

Humanidades e Innovación

Joaquín Moreno Marchal



UCA

Universidad
de Cádiz

GESTIÓN DEL
CAMBIO

PROYECTO



HUMAN

*‘Puesta en **valor** del conocimiento de la
UCA en el ámbito **de las Humanidades**’*



FONDO EUROPEO
DE DESARROLLO
REGIONAL



Plan Nacional de I+D+I (2004-2007)



Crear valor

‘Apertura mental a la diversidad’

Impacto social



¿IMPORTA DE LA INNOVACIÓN?

Crecimiento e innovación

Previsión mundial crecimiento empresas
(5 años):

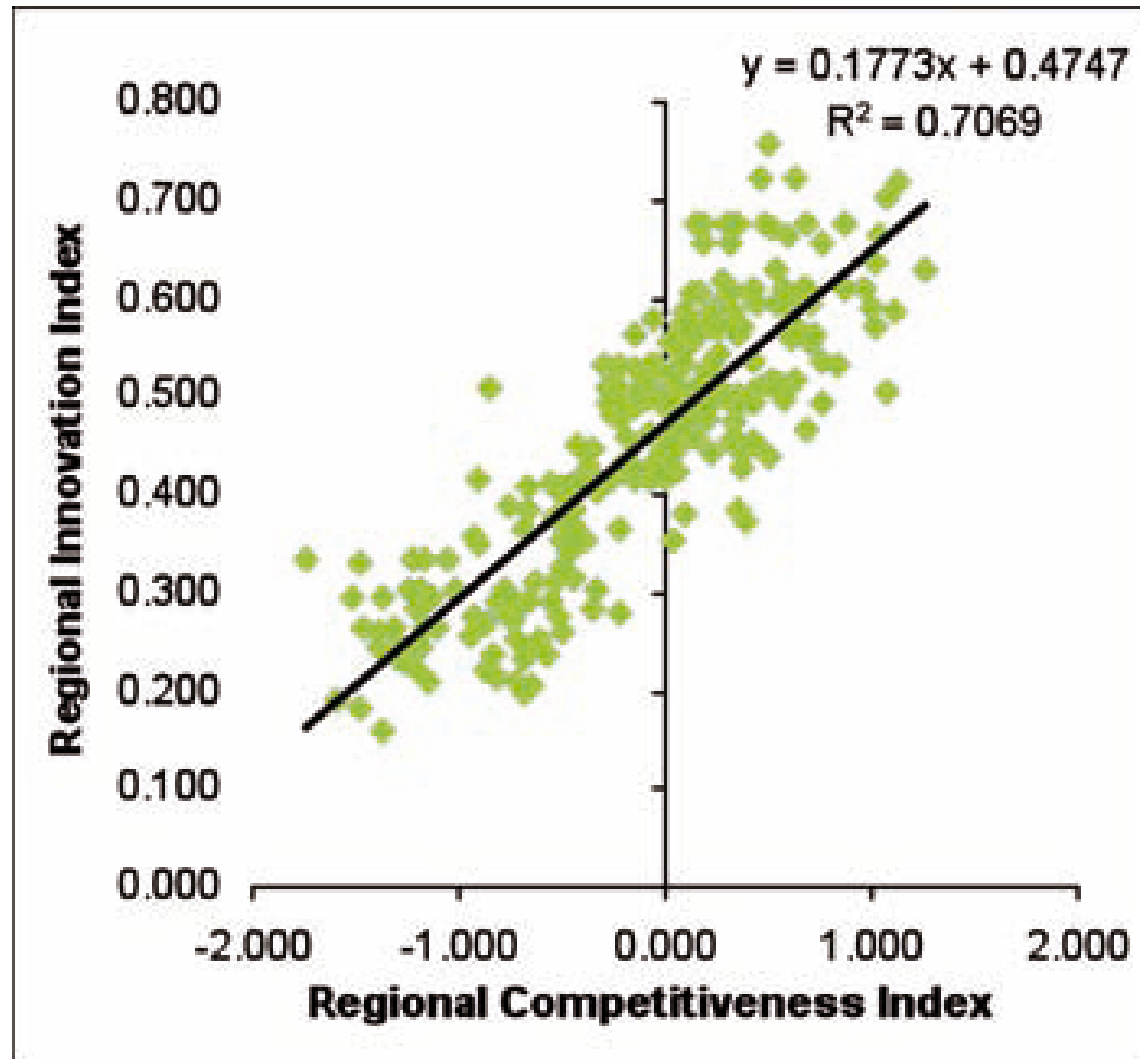
+ innovadoras (20%): 62%

- innovadoras (20%): <20,7%.

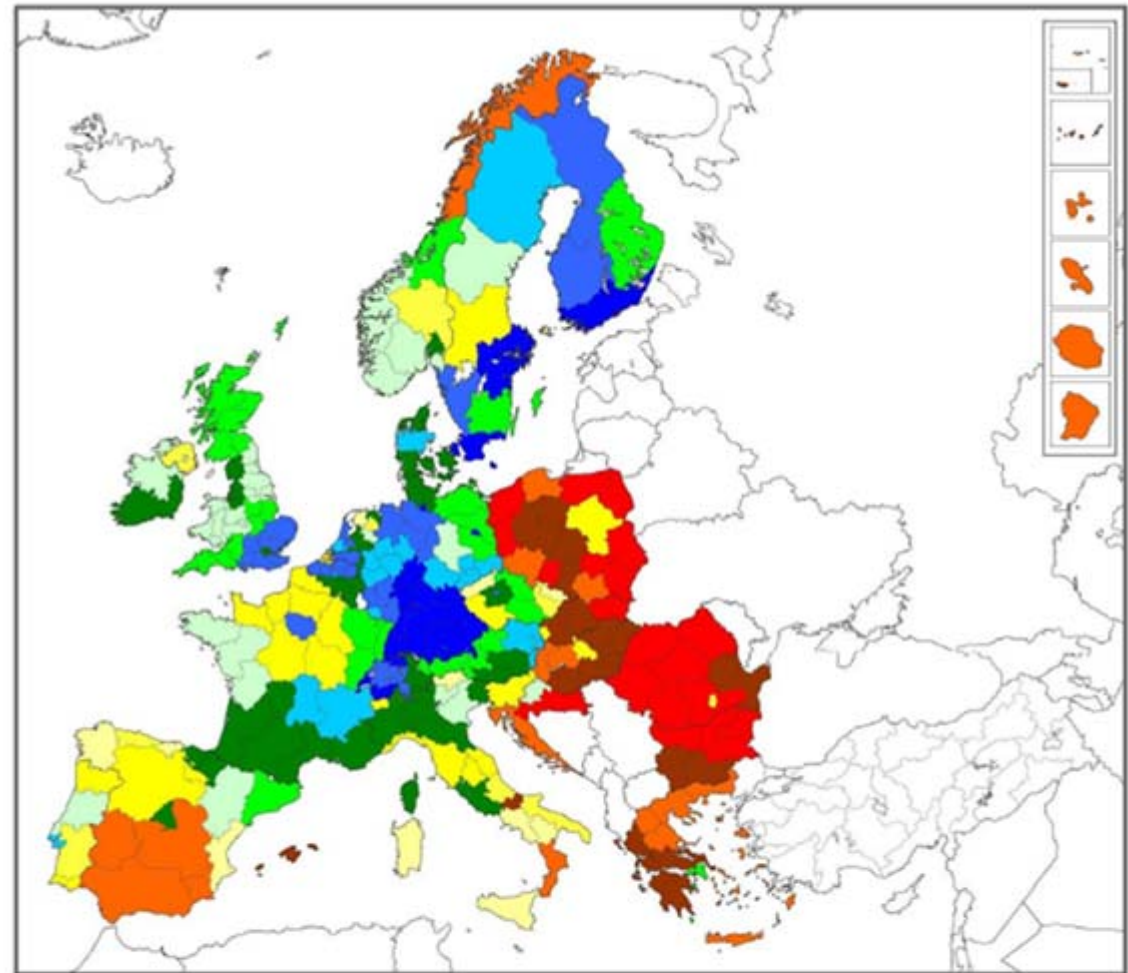
Encuesta Mundial de Innovación 2013, PwC, opiniones de 1.757 ejecutivos de empresas de más de 25 países. Ref. Revista DYNA Management, Oct 2013

