

Buscando la conexión humana de la tecnología

Luz Fernández

Imagínese que es un diseñador, un programador o un ingeniero al que le han encargado el desarrollo de un producto, y elija cuál de estas tres frases debería marcar su trabajo para lograr un producto rompedor en el mercado: "este producto usa las últimas tecnologías"; " Es un producto que va a generar una gran cantidad de dinero"; "No puedo vivir sin él".

La respuesta es la tres y resulta tan sencilla, por aparentemente obvia, como complicada por lo que le ha costado a la industria tecnológica asimilarla y por lo difícil que resulta realmente lograr productos aparentemente sencillos pero que tienen una gran sofisticación tecnológica detrás. Estos son los productos que logran esa "conexión humana", los que para Jesse James Garrett, creador del término Ajax y fundador de Adaptive Path y guru del diseño, han logrado cambiar el paradigma de la innovación tecnológica donde la experiencia del usuario es la fuente de inspiración.

Garrett, que ha inaugurado las jornadas de Fundamentos web organizadas por Ctic y el w3C para difundir las últimas tendencias y estándares en los desarrollos de Internet, cree que hemos emprendido ya una senda en la que tecnología tiene que buscar la máxima sencillez y naturalidad a la hora de interactuar con los usuarios.

"Es el poder de la conexión en la que el usuario sólo ve un interfaz y detrás sólo percibe magia", comenta Garrett para quien la base para empezar a trabajar en nuevos diseños en esta era debe empezar por plantearse "qué tipo de experiencia se quiere transmitir al usuario".

Los productos más punteros de estos años han venido a demostrar la certeza de este plantamiento: el iPod, con el mínimo de funciones y una rueda básica se ha impuesto como el reproductor digital, Tivo, el video digital que permite grabar cualquier programa con sólo elegirlo en un menú que está arrasando en EEUU o la web fotográfica Flickr donde el objetivo es permitir compartir las fotos de manera sencilla.

"Son los productos que han sabido crear una conexión humana con el usuario", insiste Garrett. Pero estos avances son el fruto de una compleja evolución de la industria que ha ido aprendiendo poco a poco que la tecnología por la tecnología ya no vale. "Al principio la tecnología pura era un valor. Era un procesador de textos o la máquina de escribir", reflexiona este emprendedor californiano.

Evolución de la industria

Tras esta fase, la industria pensó que el valor estaba en ir incorporando nuevas funciones. Es la época del Word cada vez más complicado o de los grabadores de video que nadie sabía programar. "Era un problema tan difícil que decidimos traspasárselo a los usuarios, les presentamos todas las posibilidades, y que lo solucionen ellos", recuerda Garrett, para quien la tecnología ha comprendido que ese es el camino incorrecto. "Hasta Microsoft ha aprendido la lección y nos ha presentado una nueva versión de Word, más básico con las funcionalidades más utilizadas a la vista", comenta.

"Hemos comprendido que no debemos de tratar de hacer todo a la vez con un producto. Además debemos aprovechar la capacidad de Internet para conectar unos servicios con otros, que realmente incrementa su valor", concluye.

En este sentido, las tendencias para el futuro van a venir marcadas por pantallas táctiles que permiten interactuar al usuario con la máquina de un modo que está habituado en el mundo

físico o con sistemas capaces de detectar tus movimientos o hasta sensaciones. Todo un nuevo territorio para dotar de cierta humanidad a la tecnología.

El País online, Madrid, 29 out. 2008, Tecnología, online. Disponível em: <<http://www.elpais.com>> Acesso em: 29/10/2008.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais