Transcripcions en espanyol i català

Diseño centrado en las personas

David Kelley: El año pasado sucedieron muchas cosas interesantes en el mundo del diseño y en IDEO y me siento complacido de poder compartir algunas de ellas con ustedes.

«FEBRERO 2002, MONTERREY, CALIFORNIA»
Yo no asistí a la primera versión de TED en 1984, pero he estado en muchas de ellas desde entonces. Pensé que sería interesante remontarnos a esos tiempos pasados cuando Richard empezó todo. Muchas gracias, Richard. Venir aquí ha sido parte de mi vida que he disfrutado mucho.

Y, recordando, pensaba en que nosotros en Silicon Valley estábamos centrados en productos u objetos, ciertamente, objetos tecnológicos. En aquel tiempo lo pasábamos muy bien y algunos de los presentes eran mis clientes. Llegábamos con algún prototipo bajo una manta negra y lo colocábamos en la mesa de conferencias y luego quitábamos la manta negra y todos exclamaban "Oh", "Ah"... Eran buenos tiempos.

Y continuaremos enfocándonos en los productos, como siempre hemos hecho. A quienes estuvieron aquí el año pasado, probablemente los tumbé al suelo tratando de mostrarles mi nuevo EyeModule 2™ que era una cámara conectada a la Handspring™ (PDA). Hice muchas fotos el año pasado; muy pocas personas sabían lo que estaba haciendo, pero hice muchas fotos. Este año quizás podríamos mostrar las diapositivas— trajimos este Treo, con el que tuvimos mucho que ver y ayudamos a Handspring a diseñarlo. También, aunque lo diseñamos hace ya algunos años, su uso se ha generalizado hace poco más de un año: el desfibrilador Heartstream™ que está salvando vidas. Quizá lo hayan visto en los aeropuertos. Parecen estar en todas partes. Están salvando muchas vidas. Y estamos a punto de presentar el Zinio Reader, que hará más placentera la experiencia de leer revistas. Así que, realmente seguimos centrándonos en productos.

Pero algo ha sucedido en los 18 años desde que Richard comenzó con TED, y es que personas como nosotros... Sé que personas en otros lugares se han dedicado a esto desde hace mucho tiempo, pero nosotros, recientemente hemos comenzado a subir peldaños en la pirámide de Maslow y ahora estamos mucho más enfocados en el diseño centrado en las personas. Centrarse en las personas es una orientación en el diseño que involucra diseñarles comportamientos y personalidades a los productos. Pienso que ustedes están comenzando a verlo, y está haciendo nuestro trabajo aún más gratificante.

Curiosamente, solíamos construir principalmente modelos 3-D —como han visto hoy— y desarrollos en 3-D. Y los utilizamos para enseñarlos y comunicar nuestras ideas. Pero firmas como la nuestra se ven en la necesidad de migrar hacia un punto en el que tomamos esos objetos y los ponemos en movimiento, mostrando cómo serán utilizados. Y, para hacerlo, hemos estado formando grupos internos de producción de video, para hacer estos prototipos de la experiencia que muestren exactamente aquello a lo que nos referimos con la relación hombre-máquina. Es una manera mucho mejor de verlo. Es como si los arquitectos mostraran sus casas con gente, en lugar de mostrarlas vacías.

Así que pensé en mostrarles algunos videos para demostrar esta nueva y más amplia definición del diseño de productos, servicios y entornos. Tengo algunos de ellos. No duran más de un minuto o minuto y medio cada uno, pero pensé que estarían interesados en conocer algo de nuestro trabajo del último año y cómo se ve en vídeo.

Veamos, Tienda Prada en Nueva York. Rem Koolhaas y OMA nos pidieron que los ayudáramos a concebir la tecnología que tienen en su tienda de Nueva York. Querían un nuevo tipo de tienda, una tienda con un rol cultural, además del rol comercial. Y eso significaba diseñar tecnología a medida en lugar de simplemente comprar objetos existentes y utilizarlos.