<http://www.revistadyna.com/Canales/Ficha.aspx?IdMenu=0072bd32-0de8-4bcc-8428-72b40b04ac04&Cod=a589c200-1ea7-4134-85fc-2be3eee75d3b>

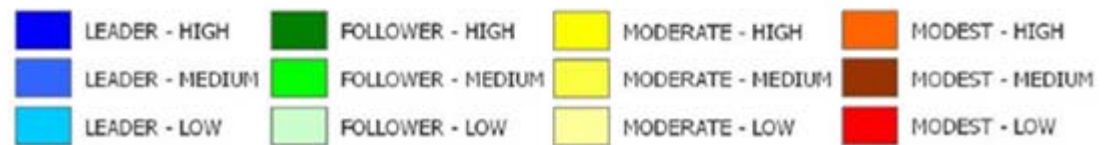
Innovación y competitividad



Innovación y regiones



Ref. Regional Innovation
Scoreboard 2012





El maridaje con la Tecnología:
la Tecnología afecta a la(s)
Humanidad(es)

**HUMANIDADES PARA
COMPRENDER LA TECNOLOGÍA**



Telegrafía (*tele* (τηλε) = lejos
y *graphos*(γραφειν) = escritura) **sin hilos**

1897



Locos años 20
EAJ-1 Radio Barcelona



facebook

Facebook te ayuda a **comunicarte** y **compartir** tu vida con las **personas que conoces**.





Internet de las cosas

Dispersión

Intangibles

Comunicación

Redes

Compartir

Intimidad

Transparencia

Contactos

Me gusta

Propiedad Intelectual

Nube

Virtual

Jugando con las gafas Oculus, el pasado mes de septiembre en la feria Eurogamer de Londres. / MATHEW LLOYD (BLOOMBERG)

MULTIMEDIA

El País, 27/3/2014

Facebook se pone las gafas

Zuckerberg compra por 1.450 millones de euros las lentes de realidad virtual
Humanidades e Innovación, Joaquín
450 millones de euros
se utilizará como plataforma de comunicación





<http://rosalindwilliams.com/>

‘el conocimiento humanístico
es ahora más importante que
nunca....porque los cambios
tecnológicos que estamos
viviendo no funcionarán si no
hay un profundo conocimiento
cultural detrás’

(Rosalind Williams, MIT, ex-Directora del
Programa de Ciencia, Tecnología y
Sociedad.

Diario El País, 14/7/2004)

