

Más de 1.100 asistentes y unos 30 expertos en innovación y diseño convierten a EXF19 en la cita del año

Durante dos intensos días, Madrid acogió a más de una treintena de expertos de empresas como Adobe, Amazon, Booking.com, Habitant, Designit, Google, IBM o Telefónica

Experience Fighters 2019 concluye con éxito su sexta edición con más de 1.100 asistentes de 23 países, unidos para conocer, entender y retar lo que los diseñadores y expertos en innovación están haciendo hoy en día y cómo el futuro marcará las nuevas experiencias que se diseñan. Durante dos intensos días, Madrid acogió a más de una treintena de expertos de empresas como Adobe, Amazon, Booking.com, Habitant, Designit, Google, IBM o Telefónica que situaron al juego, la inclusividad y accesibilidad y el reconocimiento de emociones, voces y comportamientos en los principales focos de la actualidad.

En palabras de Fernando Martínez-Corbalán, director de Experience Fighters. “La edición de Experience Fighters de 2019 ha superado todas nuestras expectativas, convirtiéndose en la cita del año para importar conocimiento y exportar talento en disciplinas centradas en el usuario y en cómo diseñar las mejores experiencias. Madrid está ahora en el mapa global del experience design y seguiremos creciendo para que también crezca el mercado”.

Durante la sexta edición de Experience Fighters, el millar de asistentes pudieron descubrir de primera mano las tendencias que están dando forma a nuestro mundo y a la relación entre personas, tecnología y productos. Así, se han abordado temas como la necesidad de diseñar por y para las personas; la repercusión que tiene el proceso de diseño en el juego y su papel como dinamizador de las experiencias de los usuarios; el papel clave del diseño como nexo global en el futuro; la necesidad de gestionar el impacto del diseño en las expectativas que crea en los usuarios; la relación entre tecnología, humanidad y emociones; y el acercamiento cada vez más evidente de los universos digital y físico.

RESUMEN DE LAS PRINCIPALES PONENCIAS DE #EXF19

Los expertos apuestan por diseñar por y para las personas

En la sesión inaugural de Experience Fighters, Peter Smart, head of product design en Fantasy Interactive arrancó este año con una ponencia sobre cómo “crear magia” en el diseño de productos hechos para humanos, estableciendo nuevos estándares en la industria, donde el método no lo es todo. “Hay que pensar en flujos, no en pantallas, para un viaje para el usuario. Además, hay que llenarlo de vida, hacerlo sencillo pero bueno en todo momento durante el proceso de creación” añadió.

Desde VPRO Broadcasting, Marie Van Driessche, interaction designer, explicó su visión particular como diseñadora sorda acerca de aprender de la diversidad y cómo incluirlo en el proceso de diseño de las personas con diversidad, ya que aporta un resultado que beneficia a las personas de manera universal para crear nuevas ideas y diseño inclusivo.

Marc Roca, Head de Service Design y Francisco García, Head of UX, en HABITANT®, aportaron su perspectiva sobre el futuro de los equipos de diseño y las organizaciones lideradas por el diseño. “Vivimos en la ‘Economía de la Experiencia’, donde la tecnología es un factor clave que empuja hacia lo desconocido constantemente, tanto en la forma en que vivimos como en la forma en que trabajamos. Los diseñadores han dejado de ser sólo fuentes de inspiración y creatividad a convertirse en facilitadores de innovación, que ahora tienen un impacto en las decisiones estratégicas de negocio”, apuntaron.

El impacto del proceso de diseño y UX en el juego

Durante la jornada se habló de cómo el diseño tiene un papel más impensable del pensando en las organizaciones. Por ejemplo, Tom Censani, director of product design en Eventbrite, comentó cómo los diseñadores “ahora tenemos una gama más amplia de responsabilidades y el valor de nuestro trabajo tiene un impacto en muchas más personas que sólo el usuario final. Debemos construir sistemas y metodologías que permitan a los equipos ser más eficientes a escala global/local, e impulsar la cultura del diseño de la empresa”, destacó.

