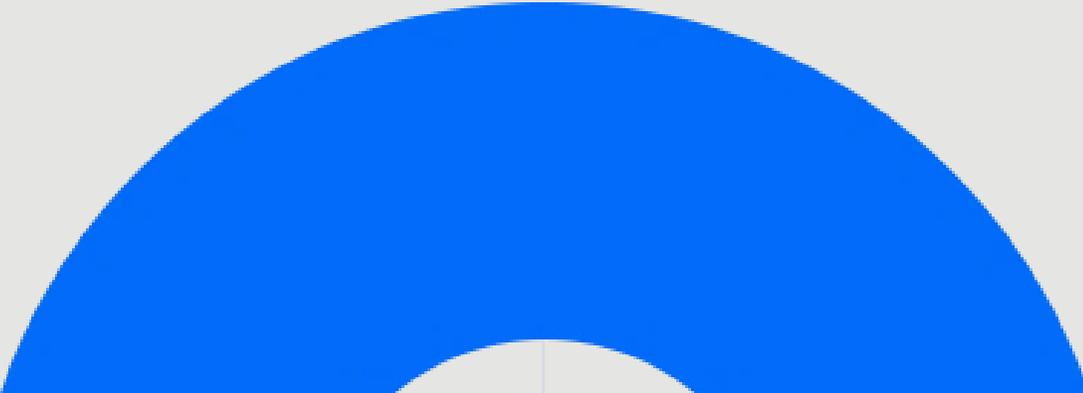
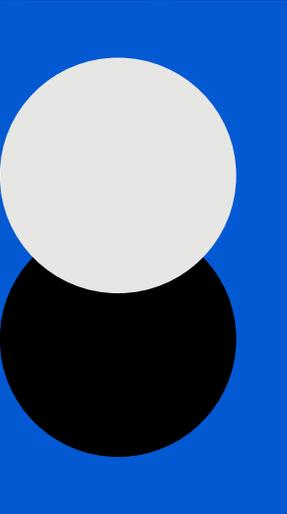
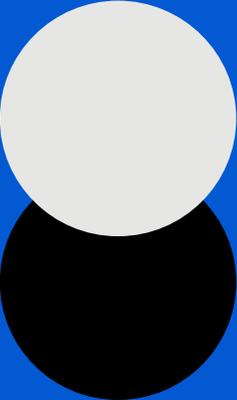




TRUST, TECH... ACTION!

**LA TECNOLOGÍA COMO
POSIBILITADOR DE LA CONFIANZA**



CONFIANZA ACCIONABLE

42.000 visitantes, más de 1.500 startups y 700 ponentes con presencia de 128 países.

Son las cifras de un Web Summit 2021 marcado por la vuelta a la presencialidad, que ha impregnado todas las charlas con un tono de punto de partida. Este año, más que nunca, se ha hablado de la responsabilidad que tiene la comunidad tecnológica para ayudar a resolver importantes desafíos sociales: la brecha digital como nueva medida de desigualdad, la urgencia climática o la libertad de los usuarios, entre otros.

Se espera que las empresas y marcas aborden estos retos de forma efectiva, y la tecnología se convierte así en aquello que hace posible la construcción de confianza en un mundo cuya transformación no podemos seguir retrasando.

Asistieron al Web Summit 2021 para contártelo:



LUCÍA
CARBALLEDA
Co-General Manager,
Edelman Spain



PATRICIA
OCHANDO
Strategy & Planning Director,
Edelman Spain



Trust, Tech... Action!

El mayor evento tecnológico del mundo reúne a la comunidad tecnológica –emprendedores, CEOs de las principales compañías del mundo y profesionales del marketing- con la intención de hacer un esbozo del futuro próximo en todos los sectores. Y todos los años está presente el mismo espíritu: **la responsabilidad de esa comunidad para diseñar la evolución humana**. Este año, esa responsabilidad estaba más presente que nunca. Tras un año de disrupción extrema en el que nuestra capacidad de colaboración ha sido puesta a prueba, la idea de ‘bien común’ es más tangible que nunca.

La disrupción crea incertidumbre, y **si la incertidumbre no se resuelve con información creíble, se destruye la confianza** en los líderes sociales. Lo hemos visto en nuestro [‘Edelman Trust Barometer 2021’](#), que reflejaba una caída en picado de la confianza en los líderes políticos, en los líderes informativos y en los líderes de las empresas.



No es casualidad que el sector tecnológico sea uno de los que **más credibilidad genera**. Confiamos en que la tecnología resuelva problemas importantes: en este Web Summit 2021 hemos podido ver cómo la tecnología puede ayudarnos a combatir el cambio climático o abrir nuevos horizontes en el campo de la salud.