Un ejemplo: IDEO





Humanidades e Innovación. Joaquín Moreno. Premios HUMAN 2014



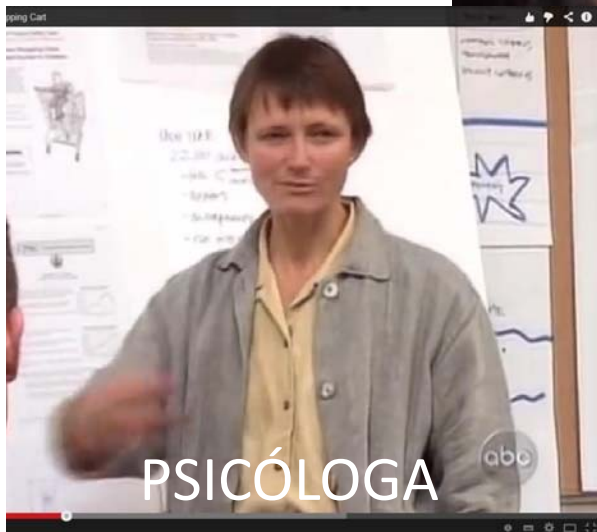
BIOLOGO

COORDINADOR

Design Thinking



LINGUISTA



PSICÓLOGA



EXPERTO EN MARKETING



MBA

Humanidades e Innovación. Joaquín

<http://www.youtube.com/watch?v=M66ZU2PClCM>





¿Cómo dar a conocer lo nuevo?
Transformar el valor en mensaje

INNOVAR SUPONE COMUNICAR



movex CENTRO TECNOLÓGICO DE LA PIEL

empiel
empresas de moda y piel



Grupo de investigación
Semaínein



 **UCA** | Universidad de Cádiz

Humanidades e Innovación. Joaquín Moreno. Premios HUMAN 2014

A
E

En una hoja en blanco,
la imaginación no tiene límites.
Es la oportunidad de crear
algo realmente único.

Es como y te. Audi Sport men cinco dime fluid: las m cona depo. com: ble c prácti

El / la to know la ma ría, g comp es mar del el están i artesa asistem- separa: clase c motore refinad nera: el (150 K multine sólo 12 por km deporto solucior por eje rección .

El dis
A princi Audi pr Internaci Automóv prototipe concept , caracterís Sportback con resp serie eran sobre roc ópticos, Singlefan de aire, e exteriores habitaculo del A7 Spc al prototip automóvil de Audi su gran medi culos de p práctica po una fortale marca: mo do de apo

Directiva y todos los departamentos de la empresa a las ideas de los diseñadores.

El Audi A7 Sportback es una escultura móvil: un gran coupé de cinco puertas de cuerpo deportivo y proporciones armoniosas, con un alargado capó del motor, batalla larga y voladinos cortos. Con él, Audi la marca líder en el diseño

retos: las supuestas pequeñas pones de manifiesto las exigencias de perfección de Audi: en la pronunciada línea de cintura con su pequeño y uniforme radio, en la tensión armónica de las superficies, o en las zonas especialmente críticas, en las que se encuentran dos bordes como, por ejemplo, en el área de confluencia de la línea de cintura con el recorte de las

diseñadores de Audi logran nuevamente una aléfrica estampa de exquisitez estética y de elegancia a lo grande. El coupé de cinco puertas mide 4,97 metros de largo, 1,91 metros de ancho y tan sólo 1,42 metros de alto. El largo capó del motor, el montante trasero de trazo fluido y deportivo, así como la zaga de pronunciada pendiente le confieren una silueta

mento más marcado es el wrap-around, una línea horizontal y arqueada que envuelve al conductor y al acompañante. El arco arranca en el lado del conductor y discurre por el tablero de instrumentos hasta la puerta del copiloto. El tablero de instrumentos incorpora una moldura ondulada, que crea una gran tensión.

de relieve el mismo con el que Audi cuida hasta el mínimo detalle en la construcción de sus coches, con un acabado de calidad a nivel artesanal. Nuevos materiales de primera calidad como, por ejemplo, los paneles de madera en técnica multicapa seducen los sentidos; a petición, una iluminación ambiental se ocupa de realzar el interior. Los asientos delanteros vienen equipados opcional-

mente MMI, aún más perfeccionado, se incluye de serie; como equipamiento opcional puede adquirirse un Head-Up-Display que se encarga de proyectar contra el parabrisas las informaciones más importantes. El sistema de manejo MMI touch combina un sistema de navegación con disco duro con el vanguardista confort de la introducción de datos mediante un touchpad.