Veronica Zammitto, UX Researcher, compartió su visión de cómo las percepciones y el comportamiento de los jugadores impactan en los juegos que diseña, y cómo se deben combinar los niveles de habilidad, la dificultad y el tiempo para mantener a los jugadores conectados y el flujo del juego siga en modo de progresión continua. “La meta es conseguir que los jugadores de videojuegos estén en la franja denominada flow, ni aburridos, ni estresados. Lo ideal es equilibrar la perfecta tensión entre habilidad y dificultad” concluía. Por su parte, Christopher Grant, global UX director de King, aprovechó su clase magistral para destacar cómo el UX no sólo puede ayudar a construir productos, sino también a diseñar nuevas formas de trabajar, al dar espacio a los equipos internos para probar nuevas formas de crear y diseñar juegos.

El diseño como nexo global en el futuro

David de Prado, head of design Enterprise clients solution en BBVA y Verónica Bello, Strategic Design Director en Designit, presentaron el reto de diseñar la futura sucursal bancaria, un espacio físico conectado que está evolucionando para adaptarse a las necesidades de los clientes en un mundo digital en crecimiento.

Desde Amazon, Ana Di Grigoli, Global UX design lead explicó cómo los diseñadores a escala global deben enfocarse primero en tener un verdadero entendimiento de la experiencia general y de las partes interesadas involucradas, para liderar, influir y convertirse en el nexo de unión entre los diferentes equipos. “Este papel de nexo del diseñador en las empresas es fundamental a la hora de

dar concordancia a 3 puntos clave de la empresa: Negocio, Experiencia global y Recursos técnicos” comentó.

Carlos Pacheco y Esther Marina, de Starcom, expusieron, por su parte, cómo a través del uso creativo de la tecnología y la investigación profunda, conectan con las personas para diseñar experiencias humanas relevantes. “Como diseñadores, tenemos la responsabilidad de ser la intersección entre la humanidad y la tecnología, y debemos tomar una verdadera decisión consciente de practicar un diseño responsable, de construir a través de la transparencia y la confianza, para poder diseñar experiencias que tengan un impacto positivo en la humanidad, la sociedad, el negocio, nuestra profesión, nuestra empresa y nosotros mismos”.

Jay Meissner de Adobe, puso en alerta a los asistentes cuando habló sobre la amenaza que acecha tanto a los diseñadores como a los usuarios el uso de tecnologías como AR, VR, Voz e IA. Por otra parte, Payal Wadhwa, Service Designer en Idean, compartió su visión sobre las futuras relaciones entre los universos digitales y físicos y cómo podemos aplicar prácticas y aprendizajes de diferentes sectores y medios para evolucionar la forma en que diseñamos, en un mundo donde las expectativas crecen y las percepciones se mantienen.

Trend driven innovation o cómo las innovaciones crean nuevas expectativas del consumidor

¿Qué van a hacer los clientes a continuación? Livia Foretti de TrendWatching aportó su visión de cómo el mundo está cambiando constantemente y presentó varios casos de éxito para ilustrar y explicar cómo la innovación está creando nuevas expectativas para el consumidor.

Jorge Blass, reconocido ilusionista internacional, puso el broche de oro a la primera jornada con su charla sobre cómo diseña emociones mágicas y el proceso que sigue para generar estas experiencias, que en muchos aspectos son similares a los que usan otros diseñadores de experiencias.

Tecnología, humanidad y emociones

Durante la segunda jornada, Chris Noessel, Service Design Lead en IBM EBA, demostró cómo la tecnología transforma elementos cotidianos y elimina la interacción humana en ellos. “La voluntariedad es una cualidad fruto de la inteligencia artificial que convierte a un producto en algo más allá que un simple asistente”.