Por eso hablamos de **confianza accionable**: la tecnología es un posibilitador de la recuperación de esa confianza, porque las empresas y las marcas pueden impulsar las innovaciones que permitirán crear cambios tangibles en el mundo, y recuperar el papel que les corresponde en la sociedad.

Estas serán las innovaciones tecnológicas que marcarán las líneas de actuación de esa construcción de confianza.



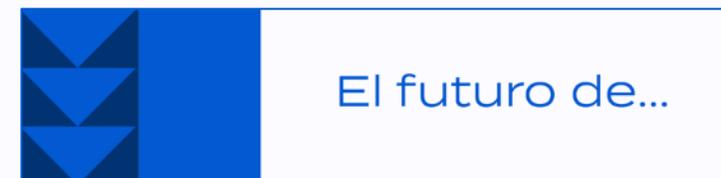
Una hoja de ruta hacia el futuro



Qué papel jugarán las comunicaciones para ayudar a las empresas y marcas a construir su capital de confianza



La tecnología como aliado para generar contribuciones que marquen una diferencia real



Innovaciones que van a configurar nuevas formas de hacer las cosas en múltiples sectores



Comunicación

A close-up portrait of John Witherow, Editor in Chief of The Times. He is a middle-aged man with short, wavy, light-colored hair, wearing glasses and a dark, textured jacket over a white shirt and a patterned tie. The background is a neutral, slightly blurred grey.

Ahora el foco está en la propia historia. Y ésta debe ser fiel a la verdad, pero también diferenciadora. La confianza lo es todo.

John Witherow,
Editor en Jefe, The Times



El periodismo de calidad tiene un brillante futuro por delante

Para, John Witherow Editor en Jefe del mítico The Times, el periodismo de calidad 'no necesita ser salvado'. En una inspiradora charla, Witherow expuso su manifiesto en el que defiende que, en contra de los discursos catastrofistas que piensan que la desinformación está acabando con los medios tradicionales, 'el periodismo serio tiene la oportunidad de vivir una edad de oro' con el **cambio al consumo de noticias digitales, el modelo de consumo por suscripción y los nuevos contenidos en vídeo y audio**, que están convirtiendo a un medio tradicional como The Times en un editor y difusor multimedia.

Durante la pandemia, The Times lanzó **Times Radio** con periodistas radiofónicos retransmitiendo 24 horas al día y periodistas de The Times en el rol de entrevistadores o entrevistados. **Este nuevo formato cuenta con 637.000 oyentes a la semana.**

La tecnología y los datos permiten ahora conocer a los lectores más que nunca, abriendo **nuevas formas de crear confianza al establecer relaciones más personales basadas en el diálogo entre los lectores y los autores.**

Antes el foco estaba en el periodista viviendo una historia; ahora está en la propia historia. Y ésta debe ser fiable y fiel a la verdad, pero también diferenciadora. **La confianza lo es todo.**



El poder de las comunidades

Jen Wong es COO de Reddit, una comunidad que se fundó hace 16 años, al mismo tiempo que Facebook. Su rol inicial era conectar a gente que tuviera las mismas inquietudes para tener conversaciones auténticas. Ahora cuenta con **50 millones de usuarios al día**, y disfruta de una salud excelente.

Durante la pandemia y el aislamiento, crear conexiones auténticas cobró más importancia que nunca y Reddit experimentó un crecimiento importante. **Las comunidades son un organismo vivo, que va cambiando a medida que la sociedad cambia:** así, durante la pandemia, más allá de las comunidades que se formaron en torno a la salud, hubo un interesante fenómeno de crecimiento de comunidades en torno al afeitado masculino, la cocina o las compras locales.

Precisamente por ello, Jen Wong, COO de Reddit, opina que el futuro de las comunidades es local. Como sabemos gracias a nuestro **Edelman Trust Barometer 2021**, las personas de mi comunidad local son en las que más confiamos que hagan lo correcto, sólo por debajo de los científicos. **Esas comunidades locales florecerán más allá de la globalización, como espacio seguro en el que desarrollar relaciones auténticas.**



Sin duda las comunidades, cuya fuerza reside en el sentimiento de pertenencia, esconden oportunidades para marcas y empresas, que deberán ganarse un lugar en ellas trabajando su capital de confianza.



web
summit

**Permanecer
culturalmente
relevante es la
moneda social de la
Generación Z**

Jaci Hays, COO FaZe Clan

Ganarse la confianza de una audiencia huidiza

Los omnipresentes **GenZ** estuvieron bajo el microscopio también aquí en Web Summit 2021. La comunidad tecnológica es el territorio natural de esta generación que escapa a todos los tópicos y cuyas claves todas las marcas quieren desentrañar. Claves sobre las que arrojó algo de luz **Jaci Hays, COO de FaZe Clan**, compañía de eSports con una audiencia de 350 millones en redes sociales, mayoritariamente GenZ.