Hay muchas cosas. Todo tiene etiquetas RF (radiofrecuencia): las tienen los usuarios, las tarjetas, el personal con dispositivos lectores está por toda la tienda. Tomas uno y cuando escoges un producto en el que estés interesado, el personal de la tienda lo escanea y se muestra en cualquiera de las pantallas repartidas por la tienda. Puedes ver el color, tallas, cómo se exhibió en la pasarela o lo que desees. Entonces el objeto —la prenda de tu interés— puede ser escaneado. Luego es llevado al probador, y en él también hay escáneres y así sabemos exactamente qué prendas tiene usted en el probador. Podemos colocarlas en una pantalla táctil y usted puede interactuar, obtener más información acerca de la prenda que le interese mientras se la está probando. Ha sido utilizado en muchos lugares, pero me gusta particularmente el empleo que hacen aquí de pantallas de cristal líquido en el probador.

La última vez que fui a ver esta tienda, había un gran alboroto de gente parada afuera preguntándose: "¿Realmente veré a la gente cambiándose de ropa aquí?". Pero, por supuesto, al presionar un botón todo el muro se oscurece. Así, uno decide si pide o no opiniones sobre lo que se está probando. Y una de las innovaciones que más me gusta es el espejo mágico, donde uno se coloca las prendas. Hay una gran pantalla en el espejo, y uno puede girar, pero con un retardo de tres segundos. Así, uno sabe cómo se ve por atrás o, al dar la vuelta, uno puede verse.

Hace aproximadamente un año y medio nos pidieron diseñar una instalación en el museo —es una nueva ala del Museo de Ciencias de Londres— que trata principalmente sobre temas digitales y biomédicos. Y un grupo en Itch, que es parte de IDEO, diseñó esta pared interactiva de casi 4 pisos de altura. No sé si alguien la habrá visto. En la habitación parece espectacular.

Pues bien, está basada en el sistema del metro de Londres. Y podrán ver que el objetivo es obtener las opiniones dadas por la gente que visita el museo y colocarlas en un muro donde cualquiera pueda verlas. Usted introduce su información. Luego, tal como en el sistema del metro de Londres, los pequeños trenes van por ahí con sus pensamientos. Cuando su mensaje llega a una estación, se expande para que podamos leerlo.

También, cuando usted sale del teatro IMAX en el cuarto piso —principalmente adolescentes saliendo de ahí— hay un gran espacio abierto con mesas, que tienen juegos interactivos muy divertidos, también diseñados por Durrel [Bishop] y Andrew [Hirniak] de Itch. Y los temas incluyen los temas sobre los que trata el museo: fertilidad masculina, elegir el género sexual de los bebés, o cómo sería un automóvil sin conductor. Hay mucho espacio, la gente puede venir y entender de qué trata antes de intervenir.

También, aunque no se muestra en el video, estas son preciosas. Suben hasta lo alto de la pared y cuando llegan ahí, después de rebotar por todos lados, se dispersan en pedacitos y desaparecen en la atmósfera.

El siguiente video no lo hicimos nosotros. Se emitió *Sunday Morning* de la CBS, hace unas dos semanas. Scott Adams se nos acercó y preguntó si podríamos ayudar a diseñar el cubículo definitivo para Dilbert, lo cual sonaba divertido y no pudimos dejarlo pasar. Él siempre ha estado interesado en la tecnología del futuro.

«Scott Adams: He notado que en cierto modo yo podría ser el experto mundial sobre el problema de los cubículos. Así que pensamos: "¿No sería divertido juntarnos con algunos de los muchachos más listos del mundo del diseño y tratar de descubrir si podríamos mejorar el cubículo?".»

«Narrador del vídeo: A pesar de trabajar en el amplio espacio de su oficina ubicada espectacularmente bajo el puente de la Bahía Oakland en San Francisco, el equipo construyó sus propios pequeños cubículos con el objetivo de experimentar los problemas asociados.»

«Mujer: Un espejo unidireccional. Yo miro hacia afuera, tú te ves a ti mismo.»

«Narrador del vídeo: Hicieron fotografías.»

«Mujer: Te sientes tan atrapada, cuando alguien se apoya y te sientes cautiva ahí por un minuto.»

«SA: Hasta ahora es un caos, pero mucha gente está haciendo cosas, así que es bueno. Veremos qué sucede.»

«Narrador del vídeo: El primer grupo construye un cubículo en el cual las paredes son pantallas para el ordenador y las fotos familiares. En el escenario del segundo grupo, las paredes están vivas e incluso le dan a Dilbert un abrazo grupal. Detrás del humor está la idea de hacer al cubículo más humano.»