Edwina Portocarrero, diseñadora con PhD por el MIT, aportó sus conocimientos sobre el mundo del juego y determinó que “muchas veces, el juego cuestiona la autoridad al dejarnos pensar y probar alternativas al status quo del orden social” y se reafirma en que “debemos recuperar el uso del juego ya que es nuestro mejor aliado a la hora de aprender quienes somos y cómo cooperar, entender y respetarnos los unos a los otros”. Además, Celia Hodent, Game UX Consultant, expuso cómo muchas veces nuestra percepción es subjetiva y en el caso de los videojuegos recibimos estímulos constantes de todo tipo: visuales, sonoros, etc... y finalizó su ponencia diciendo que “nuestra atención es escasa y

hay que evitar las multitareas en los videojuegos".

Desde Telefónica, Ana Molina, service and experience designer se centró en "Aura" el gran proyecto de transformación digital de la compañía. "Confiamos infinitamente en las capacidades del interlocutor para entendernos, pero trasladar todo eso a una máquina es muy complicado. Cuanto más conocimiento del usuario tiene una IA mejor cubre sus necesidades", añadió que "proyectos como Aura, sirven a las compañías para poder usar esos datos para ayudar y generar valor a los clientes".

La temática de la inclusión fue tratada, en esta jornada, por Neby Teklu, investigadora de experiencia de usuario en Chan Zuckerberg Initiative, que ofreció una perspectiva moderna de lo que significa tener una discapacidad para hablarnos de diseño inclusivo en uno de los entornos más dinámicos: las aulas. "Toda experiencia que creamos tiene el potencial de ser inclusiva o excluir a la gente. El diseño inclusivo es un proceso". Por su parte Cathy Pearl, jefa de Divulgación sobre Diseño de Conversaciones en Google, abordó la temática de interfaces de usuario de voz (VUI) y los patrones del diseño conversacional, además de incidir en cómo pueden usarse para ayudar a personas con discapacidades visuales, cognitivas o de movilidad, aspectos cruciales para su independencia y dignidad. "Las interfaces de voz no son nuevas, pero comienzan a ser usadas de manera que realmente ayudan a las personas. Para aquellas personas con discapacidades visuales, cognitivas o de movilidad, pueden conllevar aspectos cruciales de independencia y dignidad".

Un universo digital y físico

Andreas Markdalen, director ejecutivo de diseño en frog se centró en el estado actual en el que se encuentra el diseño y las tendencias claves que definen nuestra industria en la actualidad. "El diseño evocador no es fácil, es la suma de todas las partes y está orientado a un propósito". Para Andreas, el desafío actual es convencer a los clientes de que nuestra experiencia y lo que ofrecemos son el mejor valor que pueden encontrar en el mercado.

Allie Vogel, UX Designer en Booking.com explicó cómo el Machine Learning es una aplicación de la IA en la que los sistemas pueden aprender de los datos, identificar patrones y hacer predicciones con una intervención humana mínima. "La posibilidad de ofrecer al usuario aquellos productos que se adecuen a sus gustos es sinónimo de triunfo".

Pablo Stanley, lead designer en Invision, quiso concienciarnos de la posibilidad de dejar de lado la idea de que el usuario final es perfecto, ya que no es así. "No tomamos decisiones de forma racional y eso es lo que la economía conductual demuestra. El 95% de nuestras decisiones las tomamos por atajos o reglas rápidas que nosotros nos creamos".

La charla más motivacional corrió a cargo de Ignacio Rivera, CEO de Hijos de Rivera, con una propuesta en la que invitó a arriesgarse en la vida, a innovar y amar aquello que hacemos, ya que son las claves del éxito.

Humberto Matas, global managing director en Designit, nos presentó su visión realista de los efectos de escalar la práctica de diseño en grandes organizaciones y su impacto en el futuro. “La sinergia entre diseño y organización es la clave del éxito empresarial. Es importante adaptar el diseño a los valores culturales de las multinacionales sin perder su principal esencia”.

Datos de contacto:

Axicom
671671629

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Juegos](#) [Madrid](#) [Eventos](#) [Premios](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>