

GARCÍA PROSPER, Beatriz (coord.): *Investigación en torno al diseño*. Ed. CDD-Centre de Documentació IMPIVA Disseny. Valencia, 2011, 129 pp.



Esta pequeña obra recoge las reflexiones de personalidades del mundo del diseño, la investigación y de diversas instituciones documentales, expuestas en la sede del CCD-IMPIVA [(C)entro de (D)ocumentación en (D)iseño-(I)stituto

de (M)ediana y (P)equeña (I)ndustria (VA)lenciana] con ocasión de la celebración de dos ciclos de jornadas de investigación en torno al diseño¹, destinadas a colectivos susceptibles de utilizar documentación relativa a este campo, con el objetivo de profundizar sobre la investigación.

Beatriz García Prosper, directora de las jornadas, abre las ponencias cuestionándose en qué consiste la investigación en torno al diseño, señala su ámbito y resume el contenido de los eventos haciendo un pequeño resumen de la aportación de cada uno de los ponentes.

Gui Bonsiepe, en su trabajo: *Una taxonomía de innovaciones de diseño*, define el término

«innovación» y analiza cómo se concreta y manifiesta en el campo del diseño; presenta lo que denomina *los siete indicadores básicos* del diseño, que le permite establecer comparaciones entre los países en los que esta actividad juega un papel económicamente relevante, plantea siete estrategias para competir en mercados internacionales y, analizando lo que llama la estrategia de «*competencia mediante diseño*», establece ocho clases de innovación que complementa con una lista de vectores que determinan las innovaciones en este campo. Termina con una reflexión: «*la innovación hoy en día tiene buena prensa. Nada está dicho sin embargo sobre el contenido de la innovación. Con relación al diseño, el espectro va desde la innovación radical hasta la variación de lo idéntico, de lo esencial, hasta lo trivial. Sería deseable que en el futuro, la atención se fije no tanto en la innovación en sí, sino en que se revisen los contenidos de las actividades innovadoras con respecto a su relevancia social.*»

Muy interesante es la aportación de Norberto Chaves en torno a *El valor de la comunicación (o lo caro del silencio)*, que versa sobre la identidad corporativa, en tanto que acto de comunicación. Reflexiona sobre ella y propone como condiciones básicas para su desarrollo: la credibilidad, pertinencia y eficacia del mensaje a las que añade, como requisito, «*una sólida exigencia de calidad*». Tras comentar algunos estudios de casos, afirma que «*un buen profesional debe pensar que siempre está haciendo las cosas mal y un buen cliente tiene que pensar que siempre merece lo mejor*». En su opinión, la frase resume los dos objetivos que son necesarios para mejorar. El

¹ Realizadas en abril y diciembre del 2008 y noviembre del 2009.



incremento de calidad, según el autor, tiene que ver con la responsabilidad que tienen las empresas ante la sociedad y con la responsabilidad que deben tener los profesionales en atender bien a sus clientes. En esa relación, la creatividad deja de ser un concepto clave para el diseño. ...«*lo realmente innovador sería apostar de un buena vez por la calidad*», si eso fuera así, afirma, seríamos de una originalidad pasmosa.

De gran interés es el trabajo de Vincent Grégoire, director del departamento «Arte de vivir» de la agencia de estilo Nelly Rodi, dedicada al estudio de las tendencias. El arte de vivir es lo que se considera «la paramoda» y se interesa, en general, por todo lo que envuelve o concierne el entorno de la persona y el consumidor: diseño, arquitectura, cosmética, electrónica, automóvil, la alimentación, el sector servicios. Su departamento recoge información, la analiza y elabora con ella un cuaderno de tendencias. El autor distingue dos tipos de consumidores: los que denomina *Alterconsumidores*, que buscan «el menos es más», la calidad y la ética, y los *bling bling* o *Überconsumidores*, más apasionados por las marcas, los excesos, las experiencias. Además, en relación a estos grupos, destaca cuatro actitudes por parte de los consumidores en lo que se refiere al campo del diseño: *los evolucionarios*, que se sienten interesados por la idea de compartir, de volver a lo esencial y a la calidad; *los X-plorers*, que aspiran a reconciliar la naturaleza con la ciencia, la tecnología con lo humano, en medio de una postura ecológica, pero fusionada con modernidad; *los Magicshamans*, fascinados por todo lo que les resulta extraño e innovador; y los *Anartistas*, *los más jóvenes*, que quieren cambiar el sistema reaccionando un poco con sentido del humor. Cada uno de ellos, demandan bienes y servicios ajustados a sus necesidades. El estudio de las tendencias ayuda a conocer el estado de la cuestión, a anticipar las demandas, a producir de manera eficiente y a guiar las estrategias del diseño en un momento de crisis en donde se esperan grandes cambios de actitudes y para el que la palabra «reinicio» se considera un término clave.