Hays marcó **tres pilares para construir relevancia** en esta audiencia GenZ: la **comunidad**, base de su socialización, la **autenticidad** y la **tecnología**.

Los GenZ nunca han vivido sin tecnología, y el **gaming es su canal dominante**, un canal que ha evolucionado a territorio con sus propios creadores de contenido seguidos por millones. Si en Edelman decimos que para ganar confianza y resonar debemos integrarnos en la cultura, **este lugar es el epicentro de la cultura para los GenZ, aquí está su voz y su punto de vista.**



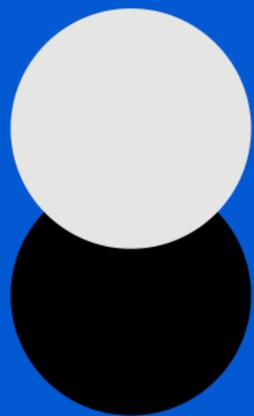


Una de tendencias: Marketing de influencers en 2022

De influencers a creadores	Data	Largo plazo	Inhousing	Co creación	Compra en directo	Contenido honesto	Imitando el modelo Disney
De influencers que son conocidos por quiénes son, a influencers que son conocidos por lo que hacen. Un cambio que implica cambios en la calidad y en la diversidad del contenido	El avance tecnológico seguirá incrementando las audiencias digitales y la posibilidad de medición, así como la elaboración de estrategias de más sofisticadas de campaña.	Las marcas en 2022 harán campañas que funcionen más a largo plazo, porque es más auténtico para la construcción de marca y permite crear relaciones más consistentes con las audiencias.	Las marcas con grandes presupuestos internalizarán el marketing de influencers para tener más control sobre el contenido de los creadores.	En mercados más maduros como China, los creadores consultan a las audiencias para crear sus contenidos.	Una tendencia incipiente que se estabilizará y madurará en 2022.	La pandemia nos dejó una multitud de creadores grabando desde su habitación de casa. Esta búsqueda de autenticidad permanecerá.	El enfoque es crear primero su personaje o contenido icónico, y después crear todas las oportunidades de monetización que se les ocurran en torno a esa propiedad intelectual.



web summit
NOVEMBER 1-4, 2021



Responsabilidad

A man with grey hair and glasses is speaking at a conference. He is wearing a dark suit jacket over a light blue shirt. He has a small microphone clipped to his shirt. His hands are raised in a gesturing motion. The background is a purple and blue grid pattern. In the bottom right, there is a blue box with white text. The text reads: "Debemos tener una conversación honesta sobre este sistema de valores que estamos fomentando, porque no vale cualquier cosa en nombre del entretenimiento". Below this, it says "Roger McNamee, co-fundador Elevation Partners". In the bottom left corner, there is the Edelman logo. In the bottom right, there is a large blue graphic consisting of two overlapping triangles. In the background, the words "web summit" are visible in a large, white, sans-serif font.

Debemos tener una conversación honesta sobre este sistema de valores que estamos fomentando, porque no vale cualquier cosa en nombre del entretenimiento