con funciones de masaje. puede adquirirse con el ajuste individual de los asientos. de cinco puertas combina un confort en largos con un tempera- portivo. En el el nivel de ruido bajo a altas velo- al acelerar, los anen de mani- potencia trase- El excelente acústico obte- ce a modernos nstructivos, a la cación de sofis- teriales como sicoefibra, y a la sistemática de multifuncionales volventes pas- tirruído y los os de los bajos.

iente refi- la carroce- excelentes les

ambiente con- ién el excelen- sportamiento Este resulta ejo ajuste de componentes la sistemática en hidráulicos de los ejes ja, en combi- na carrocería Esta última en gran par- o y acero de lógico resul- mente ligera El maletero ergo portón la apertura, rga cómoda echamiento mismo. Su es de 535 ando hasta batir el res- asientos




Sportback edito nivel técnica con i lógica e sistema de



Nuevo Audi A7 Sportback.

Sólo la imaginación podía desafiar el concepto coupé para crear una nueva categoría: el nuevo Audi A7 Sportback, que combina la fascinante línea deportiva de un coupé, el confort de una berlina y una sorprendente versatilidad. La imaginación es así. Innovadora. Original. Sin límites. www.audi.es/a7

Audi A7 Sportback de 204 a 300 CV. Emisión CO₂ (g/km): de 139 a 190.
Consumo medio (l/100 km): de 5,3 a 8,2.

A la vanguardia de la técnica 



www.renault.es / 902 329 900



DRIVE THE CHANGE



EL MEJOR MOTOR PARA GANAR EN F1 SON LAS PERSONAS.

RED BULL RACING RENAULT HA GANADO LOS CAMPEONATOS MUNDIALES DE PILOTOS Y CONSTRUCTORES DE FÓRMULA 1, OTORGANDO A LOS MOTORES RENAULT SU 8º TÍTULO DE PILOTOS Y SU 9º TÍTULO DE CONSTRUCTORES*.

*Sujeto a publicación de resultados por la FIA.

El negocio de inventar nombres

Un poeta español triunfa creando denominaciones como Amena, Opencor y Faunia

ANTONIO JIMÉNEZ BARCA

A Fernando Beltrán le contrataron hace años porque a un sitio recién inaugurado no iba nadie.

