes polivalentes y que sepan cuidar a los profesionales creativos porque la técnica tiende a dominarlo todo”, avisa Aurell. “Si una empresa se basa solo en ella, cuando llegan cambios, no sabe adaptarse, y si solamente dispone de creativos, puede convertirse en algo utópico”. A medio camino entre una escuela de negocios y una de filosofía, para *resolver* esta tirantez imparten el máster Gobierno y Cultura de las Organizaciones.

En esta intersección entre humanismo y tecnología existe un eco renacentista. “Desde nuestra fundación, allá por 1958, siempre hemos puesto al ser humano en el centro de la enseñanza”, observa Philip Moscoso, *associate dean* de Academic Affairs e Innovación del IESE Business School. Las humanidades, incluidas las cuestiones filosóficas y la ética, son transversales en toda la formación. “Una de las misiones de la escuela es tener un impacto positivo en la sociedad a través de los líderes y las organizaciones que dirigen, para eso transmi-

timos una serie de valores que responden a ese humanismo”, cuenta. Junto a esa línea transversal también aparecen programas cortos, de tres y seis días, como *Become a positive leader to accelerate positive change*, *Liderar equipos con propósito* y *Dignidad, diversidad y pertenencia*. “El directivo debe entender la tecnología como un fin, no como un medio”.

Suena parecido a esas ondas de baja frecuencia que el oído humano no capta pero afectan a su bienestar. “Difícilmente tendremos un líder si solo sabe analizar datos, no comprende para qué sirve una empresa y que su fin está lejos de ganar el máximo dinero. Al contrario. Debe contribuir a un mundo mejor”, subraya José Luis Fernández, director de la cátedra Iberdrola de Ética y Economía Empresarial en la Universidad Pontificia Comillas. Necesitamos un pensamiento *pausado*, desdeñar el mito tecnológico de la velocidad, o quedaremos en evidencia ante un problema matemático.

● Líderes que sepan escuchar

Lo extraordinario de las humanidades es que recurren a las palabras para dar claridad a tiempos oscuros. Laura Fernández, vicepresidenta de Personas y Organización de Seat, las tricotita, como pespunte en una tela, cuando borda la imagen de los líderes. “Necesitamos líderes humanistas, líderes que escuchen, líderes que ayuden a sacar lo mejor de las personas, líderes que estén en el ahora sin dejar de dedicar tiempo a explorar el futuro, líderes que no se dejen cegar por las tecnologías que surgen, líderes que crean en la diversidad, líderes que piensen en compartir, en la transparencia; en el equipo”. La firma automovilística ha lanzado un programa de ocho semanas dirigido a los 500 manager de la organización para interiorizar ese punto humanista. Mientras, la vicepresidenta recuerda las palabras del consultor Xavier Marcet: “El talento atrae el talento y la mediocidad atrae la mediocidad”. Esta frase también la firmarían en Indra. Pocas empresas reflejan mayor espíritu científico-tecnológico. Defensa, tecnologías digitales avanzadas, aeroespacial. Pese a este aparente círculo concéntrico, emplean —según la organización— a 400 profesionales titulados en Filosofía, Literatura, Historia, Arte, Sociología, Antropología, Traducción e Interpretación. Situados en todos los niveles de la empresa, los directivos renuevan sus conocimientos en estrategia, innovación, ética y cumplimiento, sostenibilidad o gestión del talento. Luz verde, desde un faro, al final del embarcadero.