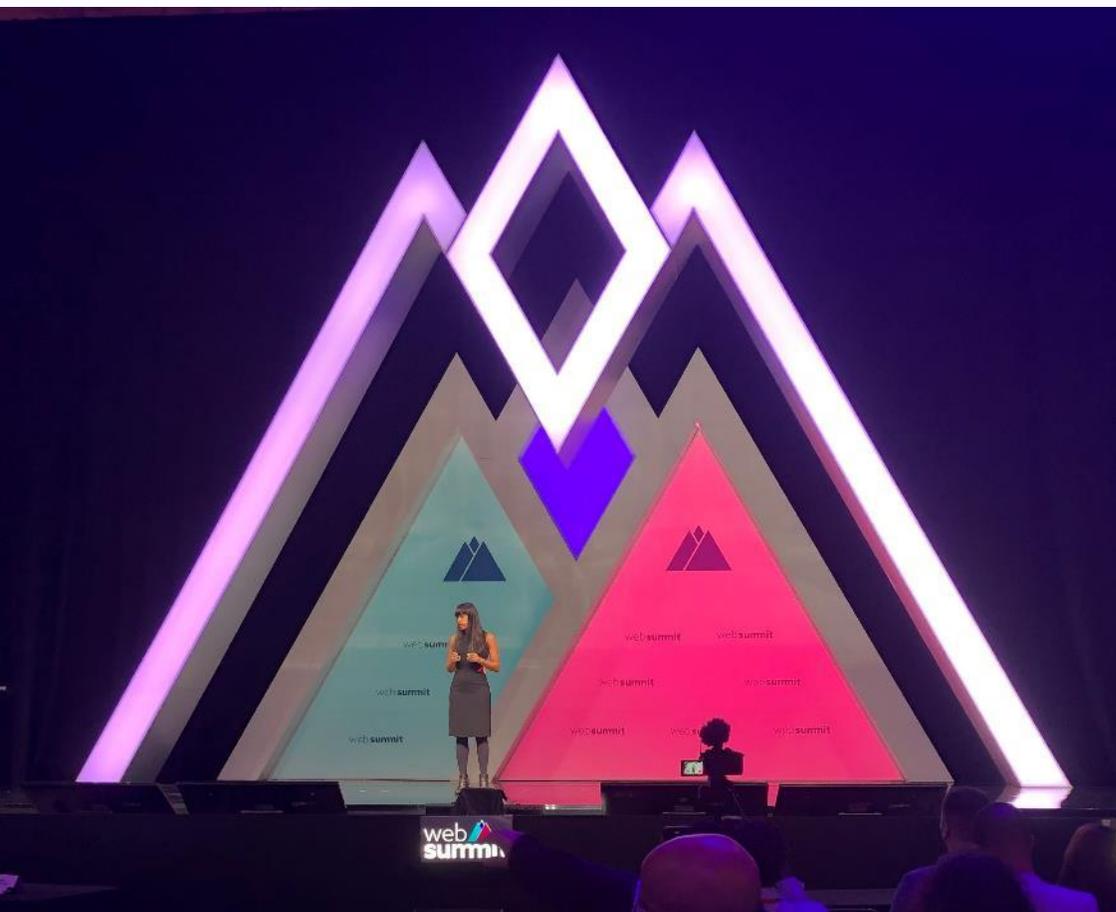
Roger McNamee,
co-fundador Elevation Partners

Liderar desde los cimientos

David Simas es el CEO de Obama Foundation, dedicada a conectar y empoderar a líderes de todo el mundo que desean mejorar el mundo trabajando desde los cimientos. Nos recordó la gran responsabilidad que conlleva tener el poder de influir sobre millones de personas. En una época en la que están apareciendo con fuerza el miedo, el tribalismo, el odio, es crítico que la comunidad tecnológica pueda garantizar la libertad de expresión y la 'libertad de alcance', y que solamente hablar sin miedo puede aumentar ese alcance.

Reflexionó sobre la polarización de las opiniones, y cómo la comunicación debe estar al servicio de tender puentes basándose en la empatía y el entendimiento. El desafío para todas las empresas y marcas, estará en seguir ocupándose de sus negocios mientras contribuyen a la lucha contra el racismo, la desigualdad de género o el cambio climático.





Inclusión y diversidad: sumar en vez de restar

La diversidad fue el denominador común de muchas de las charlas, tuvieran que ver con el talento interno o no. **La abrumadora conclusión es que la diversidad nos enriquece**, nos permite ver las cosas desde múltiples ángulos y llegar a soluciones más creativas y, sobre todo, más inclusivas porque representan a mucha más gente.

Los líderes de las empresas tienen la responsabilidad de dar cabida a esa diversidad y **convertir a las empresas en un lugar seguro para expresarse de forma auténtica**. No sólo porque es lo correcto, sino porque es la única forma de generar esa cantera de talento distribuido que lleva a la creación de algo nuevo.

Natasha Chetiyawardana, Co-fundadora de Bow & Arrow nos hizo reflexionar sobre un cambio de perspectiva: los que habitualmente ‘no encajan’ son los que desafían lo establecido y, por tanto, están más familiarizados con la disrupción y pueden empujar al resto a innovar.

**La digitalización puede
cambiar vidas al conectarte
a posibilidades que de otra
forma serían impensables**

'Gbenga Sesan,
Executive Director, Paradigm Initiative



La brecha digital, nueva medida de desigualdad

La pandemia ha acelerado la digitalización, pero también ha ensanchado la brecha digital para un 75% de la población que no accede regularmente a internet por falta de recursos o conocimientos.

Para Anca Bogdana, Head of Strategy en cLabs, todo comienza en la educación. Enseñar IA o machine learning en los países menos desarrollados digitalmente es importante, porque se van a necesitar esas habilidades en cualquier parte del mundo para seguir evolucionando tecnológicamente.

Para los menos desarrollados digitalmente, puede haber problemas añadidos como el aumento de la desinformación o los riesgos derivados de la privacidad de los datos. **Toda la economía digital está basada en la confianza, y ahora es tarea de todos restaurar la quiebra de esa confianza.** Para ello hay que empezar enseñando en los colegios el pensamiento crítico.

Y para resolver la brecha digital es necesaria una regulación colaborativa basada en unos principios y valores compartidos. Y el primero de ellos es poner las necesidades de las personas en el centro.



El futuro de...

El futuro de... Internet

Construyendo la web3

Descentralizada y distribuida, así será la nueva Web 3.0, que estará basada en blockchain para eliminar 'intermediarios' y garantizar un mayor control a los usuarios.

Web 3.0 es un movimiento tecnológico cuyo objetivo es conectar el software a los usuarios sin la necesidad de intermediarios, y permitiría **limitar el poder de las Big Tech** como Meta o Google. Basada en blockchain, la web 3.0 será más descentralizada, verificable y segura, sin ninguna autoridad central que controle su desarrollo.

La realidad es que **el avance tecnológico va mucho más rápido que la regulación**, y tenemos el ejemplo de las criptomonedas Ethereum o Bitcoin, con implicaciones legales, financieras y sociales que **limitan la capacidad de control que pueden ejercer los Gobiernos**.

Al igual que ellas, la web 3.0 estará basada en Smart contracts ejecutados en blockchain que, una vez lanzados, no pueden ser modificados. En palabras de **Juan Benet, CEO de Protocol Labs**, 'Internet se está convirtiendo en su propio país'.



El metaverso

Chris Cox, CPO en Meta acudió (virtualmente, claro) a un escenario Central lleno hasta la bandera, para mostrar un atisbo del Metaverso según Facebook.

El metaverso o metauniverso es un **gemelo digital del mundo real**, que permite a los usuarios trascender las limitaciones físicas y adentrarse en una realidad virtual paralela gracias a la **realidad aumentada y a la realidad virtual**.

Gigantes como **Meta** (antes Facebook) o creadores de videojuegos como **Roblox** o **Fortnite** se están lanzando a la creación de estos universos paralelos, que ya están siendo monetizados con amplia presencia de marcas en su interior.

Y si Meta pretende convertirse en el metaverso de referencia como espacio de entretenimiento y socialización, Microsoft pretende adueñarse del metaverso profesional con el próximo lanzamiento (en 2022) de **Mesh**, una nueva función de Teams que **permitirá al usuario aparecer virtualmente en las reuniones en forma de avatar**, o **Omniverso**, un metaverso en los que los usuarios podrán **reunirse virtualmente como en la vida real**.