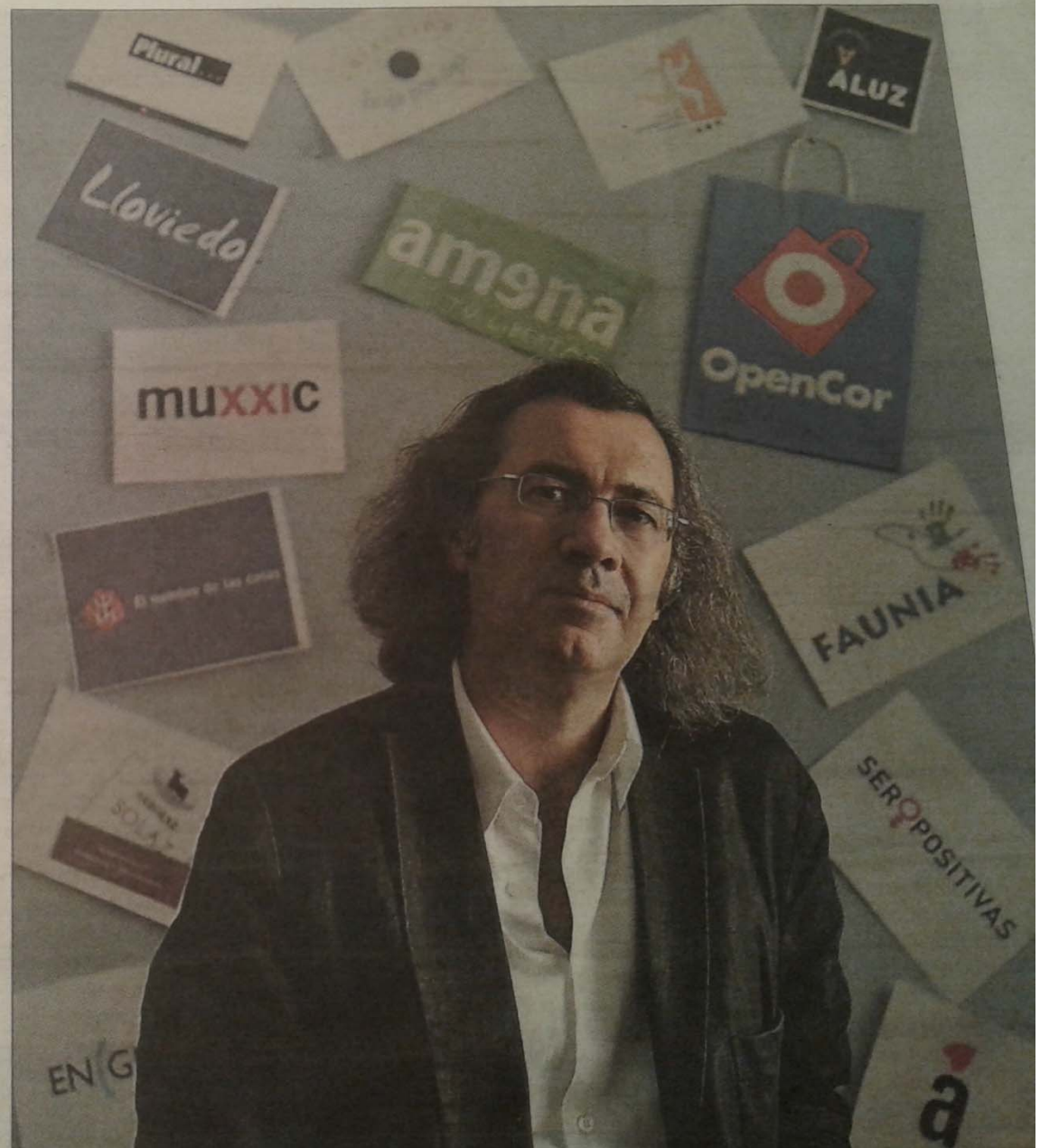
Ni familias, ni niños, ni turistas, ni nadie. "Se llamaba Parque Biológico de Madrid y sus responsables decían que o empezaba a ir gente o cerraban en unos meses. Yo acudí temiéndome lo peor: me imaginaba un lugar aburrido... Y resulta que allí había una casa llena de mariposas, un Polo de porte en miniatura con pingüinos de verdad, una miniselva en monos... ¡Era estupendo! Pero que **¿qué padre lleva a su hijo pequeño a algo llamado Parque Biológico de Madrid?** El nombre fallaba, sin duda. Así me puse a trabajar. Y les propuse el que tiene ahora: **Faunia**. Ahora va más gente. No han cerrado".

Fernando Beltrán, de 50 años, poeta. Ha publicado más de una docena de libros. Una antología de sus poemas ha sido traducida al francés. Su último trabajo, *La voz no muere*, acaba de sa-

principio hasta tenía que ocultar a algún director de empresa que yo era el único miembro de mi empresa, o que era poeta, porque no sonaba demasiado serio, o citarle en vestíbulos de hotel, porque me daba un poco de apuro quedar en la habitación del piso alquilado donde instalé la oficina. Mis amigos me decían que lo dejara, pero yo aguanté... y entonces vino lo de Amena, y me salvé", recuerda.

Una compañía telefónica buscaba una marca para su división de móviles. Y contrató a una agencia de publicidad. Y ésta, a su vez, subcontrató a Beltrán para que le propusiera nombres. "Buscaban algo nuevo, dirigido al público joven, y pensé, para desmarcarme de las palabras inglesas que se llevaban por entonces, en una palabra española. Y les propuse Amena. Y para mi sorpresa, después de probarlo con gente de la calle, fue el elegido. No me proporcionó dinero, porque yo era un subcontratado, pero me abrió puertas. Me trajo más clientes".

