

DISEÑO



Una de las salas de reunión en la sede central de IDEO en California. / M. A. M.

Tecnología que entra por los ojos

- ▶ La firma de diseño IDEO creó la agenda Palm y el primer ratón de Apple
- ▶ El BBVA ha encargado a la compañía el prototipo de sus nuevos cajeros

MANUEL ÁNGEL MÉNDEZ
San Francisco

Cuando uno ve bicis colgando del techo o ejecutivos reunidos dentro de una furgoneta surfera aparcada en el pasillo, sabe que ha llegado a un lugar especial. Si, además, las paredes están forradas de cientos de notitas de colores y en cada rincón, diseñadores, economistas, sociólogos o ingenieros debaten ensismados, entonces solo podemos encontrarnos en un sitio: en las tripas de IDEO.

Considerada una de las firmas de diseño más exclusivas y veneradas del planeta, IDEO es lo más parecido a una olla a presión de ideas a punto de reventar. A uno de sus cofundadores, Bill Moggridge, se le ocurrió en 1982 doblar una pantalla sobre



Biberón autocalentable.

un teclado y ahí empezó todo. Había creado el primer portátil del mundo, el GRiD Compass. Desde entonces, de la mente de sus diseñadores han surgido algunos de los productos más sim-

bólicos de las dos últimas décadas: la agenda electrónica Palm V, prima lejana de los teléfonos inteligentes (*smartphones*); los primeros ratones de Apple y Microsoft; la N-Gage de



Nuevo cajero para BBVA.

Nokia, mitad consola, mitad teléfono; el primer desfibrilador portátil; el tubo boca abajo de pasta de dientes... Pequeños objetos, grandes ideas.

"No hay nada que no podamos diseñar", dice con media sonrisa Diego Rodríguez mientras muestra como si fuera un bazar el mando a distancia diseñado para TiVo, la botella de cerveza que crearon para Michelob o los prototipos iniciales del PDA de Palm. "Es uno de nuestros secretos, construir los prototipos lo antes posible", asegura este veterano de IDEO, ingeniero por Stanford y MBA por Harvard, al que la revista *Fortune* considera una de las 50 personas más inteligentes del sector tecnológico.

Para demostrarlo (lo de los prototipos) se adentra en una de

las salas de modelado que la firma esconde en su sede de Palo Alto, en la bahía de San Francisco (California, EE UU).

Allí hay de todo, desde maquinaria láser para rebanar metales con precisión milimétrica a martillos y soldadoras. "Construimos cientos de prototipos porque es así como realmente aprendes qué funciona y qué no", explica Tom Hulme, director de Diseño de IDEO. Y siempre lo hacen a tamaño real, da igual que se trate de un vagón de tren para Amtrak, compañía norteamericana de ferrocarriles, o un *lobby* para la cadena de hoteles Marriott.

Hulme, físico por la Universidad de Bristol y MBA en Harvard, patentó a los 23 años un mecanismo de filtrado magnético que hoy utilizan, entre otros, los Ferrari en la fórmula 1. Fue su billete de entrada en IDEO. Hoy, con 33 años, ha trabajado en decenas de proyectos, desde diseñar bolsos para Havaianas hasta crear un botellín para bebés que autocalienta la leche en segundos con solo darle a un botón. Se llama Yoomi y ya está a la venta en Reino Unido por 20 libras (25 euros). "No puedo contar mucho más, el 85% de lo que hacemos es secreto", se ríe.

Es difícil dar con una multinacional que no haya acudido a IDEO en busca de inspiración: *gadgets*, juguetes, equipamiento médico, muebles, salpicaderos

de coches, sillas, raquetas de tenis... Con 550 empleados y oficinas en China, Reino Unido y Alemania, saben mejor que nadie inventar de la nada o reinventar lo existente. ¿Cómo? Tim Brown, consejero delegado, lo destila en dos claves: "Observamos al individuo, su comportamiento, qué necesita realmente. Y juntamos en una misma sala a la gente más brillante del mundo en múltiples disciplinas: psicología, diseño, antropología, *marketing* negocio, tecnología..."

El BBVA les pidió recientemente repensar por completo sus cajeros automáticos. "Fuimos a Madrid, acompañamos a decenas de clientes a sacar dinero y estudiamos cómo



Peek, solo para el correo.

interactuaban con la máquina", explica Philipp Schaefer, jefe del proyecto. "Se sentían confundidos con tantos botones y ranuras, inseguros porque no hay privacidad y presionados por estar de espaldas a una cola de gente que no ven", señala Robin Bigio, diseñador industrial.

A los pocos días construyeron el primer prototipo en cartón. Y el pasado mayo, casi dos años después, presentaron el modelo final: un cajero virado 90 grados para controlar mejor el entorno, con pantalla táctil vertical de 19 pulgadas, sin botones físicos, dos ranuras y un *software* tan fácil de manejar como un juego del iPhone. "Fue un proyecto precioso", dice Schaefer. Ya existen cinco unidades de prueba en Madrid y Andalucía.

Por supuesto, no todo funciona. Trabajaron con Flip, los creadores de la cámara de vídeo supercompacta, y la idea arrasa. Pero también diseñaron el Peek, ese trasto extraño que solo sirve para leer correos electrónicos y deambula sin pena ni gloria. "No hay razón por la cual los

La compañía ha saltado de idear cosas a promover experiencias

Lo último: una cuenta bancaria que redondea los pagos con tarjeta

aparatos digitales de un solo uso no puedan ser exitosos, el iPod lo fue", argumenta Tim Brown. "Pero a veces el ecosistema en el que lo lanzas o la competencia los hacen inviables".

Tal vez para ahorrarse más sustos, IDEO va diversificando más que nunca. Ya no solo diseñan productos, también servicios intangibles, experiencias...



Autoadministrador de vacunas.

Por ejemplo, una nueva cuenta para Bank of América que redondea todos los pagos con tarjeta de débito y envía automáticamente la diferencia a una libreta de ahorro. O la aplicación de un disco del grupo irlandés U2 para los móviles BlackBerry. O un negocio entero, llamado HackForward, una incubadora europea de empresas nacies de tecnología.

Diego Rodríguez cree firmemente que ahí reside el futuro, en inventar experiencias. Pero las raíces tiran y vuelve a agarrar otro objeto, un pequeño dispensador de silicona diseñado para General Electric (GE). Perfecto para los manitas de fin de semana. "Con esto es sencillísimo sellar las juntas de la bañera, adiós a las horribles pistolas de metal", dice justo antes de irse volando a su próxima reunión a bordo de una furgoneta Volkswagen *hippy* y surfera.