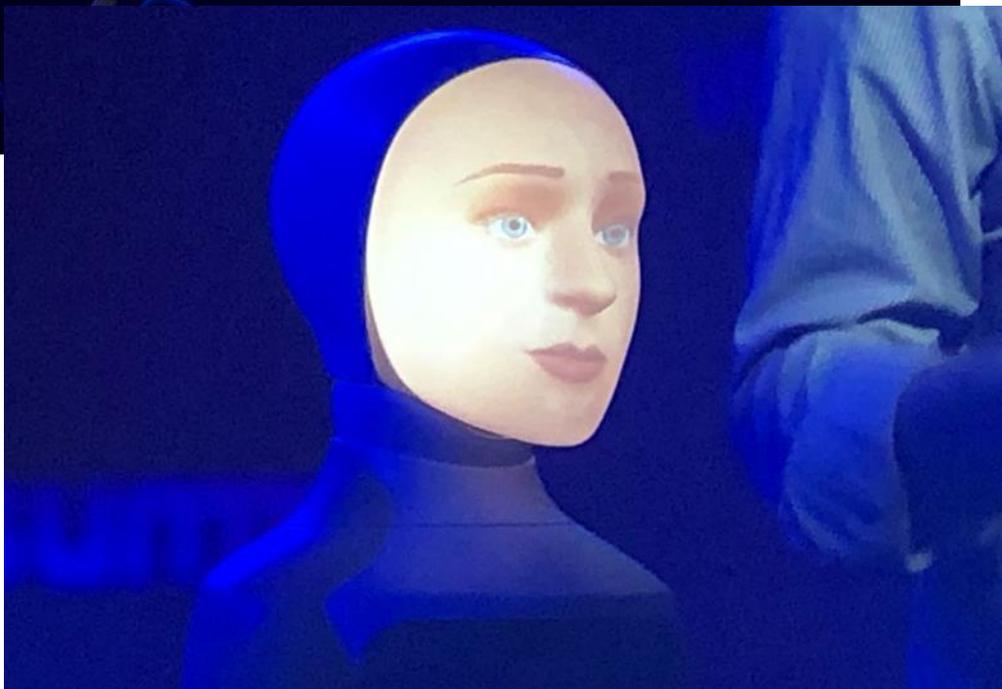
El futuro de... Los robots

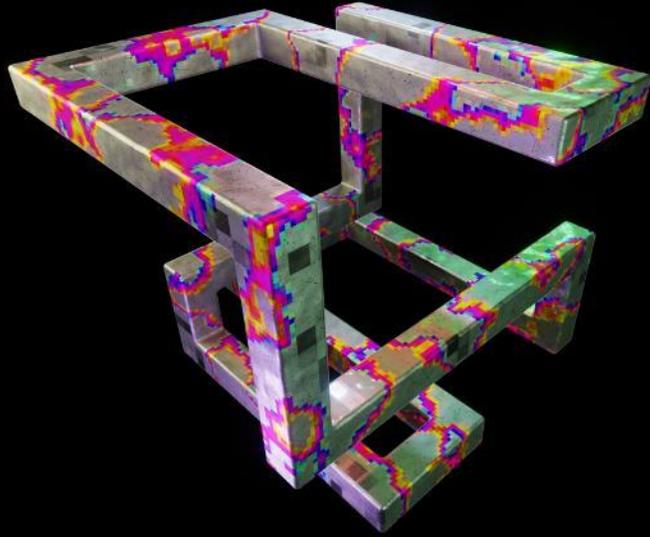
Hola, robots sociales

Los robots sociales compartieron escenario con **Charlie Caper, CCO de Furhat Robotics**. Juntos, nos mostraron a qué se parecerá la relación entre humanos y robots en un futuro cada vez más próximo.

Los robots sociales son **una nueva generación de robots diseñados para socializar**. Son capaces de comunicarse, tener sentido del humor y reaccionar a las expresiones faciales de su interlocutor. Y también de **crear conexiones**; por ejemplo, responder a una sonrisa con otra sonrisa, una expresión facial que desencadena reacciones en nuestro cerebro que favorecen la conexión.

Los robots sociales serán adoptados de forma natural, ya que **se elimina la curva de aprendizaje** que debemos afrontar al aprender a interactuar con otras tecnologías, y están destinados a múltiples usos: desde la **información** en aeropuertos o estaciones, hasta la **educación** o el **apoyo a niños en el espectro autista** para practicar sus habilidades sociales, o como **reclutador imparcial de personal**.





Metaverso y arte. El propietario de una pieza que haya sido digitalizada mediante NFT podrá monetizarla en los mundos virtuales que se están creando, abriendo nuevas posibilidades económicas para el arte.

El futuro de... El arte

¿Por qué los NFT son buenos para los artistas, museos y el futuro?

Los NFT (non-fungible tokens, literalmente piezas no intercambiables) son activos digitales únicos que gracias a la tecnología de blockchain pasan a ser inmutables. El arte y los artistas han encontrado un espacio naturalmente idóneo en los NFT, ya que resuelven varios de los problemas típicos de este sector.

Garantía de autenticidad. La tecnología blockchain constituye al mismo tiempo una **garantía de transparencia y una garantía de autenticidad**, ya que el contenido queda bloqueado para su modificación, y al mismo tiempo puede ser consultado por cualquiera.

Financiación. Las creaciones artísticas son ampliamente consumidas en el ecosistema digital, a través de las redes sociales e internet, pero aún no se ha terminado de resolver **la compensación económica que obtienen los creadores por ello**. La financiación es, además, **uno de los principales retos para museos y galerías de arte** que desean patrocinar exposiciones, artistas o colecciones, y en este sentido los NFT facilitan la recaudación de fondos.

El futuro de... El Dinero

Descentralización y centralización

Todo el mundo tiene un móvil e internet. Gracias a estas dos palancas, las Fintech han crecido espectacularmente, espoleadas por **drivers de conveniencia** principalmente: llevar tus finanzas digitalmente es **más rápido, más barato y más global**.

La evolución de las Fintech está siguiendo un camino inverso: **primero surgieron servicios especializados como Paypal, Wise o Klarna**, que permitían acceder a una plataforma para cada servicio. Ahora estamos viendo una vuelta a la centralización con la aparición de **plataformas financieras digitales que nos permiten acceder a todos los servicios en una sola app, como Revolut o N26**.

Cripto y desigualdad

Las criptomonedas siguen su ascenso imparable, y una de sus ventajas es que **dan acceso a los servicios financieros a personas excluidas del sistema bancario tradicional**.

Celo Foundation es un sistema financiero basado en blockchain cuya misión es **'crear condiciones de prosperidad para todo el mundo'**. Su protocolo ImpactMarket se dedica a distribuir la Renta Básica Vital entre aquellas comunidades que viven en extrema pobreza. La plataforma permite que **las criptomonedas puedan ser empleadas para comprar fruta, verdura o carne**, sin necesidad de ser convertidas en dinero convencional.



El futuro de las criptomonedas viene cargado de desafíos más allá de la necesidad de una legislación adecuada; por ejemplo, el debate sobre su impacto medioambiental.