«David Kelley: Y tenemos el definitivo, completo con luz anaranjada que sigue el trayecto del sol a través del cielo. Y puedes sentirlo en tu cubículo. Y mi detalle favorito, que es una flor en un jarrón que se marchita decepcionada cuando te vas, y luego, cuando vuelves, se recupera para saludarte, feliz de verte.»

«SA: El almacenamiento está empotrado en la pared.»

«David Kelley: Tiene detalles hogareños, como peceras en las paredes, o algo para relajar la tensión a base de puñetazos.»

«SA: (Se puede configurar para el jefe de su elección.)»

«David Kelley: Y, por supuesto, una hamaca para la siesta vespertina que se extiende de un lado al otro del cubículo.»

«(SA: La vida sería agradable en un cubículo como este.)»

David Kelley: En el siguiente proyecto nos pidieron diseñar un pabellón para celebrar el reciclaje de agua, en el Millennium Dome en Londres. El edificio tiene una increíble cantidad de agua circulando por él así como agua de deshecho. Así que este edificio en realidad celebra el agua que sale de la planta de reciclaje y regresa al canal para ser filtrada por última vez.

El objetivo de diseño del pabellón era ser silencioso y tranquilo. En contraste con el interior del edificio, que es más movido, con gente aprendiendo todo tipo de cosas, o paseando, o haciendo lo que sea. Pero la intención fue hacerlo muy silencioso. Así, podrías deambular por ahí buscando información, de manera instintiva, sobre el proceso de reciclaje y lo que se está haciendo, y cómo van a reutilizar el agua una vez que salga de la planta. Y luego, si tuvieron ocasión de verlo, los paneles rotan. Así que puedes obtener la información en el lado frontal, pero, cuando rotan, puedes ver la planta de reciclaje, con todas las máquinas mientras impulsan el proceso del agua. Ahí está la planta. Estos son videos de bajo presupuesto, como prototipos rápidos.

Y esta noche anunciamos un nuevo producto. Es la primera vez que es mostrado en público. Se llama Spyfish, y su empresa se llama H2Eye, fundada por Nigel Jagger en Londres. Y es una compañía que pretende reproducir la experiencia... Muchas personas tienen barcos, pero solo un pequeño porcentaje tiene la posibilidad real o el interés de sumergirse bajo el agua y ver lo que hay ahí y disfrutar de lo que ven los buceadores. Este producto tiene dos cámaras. Lo bajas por el lado del bote y básicamente buceas sin mojarte.

Ese es el objetivo. Para nosotros, eran dos proyectos. El primero, diseñar la interfaz para que no se interponga en la experiencia. Que puedas tener la sensación de sumergirte bajo el agua y ver qué está sucediendo. Y el otro fue diseñar el objeto y asegurarnos de que fuera un producto de consumo y no una herramienta de investigación. Así que pasamos mucho tiempo... Hemos estado siete u ocho años en este proyecto y estamos listos para comenzar a producirlos.

«Narrador del vídeo: La Spyfish es una cámara de video subacuática revolucionaria. Puede sumergirse 500 pies (152 metros) hasta donde no llega la luz solar y está equipada con potentes focos. Se convierte en tus ojos y oídos mientras te aventuras en las profundidades. Alimentado por baterías, el Spyfish envía la señal de vídeo en vivo por un fino cable.»

David Kelley: Este cable fue un gran avance tecnológico que permitió que todo el aparato tuviera esas dimensiones.

«Narrador del vídeo: Y esta caja central conecta todos los componentes del sistema. Manipular el Spyfish es simple a través del control remoto inalámbrico. Puedes ver el vídeo con gráficos superpuestos que indican la profundidad y orientación. Los gráficos fluidos y el sonido ambiental se combinan para ayudarte a perderte completamente bajo el agua.»

David Kelley: Y lo último de lo que hablaré es de ApproTEC, que es un proyecto con el que estoy muy entusiasmado. ApproTEC es una compañía iniciada por el Dr. Martin Fisher, un gran amigo mío. Es doctor por la universidad de Stanford. Estuvo en Kenia con una beca Fulbright y tuvo una idea muy interesante. Se dijo: "Debe de haber emprendedores en Kenia; debe de haber emprendedores en todas partes." Y notó que para matrimonios y funerales podían conseguir suficiente dinero como para crear algo. Así que decidió comenzar a fabricar productos en Kenia con fabricantes kenianos –diseñados por gente como nosotros, pero llevados allí–. Y a fecha de hoy –ha estado fuera solo unos años– ha creado 19.000 empresas. Ha creado 30.000 nuevos puestos de trabajo. Y solo las ventas de sus productos... Esto es una ONG, pero la venta de estos productos representa el 0,6% del PBI de Kenia. Y todo es obra de un hombre. Es algo bastante espectacular.

Así que estamos realizando un proyecto para ayudarlos a diseñar bombas manuales de bajo coste para pozos de gran profundidad, para que estas personas que tienen un cuarto de acre de tierra puedan cosechar fuera de temporada. Ahora pueden cultivar en la estación lluviosa, pero no pueden hacerlo fuera de esta. Y gracias a eso... La mujer que ha aparecido antes –una maestra de escuela– siempre quiso enviar a sus hijos a la universidad y ahora podrá hacerlo, gracias a estas cosas. Así, con exprimidores de semillas y bombas y empacadores de heno y muchas herramientas básicas que estamos diseñando... Mis alumnos de Stanford hacen esto como proyectos en clase e IDEO ha donado el tiempo de sus empleados para hacer este tipo de trabajo. Es impresionante ver su éxito, el de Martin.

También pensamos en la experiencia de Richard y por eso diseñamos este sombrero. Porque sabía que sería el último hablante del día y que tendría que vérmelas con él. Solo tengo una cosa que añadir...

«TRANQUILO, RICHARD, YA HE TERMINADO»

¿Has podido leerlo? Siempre es gracioso cuando viene y husmea. Uno no quiere ser descortés ni sentirse culpable, así que pensé que esto ayudaría, limitarme a quedarme aquí sentado.

Hemos visto muchos diseños interesantes, de diferentes creadores. Y en mi trabajo, desde productos hasta ApproTEC, es muy emocionante que estemos adoptando un enfoque más humano hacia el diseño, que incluyamos comportamientos y personalidad a los objetos que hacemos, y pienso que es genial. Los diseñadores disfrutan de más confianza y están más integrados en la estrategia de negocio de las empresas. Y tengo que decirlo, me siento muy afortunado por el progreso que el diseño ha conseguido desde el primer TED. Muchas gracias.

Disseny centrat en les persones

David Kelley: L'any passat van passar moltes coses interessants en el món del disseny i en IDEO i em sento complagut de poder compartir algunes d'elles amb vosaltres.

«FEBRER 2002, MONTERREY, CALIFORNIA»
Jo no vaig assistir a la primera versió de TED el 1984, però he estat en moltes d'elles des de llavors. Vaig pensar que seria interessant remuntar-nos a aquests temps passats quan Richard va començar tot. Moltes gràcies, Richard. Venir aquí ha estat part de la meva vida que he gaudit molt.

I, recordant, pensava en què nosaltres a Silicon Valley estàvem centrats en productes o objectes, certament, objectes tecnològics. En aquell temps ho passàvem molt bé i alguns dels presents eren els meus clients. Arribàvem amb algun prototip sota una manta negra i el posàvem a la taula de conferències i després trèiem la manta negra i tots exclamaven "oh", "ah"... Eren bons temps.

I continuarem enfocant-nos en els productes, com sempre hem fet. Als que van estar aquí l'any passat, probablement els vaig estirar a terra tractant de mostrar-los el meu nou EyeModule 2 ™ que era una càmera connectada a la Handspring ™ (PDA). Vaig fer moltes fotos l'any passat; molt poques persones sabien el que estava fent, però vaig fer moltes fotos. Aquest any potser podríem mostrar les diapositives— vam portar aquest Treo, amb el qual vam tenir molt a veure i ajudem a Handspring a dissenyar-lo. També, encara que ho vam dissenyar fa ja alguns anys, el seu ús s'ha generalitzat fa poc més d'un any: el desfibril·lador Heartstream ™ que està salvant vides. Potser ho hagin vist en els aeroports. Semblen estar a tot arreu. Estan salvant moltes vides. I estem a punt de presentar el Zinio Reader, que farà més agradable l'experiència de llegir revistes. Així que, realment seguim centrant-nos en productes.

Però alguna cosa ha succeït en els 18 anys des que Richard va començar amb TED, i és que persones com nosaltres... Sé que persones en altres llocs s'han dedicat a això des de fa molt de temps, però nosaltres, recentment hem començat a pujar esglaons en la piràmide de Maslow i ara estem molt més enfocats en el disseny centrat en les persones. Centrar-se en les persones és una orientació en el disseny que involucra dissenyar comportaments i personalitats als productes. Penso que vosaltres esteu començant a veure-ho, i està fent la nostra feina encara més gratificant.

Curiosament, solíem construir principalment models 3-D —com han vist avui— i desenvolupaments en 3-D. I els fem servir per ensenyar-los i comunicar les nostres idees. Però firmes com la nostra es veuen en la necessitat de migrar cap a un punt en el que prenem aquests objectes i els posem en moviment, mostrant com seran utilitzades. I, per fer-ho, hem estat formant grups interns de producció de vídeo, per fer aquests prototips de l'experiència que mostrin exactament allò al que ens referim amb la relació home-màquina. És una manera molt millor de veure-ho. És com si els arquitectes mostressin les seves cases amb gent, en lloc de mostrar-les buides.

Així que vaig pensar en mostrar alguns vídeos per demostrar aquesta nova i més àmplia definició del disseny de productes, serveis i entorns. Tinc alguns d'ells. No duren més d'un minut o minut i mig cada un, però vaig pensar que estaríeu interessats a conèixer una mica de la nostra feina de l'últim any i com es veu en vídeo.

Vegem, botiga Prada a Nova York. Rem Koolhaas i OMA ens van demanar que els ajudéssim a concebre la tecnologia que tenen a la seva botiga de Nova York. Volien un nou tipus de botiga, una botiga amb un paper cultural, a més del paper comercial. I això significava dissenyar tecnologia a mida en comptes de comprar objectes existents i utilitzar-los.

Hi ha moltes coses. Tot té etiquetes RF (radiofreqüència): les tenen els usuaris, les targetes, el personal amb dispositius lectors està per tota la botiga. N'agafes un i quan esculls un producte en el que estiguis interessat, el personal de la botiga ho escaneja i es mostra en qualsevol de les pantalles repartides per la botiga. Pots veure el color, talles, com es va exhibir a la passarel·la o el que vulguis. Llavors l'objecte —la peça del teu interès— pot ser escanejat. Després és portat al provador, i en ell també hi ha escàners i així sabem exactament quines peces té vostè en el provador. Podem col·locar-les en una pantalla tàctil i vostè pot interactuar, obtenir més informació sobre la peça que li interessi mentre se l'està provant. Ha estat utilitzat en molts llocs, però m'agrada particularment l'ocupació que fan aquí de pantalles de cristall líquid en el provador.

L'última vegada que vaig anar a veure aquesta botiga, hi havia un gran enrenou de gent aturada fora preguntant-se: "Realment veuré a la gent canviant-se de roba aquí?". Però, és clar, en pressionar un botó tot el mur es fa fosc. Així, un decideix si demana o no opinions sobre el que s'està provant. I una de les innovacions que més m'agrada és el mirall màgic, on un es col·loca les peces. Hi ha una gran pantalla al mirall, i es pot girar, però amb un retard de tres segons. Així, es sap com es veu per darrere o, en donar la volta, un pot veure's.

Fa aproximadament un any i mig ens van demanar dissenyar una instal·lació al museu —és una nova ala del Museu de Ciències de Londres— que tracta principalment sobre temes digitals i biomèdics. I un grup en Itch, que és part d'IDEO, va dissenyar aquesta paret interactiva de gairebé 4 pisos d'alçada. No sé si algú l'haurà vist. A l'habitació sembla espectacular.

Doncs bé, està basada en el sistema del metro de Londres. I podran veure que l'objectiu és obtenir les opinions donades per la gent que visita el museu i col·locar-les en un mur on qualsevol pugui veure-les. Vostè introdueix la seva informació. Després, tal com en el sistema del metro de Londres, els petits trens van per aquí amb els seus pensaments. Quan el seu missatge arriba a una estació, s'expandeix perquè puguem llegir-lo.

També, quan vostè surt del teatre IMAX a la quarta planta —principalment surten adolescents d'aquí— hi ha un gran espai obert amb taules, que tenen jocs interactius molt divertits, també dissenyats per Durrel [Bishop] i Andrew [Hirniak] de Itch. I els temes inclouen temàtiques sobre les quals tracta el museu: fertilitat masculina, triar el gènere sexual dels nadons, o com seria un automòbil sense conductor. Hi ha molt d'espai, la gent pot venir i entendre de què tracta abans d'intervenir.

També, encara que no es mostra en el vídeo, aquestes són precioses. Pugen fins a dalt de la paret i quan arriben aquí, després de rebotar per tot arreu, es dispersen en trossets i desapareixen en l'atmosfera.

El següent vídeo no ho vam fer nosaltres. Es va emetre Sunday Morning de la CBS, fa unes dues setmanes. Scott Adams se'ns va acostar i va preguntar si podríem ajudar a dissenyar el cubicle definitiu per Dilbert, la qual cosa sonava divertida i no vam poder deixar-lo passar. Ell sempre ha estat interessat en la tecnologia del futur.

«Scott Adams: He notat que en certa manera jo podria ser l'expert mundial sobre el problema dels cubicles. Així que vam pensar: "No seria divertit ajuntar-nos amb alguns dels nois més llestos del món del disseny i tractar de descobrir si podríem millorar el cubicle?".»

«Narrador del vídeo: Tot i treballar en l'ampli espai de la seva oficina ubicada espectacularment sota el pont de la Badia Oakland a San Francisco, l'equip va construir els seus propis petits cubicles amb l'objectiu d'experimentar els problemes associats.»

«Dona: Un mirall unidireccional. Jo miro cap a fora, tu et veus a tu mateix.»

«Narrador del vídeo: Van fer fotografies.»

«Dona: Et sents tan atrapada, quan algú es recolza i et sents captiva aquí per un minut.»

«SA: Fins ara és un caos, però molta gent està fent coses, així que és bo. Veurem què passa. »

«Narrador del vídeo: El primer grup construeix un cubicle en el qual les parets són pantalles per a l'ordinador i les fotos familiars. A l'escenari del segon grup, les parets estan vives i fins i tot li donen a Dilbert una abraçada grupal. Darrere de l'humor hi ha la idea de fer el cubicle més humà. »

«David Kelley: I tenim el definitiu, complet amb llum ataronjada que segueix el trajecte del sol a través del cel. I pots sentir al teu cubicle. I el meu detall favorit, que és una flor en un gerro que es marceix decebuda quan te'n vas, i després, quan tornes, es recupera per saludar-te, feliç de veure't.»

«SA: L'emmagatzematge està encastat a la paret.»

«David Kelley: Té detalls casolans, com peixeres a les parets, o alguna cosa per relaxar la tensió a força de cops de puny.»

«SA: (Es pot configurar per al cap de la seva elecció.)»

«David Kelley: I, per descomptat, una hamaca per a la migdiada vespertina que s'estén d'un costat a l'altre del cubicle.»

«(SA: La vida seria agradable en un cubicle com aquest.)»

David Kelley: En el següent projecte ens van demanar dissenyar un pavelló per celebrar el reciclatge d'aigua, al Millennium Dome a Londres. L'edifici té una increïble quantitat d'aigua circulant per ell així com aigua de rebuig. Així que aquest edifici en realitat celebra l'aigua que surt de la planta de reciclatge i torna al canal per ser filtrada per última vegada.

L'objectiu de disseny del pavelló era ser silenciós i tranquil. En contrast amb l'interior de l'edifici, que és més mogut, amb gent aprenent tot tipus de coses, o passejant, o fent el que sigui. Però la intenció va ser fer-ho molt silenciós. Així, podries passejar per aquí buscant informació, de manera instintiva, sobre el procés de reciclatge i el que s'està fent, i com van a reutilitzar l'aigua una vegada que surti de la planta. I després, si van tenir ocasió de veure-ho, els panells roten. Així que pots obtenir la informació en el costat frontal, però, quan roten, pots veure la planta de reciclatge, amb totes les màquines mentre impulsen el procés de l'aigua. Aquí hi ha la planta. Aquests són vídeos de baix pressupost, com prototips ràpids.

I aquesta nit vam anunciar un nou producte. És la primera vegada que és mostrat en públic. Es diu Spyfish, i la seva empresa es diu H2Eye, fundada per Nigel Jagger a Londres. I és una companyia que pretén reproduir l'experiència... Moltes persones tenen vaixells, però només un petit percentatge té la possibilitat real o l'interès de submergir-se sota l'aigua i veure el que hi ha allà i gaudir del que veuen els bussejadors. Aquest producte té dues càmeres. El baixes pel costat del pot i bàsicament busseges sense mullar-te.

