

especialmente dirigidos a la comunidad empresarial, profesionales del diseño y alumnos de las distintas modalidades del diseño.

2. Anualmente se organiza el Ciclo de Jornadas de Investigación en torno al Diseño. Contexto en el que se realizan conferencias, jornadas y mesas redondas específicas en tendencias y prospectiva. Razón por la que han pasado expertos a nivel nacional e internacional como: Vincent Gregoire (Nelly Rodi-Francia), Gerard Laize (Domovision.VIA-París), Raquel Gálvez, Carmen Biel, Pepa Casado, Cristina Revert y Sales Tatay (OTH), Pilar Blanco y José Vicente Plaza (Contexto Comunicación-ASEPRI), Marcelo Arcolía (ASEPRI), Pablo Busó, Miriam Morante y Clara Blasco (Observatorio de Tendencias Infantiles-AIJU).

3. También alberga jornadas de presentación de tendencias con sesiones conjuntas de creativos y empresas. Es el caso de la jornada de presentación sPora, portal de creatividad y tendencias de diseño especializado en productos infantiles. Desarrollado por el IGD junto a la AEFJ (Asociación Española de Fabricantes de Juguetes).

4. Se pone especial interés en difundir y publicar, de forma periódica, tanto los servicios del CDD como los contenidos que desde el centro se desarrollan. De este modo, se ha publicado y editado desde el CDD el libro "La Investigación en torno al Diseño"; artículos en revistas especializadas en diseño como: D(x)l, I+Diseño, Área Play; Congresos y mesas redondas como: ICERI 2011 (4th International Conference of Education, Research and Innovation), FIMIFORUM 2011, Valencia DissenyWeek, Congreso Internacional de Tipografía 2010.

Desde el equipo de investigadores que gestiona el CDD IMPIVAdisseny se considera de especial relevancia contextualizar la investigación en diseño, particularmente las tendencias, y ponerla en valor. Entendemos que la transferencia de la información y el conocimiento en diseño, y especialmente en las tendencias, es estratégica para realizar proyectos innovadores y para el desarrollo de los sectores industriales. El Centre de Documentació IMPIVAdisseny se configura pues como plataforma que contribuye al desarrollo de la investigación en diseño y, además, la hace visible.

Notas

12 Bruce Nussbaum, a través de la publicación Business Week, promueve los beneficios del diseño y del pensamiento de diseño en el ámbito empresarial.

La investigación en diseño.

Gabriel Songel

Catedrático Universidad Politécnica de Valencia

IGD Grupo de Investigación y Gestión del Diseño

Año 2011

Si bien la fase de documentación previa es inherente a cualquier proceso proyectual, la complejidad de los entornos socioculturales que condicionan la innovación en nuevos

productos nos lleva a profundizar en estas fases decisivas de documentación dándoles el carácter de investigación previa, porque es donde se produce la creación de conceptos realmente innovadores.

Frente a la discusión que se plantea habitualmente entre los diseñadores si la fase de documentación y la creativa es investigación o no, la experiencia de más de veinte años del IGD Grupo de Investigación y Gestión del Diseño en la UPV ha contribuido a clarificar este debate, poniendo las bases de diferentes líneas de investigación en torno al diseño y que ha sido corroborada por la Comisión Nacional para la Evaluación de la Actividad Investigadora, dependiente del Ministerio de Educación y del Ministerio de Ciencia e Innovación con el reconocimiento a los miembros del IGD de cuatro tramos de investigación o sexenios que se remontan a 1992. Efectivamente, se ha logrado demostrar que la investigación en diseño puede desarrollarse en los tres niveles de investigación reconocidos en la Unión Europea. La Dirección General XII de la Comisión Europea¹³ establece la siguiente clasificación:

a) *Investigación fundamental o básica*, cuyo fin es ampliar el nivel de conocimiento sobre el universo material sin considerar su trascendencia práctica. La interrelación Ciencia-Tecnología-Desarrollo Económico ha provocado que la investigación fundamental se convierta en un instrumento para la adquisición de conocimientos industriales o empresariales.

En este nivel, las contribuciones del IGD han sido especialmente en la definición del sector del ocio como un sector de actividad industrial y de servicios vinculado a otros sectores emergentes y no necesariamente tradicionales como el sector juguetero¹⁴. También ha sido otra importante contribución la creación del archivo documental de catálogos del sector del ocio y hábitat, que forman parte del fondo del CDD IMPIVAdisseny.

Esta visión del conjunto del sector y su evolución ha permitido desarrollar una trayectoria en analizar las tendencias tanto genéricas como específicas del sector que nos han convertido en referente nacional con las colaboraciones con asociaciones empresariales del juguete y productos infantiles como AEFJ, ASEPRI y el Instituto Tecnológico del Juguete AIJU¹⁵. La investigación básica en diseño comprende el desarrollo de herramientas de observación de tendencias como las matrices de tendencias, en el sector juguetero se ha materializado con el portal Spora tendencias realizado por la AEFJ¹⁶. Por último, como investigación básica, se ha contribuido a la elaboración y el desarrollo del método del caso en gestión del diseño por lo que se ha podido conocer las decisiones internas en las empresas para tomar decisiones estratégicas.

b) *Investigación aplicada*, cuya actividad está basada en la investigación industrial básica y cuya finalidad es la de adquirir nuevos conocimientos que faciliten el logro de resultados concretos, tales como la creación de nuevos productos, de nuevos procesos o de nuevos servicios. Se trata de la investigación tecnológica.

En este nivel de investigación, la contribución se ha centrado en el desarrollo de metodologías específicas para el desarrollo de nuevos productos, como los mapas de producto¹⁷.

c) *Desarrollo Tecnológica*, entendiéndolo como tal al conjunto de actividades basadas en la investigación aplicada cuya finalidad es originar nuevos productos, procesos o servicios o perfeccionar los existentes hasta la fase de aplicación industrial estableciendo los elementos necesarios previos a la fase de producción.

En este nivel ha sido especialmente amplia la experiencia generada con la investigación de nuevos productos desarrollada con empresas y concluyente en productos reales en el mercado nacional e internacional. Los resultados obtenidos han sido los más de

id 20
09

veinticinco líneas de productos que se han materializado en más de cien referencias de mercado de empresas como Lego, Chicco, Popular de Juguetes, Isaba, Terra Natura o Gigo.

Notas

13 Dirección General XII de la Comisión Europea. Bruselas. European Commission Research. 1995

14 SONGEL, G. et al. Tendencias en el sector de ocio 2005. Ibi, Instituto Tecnológico del Juguete AIJU. 2005.

15 SONGEL, G. y GARCIA PROSPER, B. (2009) Identificación de tendencias en el sector juguetero. Ibi, Asociación Española de Fabricantes de Juguetes.

16 SONGEL, G. y GARCIA PROSPER, B. (2011) Spora tendencias para juguetes. Ibi, Asociación Española de Fabricantes de Juguetes.

17 SONGEL, G. (2007) Mapas de producto. Instituto de Diseño y Fabricación IDF. Valencia.