



ENTREVISTA



“UX es un trabajo de empatía.”

Luis Ramírez

Luis Antonio Ramírez Castillo obtuvo su Tecnología en Protcom, Espol, en 2002 y luego su Licenciatura en Gestión de Diseño y Comunicación Visual en la USM, en Guayaquil, en 2004. Técnica gráfica, trabajo en equipo y organización de proyectos definirían su futura carrera profesional. Poco a poco, se involucró en proyectos de multimedia, diseño de CD ROMs interactivos, proyectos en Flash para la web, diseño de websites, de interfaces y branding. Al conocer que Uruguay tenía un alto desarrollo per cápita de software (en un país de apenas tres millones y medio de habitantes), decidió arriesgarse por un futuro allí. Ya lleva residiendo en Montevideo ocho años, dedicándose mayormente al Diseño de Experiencia de Usuario.

¿Trabajas en oficina o de forma remota?

Por ahora, solo en casa. Por suerte, en Montevideo hay varios coworkings, muchos espacios donde trabajar. Algunos colegas y yo nos juntamos un día a la semana, aunque trabajemos en diferentes áreas, para no perder el contacto humano, que es importante en la vida de todos. En medio de la pandemia, el esfuerzo de hacer el trabajo desde casa, se vio valorado; se transformó en algo positivo para la sociedad.

¿Qué es, precisamente, el diseño de la experiencia de usuario?

Muchos de los involucrados en UX (User Experience) son diseñadores, pero otros son psicólogos, sociólogos, desarrolladores, comunicadores. En esencia, es un trabajo de empatía; consiste en entender qué es lo que está pasando por la mente del consumidor al utilizar un producto digital. Es un ejercicio constante sobre las bases del diseño, más allá del medio. A nivel de teoría, es más cercano al diseño

de productos; todo se hace con un propósito perdurable. Una pieza de diseño gráfico, a veces, afecta al producto en una sola ocasión. Pero en el caso de UX, se hace la versión uno del producto, luego la versión dos y tres, actualizándola, como lo hacemos con nuestros aplicativos cada dos semanas.

¿Cómo ves UX Design en el futuro?

Es muy útil para todas las profesiones. Posee una estructura transversal que puede cambiar cualquier ámbito. Cuando uno va al banco, uno puede andar medio perdido, sin saber dónde hay que agarrar el ticket, dónde sentarse, si se puede usar el celular o no, llevar gafas oscuras y mascarilla o no. Luego, atiende alguien que no sabe nada, que hace esperar, que dice que regrese al siguiente día. Todo eso es una experiencia que el usuario guarda en mente y, a partir de allí, genera emociones de antipatía, de desconfianza. Todo eso afecta a la reputación de la marca. Estamos en una época en que las personas fácilmente pueden copiar lo que los demás hacen. Las plataformas de *streaming* son casi idénticas, las aplicaciones, los servicios. La diferencia más pequeña va a hacer que los usuarios se decidan por un cambio.

¿Dónde arranca el trabajo de un UX Designer?

Generalmente, en la investigación. Haciendo entrevistas a las personas de cómo fue su experiencia usando un producto específico. ¿Cómo se sintió, qué pensaba al usarlo? Se hace un mapa de cada interacción del usuario con el producto o servicio. Una buena experiencia con un producto o marca hace que la gente tenga en

alto la idea de la marca, siempre. En el tema de servicios, uno puede tener la mejor aplicación del mundo, la más amigable, cómoda, pero de repente se va a hacer el pago de un servicio en la misma aplicación, y da un error. Y, después, se llama a Servicio al Cliente y no responden de manera satisfactoria. O uno acude a la oficina y la persona que atiende es poco amable. Aunque sean diferentes Puntos de Contacto, para el usuario, es toda una misma empresa.

¿Cómo hacer para que todo se integre en UX?