Abandonó el tuguriete que no enseñaba a los directivos por vergüenza, contrató a una secretaria, consolidó su empresa, que se





Left brain

I am the left brain.
I am a scientist. A mathematician.
I love the familiar. I categorize. I am accurate. Linear.
Analytical. Strategic. I am practical.
Always in control. A master of words and language.
Realistic. I calculate equations and play with numbers.
I am order. I am logic.
I know exactly who I am.

Right brain

I am the right brain.
I am creativity. A free spirit. I am passion.
Yearning. Sensuality. I am the sound of roaring laughter.
I am taste. The feeling of sand beneath bare feet.
I am movement. Vivid colors.
I am the urge to paint on an empty canvas.
I am boundless imagination. Art. Poetry. I sense. I feel.
I am everything I wanted to be.

Humanidades e Innovación. Joaquín Moreno. Premios HUMAN 2014



Mercedes-Benz
The best of nothing.

La obra de arte como objeto

✚ ‘Valen por las experiencias que desencadenan al usarlas’

(Meninas, Espejos e Hilanderas
R. Sanmartín)



El trabajo del artista es dar
forma... a un *descubrimiento*

‘Será al finalizar la obra, cuando logre
saber lo que, al crear, ha conocido’
(Sanmartín)

El artista se acerca a los límites

‘trabajo en lo que no sé’
(Chillida)





III. OTRAS DISPOSICIONES

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

- 11617** *Resolución de 5 de noviembre de 2013, de la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación, por la que se aprueba la convocatoria para el año 2013 del procedimiento de concesión de ayudas correspondientes al Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016.*

“ La investigación en **Ciencias Humanas y Sociales** se contempla con un **carácter transversal** y formará parte esencial de la investigación científico-**técnica** a desarrollar en la búsqueda de estas soluciones a los retos de la sociedad ”



Creative Europe

European culture, cinema, television, music, literature, performing arts, heritage and related areas will benefit from increased support under the European Commission's new Creative Europe programme, which was approved by the European Parliament on 19 November and by the Council of the EU on 5 December 2013. With a budget of €1.46 billion over the next seven years – 9% more than current levels – the programme will provide a boost for the cultural and creative sectors, which are a major source of jobs and growth.

Humanidades e Innovación. Joaquín
Moreno. Premios HUMAN 2014


More information

[Legal basis](#)

[Communication](#)

[Frequently Asked Questions on Creative Europe](#)

[Participation of non-EU countries in the CE programme](#)

 [187 KB]

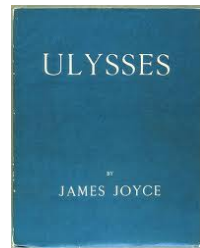
34

[Power Point](#)





Relacionadas con el Turismo y el Ocio



Viculación al territorio

Los valores de las empresas del Sector Cultural y Creativo

Crean significado

Crean identidad

Muy basadas en el conocimiento y la creatividad



Un ejemplo de espacio creativo

‘ Al atardecer se interpreta música.

Los amigos y los colegas se dejan caer para intercambiar ideas sobre planos, esbozos e innovaciones técnicas.

Van de visita los escritores y filósofos que, en sus viajes, pasan por la ciudad.



¡La bottega florentina del XV!
(La Ciencia de Leonardo, F. Capra, p.109)

Resumiendo

1. La creatividad y la innovación son recursos estratégicos
2. Humanidades para entender la Sociedad Digital
3. Humanidades para dinamizar e innovar
4. Construir espacios (educativos, empresariales...) creativos

Una conclusión:
¿Las Humanidades
Aplicadas?

¡Gracias!



joaquin.moreno@uca.es

<http://tep150.uca.es/>

<https://www.facebook.com/UCACrealab>