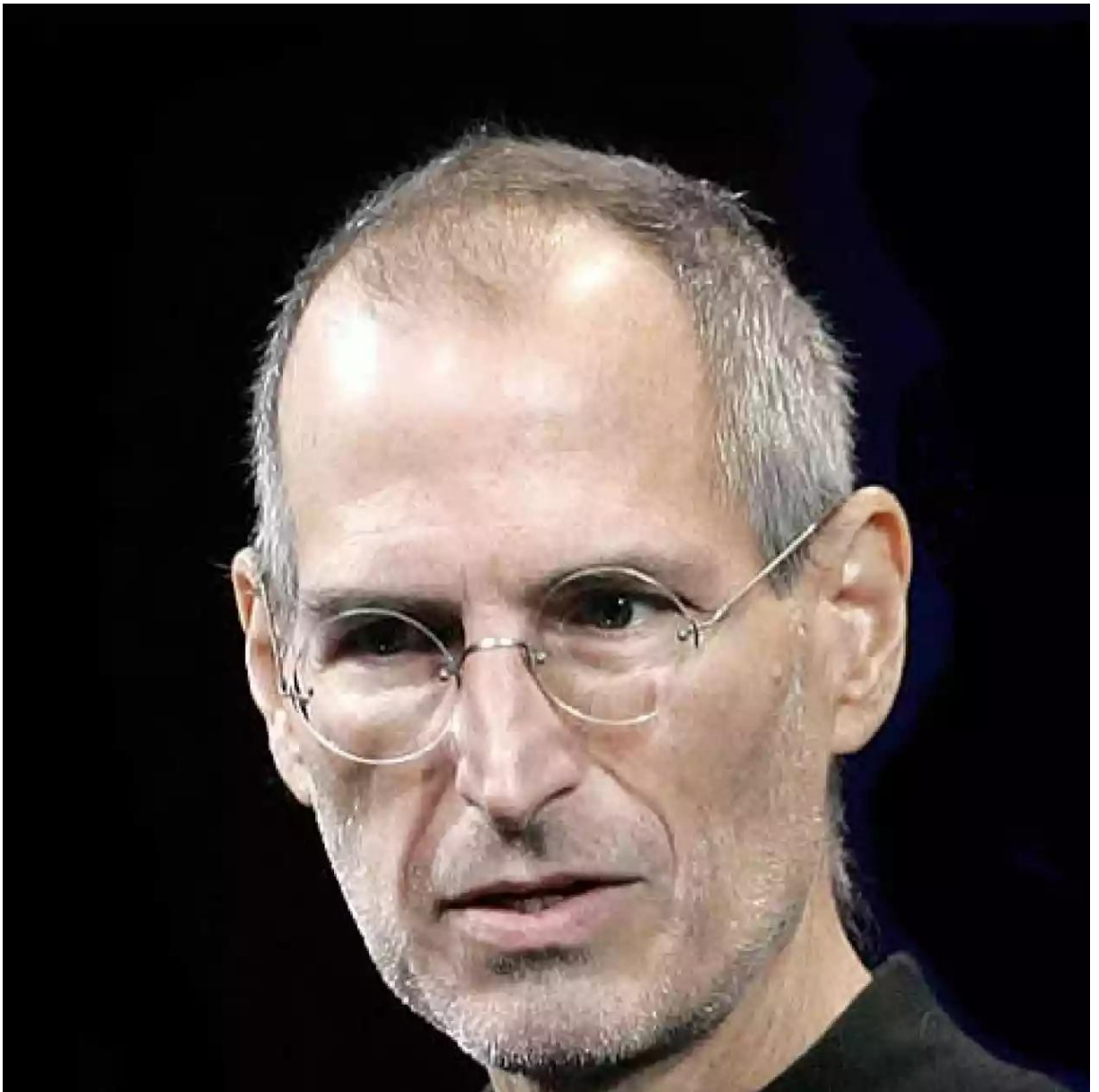


El legado de Steve Jobs

Por Mario Balcázar

Para los diseñadores es imposible huir de la figura del fundador de Apple. Todos los días vivimos y trabajamos con sus diseños.



Cuando me preguntan a qué diseñador admiro, son muy pocos los nombres que me vienen a la cabeza. Entre ellos está Steve Jobs. Y sí, leyeron bien, Steve Jobs es comunmente conocido como un gran hombre de negocios, mercadólogo, ingeniero y visionario, pero las menos

como diseñador. Aunque nunca estudió diseño —lo trae nato—, ha sido capaz de cambiar la forma en la cual concebimos la acción de diseñar, no solo en cuanto a las herramientas computacionales y tecnológicas, sino en procesos creativos, innovación, estilo y en tareas más difíciles y complejas del diseño: la ejecución exitosa de sus ideas.

Casi siempre que pensamos en un diseñador, vemos a alguien que plantea un proceso intelectual y es capaz de ejecutarlo; más allá de ello Steve Jobs es un director creativo, que sabe dirigir a un equipo efectivamente por un camino, que es capaz de descubrir y contratar talento, tomar decisiones y ejecutarlas bajo un esquema económico exitoso y prolífico.

Muchos reconocen su genialidad, yo lo hago viendo su lado gráfico. Desde que diseñó el sistema operativo para Macintosh, seleccionó las fuentes cuidadosamente: Geneva para los menús, Helvetica en vez de Arial como parte de las fuentes de sistema, Garamond como estafeta que marcó su regreso para salvar a Apple —tras ser despedido de su propia compañía— y Lucida para marcar el sello de la globalización de sus productos. Con su equipo inicial diseñó un logo cuyo único cambio en 25 años ha sido únicamente la aplicación de color, pero en cuanto a forma, inalterado. Algo muy raro en nuestros días. Sus empaques son limpios y pensados en la experiencia de sus productos, desde que lo compras en la tienda, abres la caja y vas sacando y descubriendo en un orden perfectamente planteado. Desde la primera Mac incluyó siempre una etiqueta autoadhesiva de la manzana, que vemos hoy en las partes traseras de los autos mayormente. El minimalismo de la comunicación, desde los empaques hasta su sitio web, es ejemplo de diseño de información claro, sencillo e intuitivo.