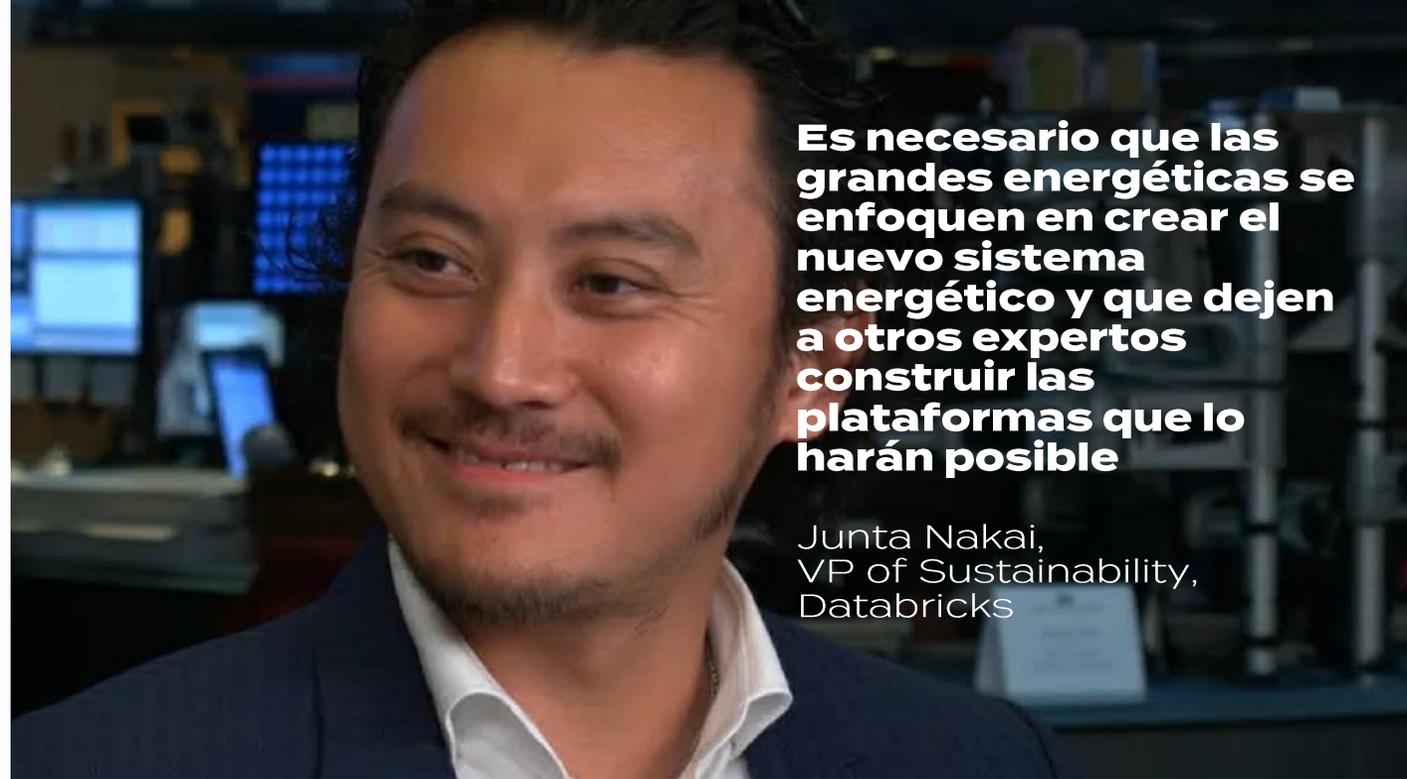
El futuro de... La energía

Inteligencia Artificial al servicio de la sostenibilidad

El avance de la inteligencia artificial va a suponer un punto de inflexión en el trabajo por la sostenibilidad climática, haciendo posible optimizar los procesos y reducir el impacto climático de este sector, en un camino que no será sencillo.

El diseño del **sistema energético futuro va a ser más diverso en sus usos, y más distribuido**; en todo ello la intervención de la IA será fundamental para reducir el coste de la eficacia y poder escalar de forma más sostenible.

En palabras de Nakai, **el futuro de la energía pasa por una transformación sostenible**. 'Va a ser imprescindible que se produzcan **alianzas entre las grandes energéticas y las startup**, y que estas alianzas se produzcan rápidamente para poder alcanzar los objetivos climáticos'.



Es necesario que las grandes energéticas se enfoquen en crear el nuevo sistema energético y que dejen a otros expertos construir las plataformas que lo harán posible

Junta Nakai,
VP of Sustainability,
Databricks

Las plataformas de datos sintéticos utilizan datos no auténticos, inventados o generados por IA. Al contrastar los datos reales y los sintéticos, es posible diseñar procesos más eficaces y sostenibles, de forma más segura que haciéndolo directamente con datos reales.

