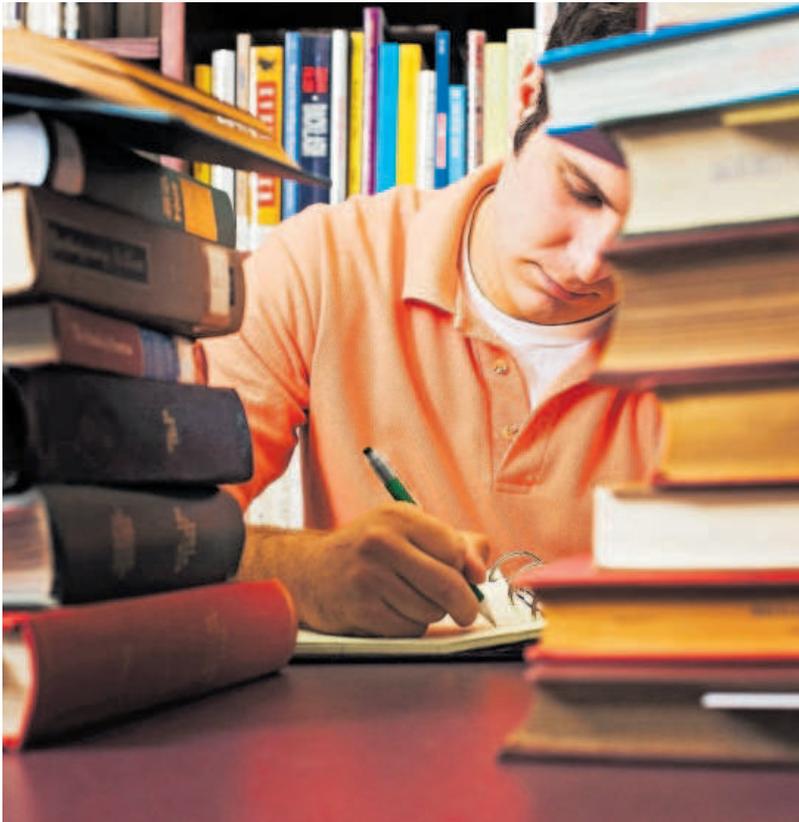




Pr: Otra  
Tirada: 84.365  
Dif: 57.328

Secc: OTROS Valor: 93.920,14 € Area (cm2): 807,0 Ocupac: 92,99 % Doc: 1/1 Autor: Miguel Ángel García Vega Num. Lec: 944000



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

**E**mpecemos 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 *mánager* 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.**