Apple mantuvo el perfil de una empresa pequeña. Scully, ex-director de la compañía —quien lo despidió— escribió sobre su desesperación por la terquedad con que Steve se aferraba a sus ideas y que no le permitía dirigirla: tener un equipo de diseño y programación de no más de 100 personas, ya que no podía aprenderse más nombres de memoria y debía reconocerlos a todos; como CEO, se involucraba —a veces de más— en detalles de programación y diseño. Este fue un claro ejemplo que lo definía y que no logró entender la directiva sobre su muy personal filosofía de negocio, pero cuya efectividad ha quedado más que probada.

Steve es una persona difícil de tratar. Se dice que ha hecho llorar a todo su equipo en más de una ocasión, pero la recompensa la tenemos en los diseños tan estilizados, minimalistas y estéticos de todos sus productos. Siempre un paso adelante, fue el primero en hacer del ratón la herramienta para hacer que su sistema funcionara con el mínimo de clicks. Desterró el diskette de 3.5 pulgadas en pleno auge, hizo lo mismo con el puerto Firewire 400, con los puertos para discos compactos en sus modelos Air y con las conexiones de video que cambian constantemente. Tan fiel a sus ideas que resultó chocante el ratón con un solo botón, la sincronización del iPod a través de un cable, cambiar nuestra forma de trabajo quitando los scrolls de las pantallas, tener que expulsar cualquier dispositivo antes de removerlo de su puerto, remover el teclado numérico de los teclados y su tan sonada aversión al formato Flash, al grado que lo está desterrado y encaminado a la extinción.

Logró mezclar todos sus gustos personales en su compañía: Mercedes fue el primer auto en tener conectividad para iPod, fundó Pixar gracias a su pasión por la animación, su gusto por la música lo llevó a inventar el iPod (yo no sé por qué Sony se durmió con su walkman) y lo completó con iTunes y su tienda de música. Su visión de familia ha sido fuertemente criticada al someter las Apps a rigurosos escrutinios para aprobación y rechazo de las que contienen

violencia excesiva y pornografía, pero creó iPhoto y iMovie para suplir los VHS, Súper 8 y los álbumes de la abuelita.

Sus teclados son blancos, los de los demás negros; sus carcazas han sido de colores y ahora de aluminio, cuando las PC tardaron años en pasar del beige al negro, le puso asa al iBook y juntó el monitor con el CPU en un solo volumen con el iMac, le quitó los botones al mouse y sacó el trackpad de las laptops. Le puso imanes a la conexiones para que no se cayeran de los escritorios e hizo que se pudiera apagar el equipo completo desde el sistema operativo.

Hace diez años se cuestionó el hecho de que nadie vendía sus productos adecuadamente, así que fundó las tiendas de Apple, que aunque no dicen Apple en ningún lugar, la sola manzana es reconocida globalmente. Te cobran con iPods Touch, puedes navegar libremente por internet, cargar tu iPhone, abrir todos los productos para probarlos y si quieres puedes hasta pedir una pizza dentro de la tienda. Todo en un ambiente muy al estilo Mac: limpio e innovador. Con escaleras de cristal, fachadas impresionantes y luminosas y vendedores en todos lados.

Si ser diseñador siempre ha sido visto como una profesión diferente, que usa herramientas muy vistosas, como monitores grandes y programas espectaculares, Apple ha sido la pieza fundamental en esta percepción. Con Adobe, Quark y Macromedia de la mano hizo del diseño toda una cultura separada de los demás. Recordemos que antes las Macs eran solo para diseñadores, es hasta la introducción de la línea iMac que Apple se diversificó para ser una marca para todo público. Movimiento que implementó Jobs con su equipo de diseñadores, liderado por el inglés Jonathan Ive y que le permitió salvar a la compañía de la quiebra al reincorporarse como CEO.

La idea de la manzana, que nació en un garage en Silicon Valley en 1976, a lado de Wozniack e incluso en algún momento con la cooperación de Bill Gates, ha ganado adeptos con el tiempo —al igual que detractores—, al grado de convertirse en la empresa más admirada, la número uno del mundo, la de mayor innovación y Steve Jobs como el hombre de la década según Fortune. Tan solo el trabajo de diseño de Steve Jobs ha arrojado más de 300 patentes en Estados Unidos. Por eso, sentirse identificado con su trabajo va más allá de solo ser usuario de sus productos, sino que también implica aprender de su lógica de creación, de mantenerse fiel a principios y saber aplicar lo que mejor haces de una forma práctica.

Su ausencia efectivamente marca el fin de la época de oro de Apple. Su playera negra con cuello de tortuga, sus jeans y tenis blancos, sus secretos profesionales, sus grandes lanzamientos y la manera en la cual interpreta, transmite y explica la tecnología. Su ausencia se hará cada vez más evidente con el paso del tiempo.

Yo me doy por bien servido, llevo ya 20 años usando Macs, desde la Classic II hasta mi MacBook Pro actual. Para mí Apple no es el iPhone o el iPad, es una Mac, es una interfase, es una armonía entre mi computadora y yo a través del diseño. Pienso que si no fuera diseñador hoy también estaría usando una Mac.

Termino con este video del discurso que dio en Stanford en 2005 y en el que narra su experiencia como fundador de Apple, su faceta como diseñador y su postura frente a la enfermedad y la muerte.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-legado-de-steve-jobs>

