

FUTURO

Telefónica ha invertido 100 millones en un laboratorio en Barcelona especializado en internet, multimedia y multilingüismo. El centro es también una apuesta por recuperar investigadores del exilio tecnológico.

Repatriar jóvenes talentos

ÀLEX BARNET
Barcelona

Telefónica ha convertido su centro de I+D de Barcelona en un punto clave de su desarrollo tecnológico y también en el escaparate de su apuesta por recuperar algunos jóvenes talentos españoles que trabajaban en el extranjero. El laboratorio de la operadora, en la Via Augusta a la espera de su traslado a la zona del Fòrum, supone una inversión de 100 millones de euros hasta el año 2010, lo que lo convierte en el de mayor crecimiento del Grupo Telefónica y en el segundo por recursos invertidos, después de Madrid.

El centro de Barcelona se orienta a productos y servicios enfocados al usuario y tutela la investigación mundial de la compañía en nuevas aplicaciones y servicios de internet, multimedia y multilingüismo. Carlos Domingo, procedente de Japón; Núria Oliver, que estaba en los laboratorios de Microsoft en Redmond, y Pablo Rodríguez, que trabajaba para Microsoft en el Reino Unido, son tres talentos repatriados por Telefónica para trabajar en Barcelona y liderar su proyecto. Son treintañeros, con currí-

culum impresionantes y mucho recorrido por delante.

“La estrategia de recuperar gente que estábamos fuera –agrega Domingo– surgió de forma natural debido al atractivo proyecto que planteaba y los medios que ponía a nuestra disposición. Nosotros hemos vuelto sin renunciar a nada profesionalmente”.

En el centro de Barcelona, del que dependen más de doscientas

personas, se investigan temas como televisión en 3D, publicidad interactiva para emisiones por IP, sistemas de conversión de texto a voz y nuevos ingenios para la búsqueda de imágenes en internet. Un 20% de las investigaciones se hace en colaboración con universidades, otras empresas y administraciones públicas. Con La Caixa, por ejemplo, se ha creado una sociedad centrada en servicios de multi-



JORDI ROVIRALTA

Carlos Domingo y Pablo Rodríguez regresaron del extranjero para investigar para Telefónica

lingüismo a través de sistemas informáticos. Además del desarrollo de productos y servicios que la compañía pueda incorporar a su catálogo, Telefónica aspira a que de Barcelona salgan innovaciones para ser vendidas a otras empresas. Y desde aquí ha impulsado la creación de un fondo de riesgo que ha cuajado en inversiones en tres compañías: Kyte (comunidades sociales en torno al vídeo), Amobee (anuncios para el móvil) y GestureTek (reconocimiento de la imagen).

Pablo Rodríguez, director científico del área de internet, trabaja en sistemas para mejorar la distribución de contenidos audiovisuales a través de la red y es un gran experto en los sistemas P2P. En su agenda están temas como la emisión de películas en alta definición o en 3D desde cualquier parte del mundo para que millo-

nes de personas puedan verlas al momento a través de internet. O el diseño interno de la red del futuro. “La internet actual –asegura– está pensada para que las máquinas se hablen entre ellas. Si en lugar de enrutar hacia máquinas,

tra, no me encuentra nadie. Debería haber una funcionalidad universal para que la red me encontrara independientemente del sitio de mi página. En el futuro, internet debería tener esta lógica en la propia red”.

Núria Oliver, directora científica del área multimedia, valora la libertad que han tenido para elegir los proyectos. “Telefónica ha confiado en nuestro criterio para seleccionar líneas y proyectos que representan un reto desde el punto de vista científico y, al mismo tiempo, tienen relevancia para las líneas de negocio de la compañía. Pienso que es fundamental dar este tipo de libertad a los investigadores, ya que gran parte de nuestro trabajo es muy creativo y sin libertad es difícil que la creatividad florezca”, asegura.●

futuro@lavanguardia.es



JORDI ROVIRALTA

Núria Oliver

Los investigadores contratados son treintañeros y llegan del exterior con expedientes brillantes

culum impresionantes y mucho recorrido por delante.

“La compañía ha entendido que no puede ser sólo un seguidor rápido (*fast follower*) de los demás y que tiene que liderar la innovación en productos y servicios de internet y multimedia. Y necesita investigación propia. En una empresa que apuesta por la investigación como una forma de crecimiento a largo plazo, la investigación puede triunfar en España tanto como en otros paí-