Aquest és l'objectiu. Per a nosaltres, eren dos projectes. El primer, dissenyar la interfície perquè no s'interposi en l'experiència. Que puguis tenir la sensació de submergir-te sota l'aigua i veure què està passant. I l'altre va ser dissenyar l'objecte i assegurar-nos que fos un producte de consum i no una eina d'investigació. Així que vam passar molt de temps...

Hem estat set o vuit anys en aquest projecte i estem preparats per començar a produir-los.

«Narrador del vídeo: La Spyfish és una càmera de vídeo subaquàtica revolucionària. Pot submergir-se 500 peus (152 metres) fins on no arriba la llum solar i està equipada amb potents focus. Es converteix en els teus ulls i orelles mentre et aventures en les profunditats. Alimentat per bateries, el Spyfish envia el senyal de vídeo en viu per un fi cable.»

David Kelley: Aquest cable va ser un gran avanç tecnològic que va permetre que tot l'aparell tingués aquestes dimensions.

«Narrador del vídeo: I aquesta caixa central connecta tots els components del sistema. Manipular el Spyfish és simple a través del control remot sense fils. Pots veure el vídeo amb gràfics superposats que indiquen la profunditat i orientació. Els gràfics fluids i el so ambiental es combinen per ajudar-te a perdre't completament sota l'aigua.»

David Kelley: I l'últim del que parlaré és de ApproTEC, que és un projecte amb el qual estic molt entusiasmat. ApproTEC és una companyia iniciada pel Dr. Martin Fisher, un gran amic meu. És doctor per la universitat de Stanford. Va estar a Kenya amb una beca Fulbright i va tenir una idea molt interessant. Es va dir: "Deu haver emprenedors a Kenya; deu haver emprenedors a tot arreu." I va notar que per a matrimonis i funerals podien aconseguir prou diners com per crear alguna cosa. Així que va decidir començar a fabricar productes a Kenya amb fabricants kenyans —dissenyats per gent com nosaltres, però portats allà—. I a data d'avui —ha estat fora només uns anys— ha creat 19.000 empreses. Ha creat 30.000 nous llocs de treball. I només les vendes dels seus productes... Això és una ONG, però la venda d'aquests productes representa el 0,6 % del PIB de Kenya. I tot és obra d'un home. És una cosa bastant espectacular.

Així que estem realitzant un projecte per ajudar-los a dissenyar bombes manuals de baix cost per a pous de gran profunditat, perquè aquestes persones que tenen una cambra de acre de terra puguin collir fora de temporada. Ara poden conrear a l'estació plujosa, però no poden fer-ho fora d'aquesta. I gràcies a això... La dona que ha aparegut abans —una mestra d'escola que sempre va voler enviar als seus fills a la universitat ara podrà fer-ho, gràcies a aquestes coses. Així, amb espremedores de llavors i bombes i empacadores de fenc i moltes eines bàsiques que estem dissenyant... Els meus alumnes de Stanford fan això com a projectes a classe i IDEO ha donat el temps dels seus empleats per fer aquest tipus de treball. És impressionant veure el seu èxit, el de Martin.

També pensem en l'experiència de Richard i per això vam dissenyar aquest barret. Perquè sabia que seria l'últim parlant del dia i me les hauria de veure amb ell. Només tinc una cosa que afegir ...

«TRANQUIL, RICHARD, JA HE ACABAT»

Has pogut llegir-ho? Sempre és graciós quan ve i guaita. Un no vol ser descortès ni sentir-se culpable, així que vaig pensar que això ajudaria, limitar-me a quedar-me aquí assegut.

Hem vist molts dissenys interessants, de diferents creadors. I en el meu treball, des de productes fins ApproTEC, és molt emocionant que estiguem adoptant un enfocament més humà cap al disseny, que incloguem comportaments i personalitat als objectes que fem, i penso que és genial. Els dissenyadors gaudeixen de més confiança i estan més integrats en l'estratègia de negoci de les empreses. I he de dir-ho, em sento molt afortunat pel progrés que el disseny ha aconseguit des del primer TED. Moltes gràcies.