

CREANDO FUTURO

Era 1867 y en Milwaukee, Wisconsin, una huelga de articulistas tenía ya desesperado a Samuel W. Soule, editor, quien, en una charla con Christopher Latham Sholes, filósofo, político, también editor, pero en particular, un inquieto inventor, le comentó que ya estaba desarrollando una solución. Sholes llevaba años pensando en algún gran invento y en un artículo de Scientific American que leyó sobre la necesidad de inventar una máquina de escribir de uso realmente práctico. Así pues, Sholes en conjunto con Soule y también Charles Glidden se dieron a la tarea de inventar la máquina de escribir, la cual patentaron en 1868.

POR JORGE ARTURO
LLAGUNO SAÑUDO



Profesor del área de
Factor Humano de IPADE
Business School

<https://www.ipade.mx/>



Invención, innovación y cambio. Un ciclo que se repite y quien aprende a dominarlo, transforma al mundo



Pero una cosa es inventar algo y otra muy distinta es venderlo. Nadie parecía estar interesado, pues la mayor parte de la gente no sabía leer ni escribir. Parecía que la máquina sólo ayudaba a un nicho muy limitado de personas. Aquí aparece James Densmore, inversionista que vio el potencial de la máquina, le compró su parte a Gliden y a Soule, y luego convenció a Sholes de presentarle la idea a Remington, el fabricante de armas, quienes sí ofrecieron comprar la patente buscando diversificarse. Los primeros diseños eran verdaderas obras de arte: laqueados en negro con aplicaciones decorativas en hoja de oro, la máquina Remington engalanaba los hogares de gente pudiente y culta.

Edison desarrolló una máquina de escribir eléctrica en 1872 y Remington creó su propio modelo: la Electromatic, en una caja de metal, pesada y tosca, parecía más maquinaria que adorno. Remington la desestimó por su fealdad. Hasta que una pequeña compañía, International Business Machines (IBM), se basó en la de Remington para desarrollar la suya, la cual fue un éxito absoluto.

En 1937, en una oscura oficina de patentes, Chester Carlson, débil visual y con incipiente artritis, se dedicaba a generar copias de los diagramas que presentaban los inventores para su registro. Lo hacía todo a mano. Hastiado, Carlson terminaría por inventar la máquina copiadora, y ofreció la patente a más de 20 empresas, pero todas lo rechazaron, entre ellas, IBM,

pues le respondían que la copiadora no tenía realmente uso práctico, salvo para aplicaciones muy específicas como las que él realizaba. Eventualmente, una pequeña empresa, llamada Haloid (que luego se cambiaría el nombre a Xerox), compró la patente e impulsó la demanda con una estrategia innovadora: instalaban las copadoras de forma gratuita en las empresas, y para usarlas, la gente debía depositar una moneda. La copiadora Xerox se volvió ubicua en todas las oficinas.

Xerox, decidida a no repetir el error de IBM, fundó laboratorios de investigación, como el Centro de Investigación de Palo Alto (PARC). Ahí Douglas Engelbart desarrolló en 1964 el ambiente gráfico y el mouse. Pero Xerox veía esas aportaciones como un lujo y no como un producto. Hasta que un día un joven en sandalias y barba de varios días, Steve Jobs, visitó los laboratorios y conoció esos inventos. Jobs salió de ahí con la idea incipiente de lo que sería la Macintosh.

No basta con desarrollar nueva tecnología. Hay que saber reencuadrarla para poderla vender. Hay innovación en lo técnico y también en lo comercial. Pero lo más relevante es que la innovación y la tecnología cambian a la sociedad. La máquina de escribir permitió que florecieran la escritura y el aprendizaje. La copiadora dio pie a la comunicación descentralizada en la empresa. El ambiente gráfico contribuyó a potenciar el uso de las computadoras en el mundo. ●