La creación de 'gemelos digitales' permite una mayor protección de los datos y crear algoritmos más seguros, haciendo todas las pruebas en un entorno ficticio.





El futuro de... La salud

Copias de nuestro cerebro para curar enfermedades mentales

La Inteligencia Artificial está abriendo nuevas fronteras en el tratamiento de enfermedades mentales. **Neurotwin es un dispositivo que reactiva las conexiones eléctricas que se han deteriorado, por ejemplo, en un paciente de Alzheimer, a través de una réplica digital de cada cerebro.**

Dado que cada cerebro es único, se realiza primero un gemelo digital del cerebro, se construye una réplica en 3D y un **modelo electrofisiológico de ese cerebro**. Esto permite personalizar los tratamientos mediante AI y grabar el protocolo de impulsos eléctricos necesarios para cada persona, en un **dispositivo portátil que permite el tratamiento en casa.**

Ana Maiques, CEO de la española Neuroelectrics, sostiene que esta terapia supone un punto de inflexión para enfermos de Alzheimer, depresión o epilepsia. Por ejemplo, en estos últimos, un tratamiento en casa de 20 minutos diarios durante 10 días, consigue reducir en un 47% los ataques.

El futuro de... La movilidad

15 minutes city

15 minutes city es un concepto creado por el filósofo Carlos Moreno en 2019. Se trata de **ciudades más coherentes con la biodiversidad, diseñadas para las personas y no para los vehículos, en las que desplazarse de un extremo a otro de la ciudad no lleva más de 15 minutos.**

Las '15 minutes cities' responden a **6 necesidades básicas: vivir y trabajar, abastecerse y transportar, aprender y disfrutar.**

Lo que hace posible esta realidad es la **micromovilidad** (o lo que estamos escuchando mencionar como transporte multimodal). Esta forma de transportarse implica la **alianza de múltiples players de transporte unidos en una sola red** que permita al ciudadano elegir entre las opciones disponibles.

Más allá de contar con el **ecosistema emprendedor para la unificación de todas estas opciones** de micromovilidad con apps como VOI, es fundamental un **cambio estructural en las ciudades** de forma que estén pensadas para albergar la biodiversidad: más espacio, más zonas verdes, y respuesta a esas 6 necesidades básicas en un radio que no supere los 15 minutos de desplazamiento.



Existen 30 megaciudades en el mundo, apiñadas en el 3% de espacio disponible en el planeta. Es hora de crear ciudades más aptas para la vida humana

Douglas Stark,
co-fundador, VOI



Los líderes remotos tendrán que esforzarse el doble para construir relaciones y conexiones personales

Jeff Maggioncalda, CEO, Coursera

El futuro de... **El trabajo**

No, el trabajo remoto no es una fase

Microsoft publicó en marzo los hallazgos de su [estudio sobre el trabajo en remoto](#), y, tras una fase inicial de necesaria adaptación, estamos comenzando a ver las verdaderas **ventajas y desafíos a los que se enfrentan tanto empresas como trabajadores** con la adopción de este modelo híbrido que permanecerá.

Entre los principales retos, el **riesgo de agotamiento** que enmascara la elevada productividad, la **amenaza para la innovación** que conlleva un trabajo menos colaborativo, la **pérdida de contacto con la cultura empresarial**, por parte de los trabajadores, y la **dificultad de tomar el pulso a los empleados** por parte de los líderes.

Talento global

El talento híbrido puede estar en cualquier parte del mundo. Esto abre infinitas posibilidades a las empresas, que pueden reinvertir lo que se ahorran en estructuras (por ejemplo, grandes oficinas), en contratar al mejor talento global.

Esta globalización del talento incluye también un **desafío financiero y legal de cara a la remuneración y la diferencia de poder adquisitivo** entre el país de la empresa y el país del trabajador, y se prevé que se acabe homogeneizando y regulando.

Igualdad de género

54 millones de mujeres dejaron el trabajo durante la pandemia, incapaces de soportar la presión de trabajar en el hogar y en casa simultáneamente en el tiempo y en el espacio.

Esta es una punta de lanza de la **desigualdad, que está por resolver en el modelo híbrido de trabajo**, en el que las mujeres siguen teniendo que hacer frente a una media de 3 horas diarias de trabajo no remunerado en el hogar.

La world wide web es un espacio inconcreto pero ilusionante, libre y abierto, para que toda la humanidad pueda compartir ideas y conocimientos

Sir Tim Berners-Lee,
creador de la World Wide Web,
1998

¿Cómo hemos llegado hasta aquí, y cómo podemos arreglarlo?

Sir Tim Berners-Lee,
creador de la World Wide Web,
2021





GRACIAS