Por lo general, estamos cercanos a la gerencia, quien recibe feedback de usuarios, y decide realizar un cambio, para mejorar. Nos propone ese problema y nos da una hipótesis original. Nosotros averiguamos más con un grupo de investigación: Entrevistamos de 5 a 20 usuarios del producto para entender la veracidad del feedback, la magnitud de lo expuesto. A partir de allí, diseñamos interfaces de simulación; nuevas propuestas que resuelvan el problema. Y volvemos con el equipo de investigación, para entrevistar de 5 a 10 usuarios que utilicen los nuevos prototipos. Cuando confirman que los objetivos que queríamos se cumplen, que el proceso es más rápido, que hay menos clicks, que los usuarios no se pierden, allí preparamos los diseños para que los desarrolladores tomen cada instancia y lo pongan en práctica.

El diseñador debe entender cómo funcionan los datos. Hay que diseñar pantallas vacías, páginas de navegación, páginas de éxito, páginas de error. Cada página acarrea una serie de estados en los que muta esa página, más todos sus componentes. El diseñador necesita

entender cómo piensa el desarrollador, para anticipar lo que el desarrollo va a necesitar.

¿Hacia dónde va el UX Design, entonces?

Es algo que se va a enseñar en Secundaria. Se trata de liderazgo, de entender qué está pasando, qué problemas tenemos, qué soluciones. Creo que la gente que trabaja en publicidad lo tiene más claro. En Ecuador se exponen imágenes aspiracionales que se alejan mucho de la realidad ecuatoriana. Ayudan a vender un producto, sí, porque es atractivo, pero, sin querer, generan racismo, clasismo, división. Hay que entender que quienes utilizan las fórmulas fáciles, generan siempre entes negativos.

Por ejemplo, en España, durante la dictadura, todas las películas en inglés original fueron dobladas, y esa fue una forma de hacer que los contenidos estuvieran orientados solo al idioma español, tal vez por orgullo nacionalista. Lo negativo fue que la población no tuvo acceso a contenidos en inglés, como lo tuvimos en Latinoamérica.

Si esto se diera a nivel de empresa, se diseñaría un manual que defina las políticas de cómo su marca se debe exponer, qué es lo que debe decirse, cómo se lo va a hacer. Algo así podría darse a nivel de país: encontrar los elementos que sean negativos en la sociedad y tener claro lo que se está haciendo bien y mal, para poder iniciar un cambio. Un estudio así sería una especie de análisis de UX o marketing aplicado a la identidad nacional, para entender cómo podemos reforzar esas identidades, sin causar daño en otros ámbitos.

Para mucha gente de Occidente, de más de 30 años, Tik Tok es algo raro. Tik Tok tiene una creación, un desarrollo en otro país, y la gente que lo comenzó a utilizar fue gente muy joven que entendió que poseía un método diferente. Pero para gente de mayor edad, Tik Tok no se parece a Facebook, ni a Instagram ni a Twitter, por lo tanto, no lo entienden. La idea central es aprovechar siempre lo que la gente ya sabe, para trabajar en ello. Lo primero que se hace es levantar información durante una semana, antes de diseñar cualquier cosa. Otra semana entera es para exploración, es decir, se trata de hacer lo más obvio a partir de lo que el usuario ya conoce, lo más similar a lo que hace la competencia, pero tal vez, más rápido. A lo mejor, nuestras limitaciones técnicas nos impiden hacer algo tan cómodo como lo de la competencia, porque, técnicamente no podemos, o porque no lo podemos hacer tan solo en un mes. Así que la versión uno va a ser un paso más largo, y en dos meses hacemos la versión más corta.

Entender el mundo digital, la parte técnica, ayuda a que el diseñador se posicione mejor en su rol. De hecho, un diseñador que comprende bastante del negocio, de la tecnología del diseño, del management mismo, tiene mayor ventaja en el campo del UX. Yo trabajo desde Uruguay con gente en Colombia, en Argentina, Estados Unidos, en Polonia. Esta profesión cada vez va a ir por más.

Para bien o para mal, el mundo se vuelve pequeño y la cultura globalizada nos hace llegar a más personas, al mismo tiempo. Y siempre se necesitarán profesionales que hagan esa conexión de la manera más clara y eficiente.