En la línea del anterior, Gerard Laize, en su trabajo: *Las corrientes de evolución del espacio vital y su modo de empleo. Domovisión 2009-2014*,

expone una panorámica de la evolución de las tendencias en la sociedad y señala los factores que influyen en ellas a corto y a largo plazo. Se hace eco de la crisis mundial, que prevé será larga y acentuará las desigualdades sociales, aunque, en su opinión, tendrá efectos beneficiosos si se sabe convertir la información en conocimiento práctico. En opinión del autor, en el futuro iremos más rápido, pero menos lejos, pues frente al desarrollo de los flujos informáticos, la crisis energética, basada en el empleo de hidrocarburos, hará decrecer transporte automovilístico y aéreo. No obstante, las máquinas y los robots se desarrollarán extraordinariamente y vendrán en nuestra ayuda; la nanotecnología se anticipará a nuestros sentimientos y deseos y controlará nuestras decisiones y movimientos. A largo plazo, las consecuencias para la vida doméstica irán en consonancia con el bienestar y se producirá una mayor proyección de la ergonomía en la fabricación de objetos; aparecerá una nueva sensibilidad étnica que propiciará un cierto retorno a los orígenes; primará el hedonismo y se desarrollarán nuevas relaciones con el entorno y con los otros, surgidas de los cambios. Por otra parte, el confort será un valor en alza, la asimetría será tenida en cuenta como factor ergonómico, la modularidad será empleada para una mejor respuesta en la utilización del espacio de acuerdo a necesidades cambiantes; la personalización del producto, responderá a la reivindicación legítima de un cliente que busca distinguirse de los demás y el diseño ecológico, gran reto del siglo XXI, terminará por integrarse en la propia base del diseño. Por último, indica las grandes familias que influirán en las corrientes creativas: las tecnológicas y funcionales, las socioculturales, las étnicas y las artísticas e indica varios términos que servirán para designar las actuales corrientes de creación y su tendencia evolutiva. De esta manera, por ejemplo, oiremos la expresión «Ecotech» para referirse al diseño de alta tecnología; el «Lego pop» para el diseño light; el «Circus Circus» para un tipo de diseño en donde el color y la diversión triunfa; el «Napoli Pucci», para aquellos productos que inciden en la renovación de lo tradicional; el «Material Skin» para aquel que demuestra cómo las artes decorativas se perpetúan con una elegancia

intemporal; el «Surrealistic» para el diseño neobarroco; el «Silk Jaipur» para el diseño étnico; el «Bricolo fun» relacionado con el eco diseño; y la expresión «Cosmic mineral» para aplicarlo al diseño natural poco trabajado.

Con un contenido diferente, Victor Margolin, profesor emérito de Historia del diseño de la Universidad de Illinois (Chicago), escribe sobre *Los archivos y el sentido histórico del diseño*, trazando un pequeño recorrido histórico de su evolución, resaltando su importancia y objetivos y añadiendo una pequeña reflexión sobre su futuro. Contempla, como hecho diferencial, la especificidad de la información digital y el acceso virtual a los archivos, lo que, en su opinión todavía plantea desafíos difíciles y cuestiones aún sin resolver. No obstante, cree que es fundamental poner la documentación histórica a disposición de todos los interesados para hacer avanzar la comprensión pública del diseño no sólo en su dimensión histórica, sino también en sus actuales condiciones y posibilidades futuras.

Por su parte, el profesor Román de la Calle presenta la labor del MuVIM en un texto titulado *Diseño, centro de Documentación y museo. Reflexiones en torno al valor y valoración asignados al centro de documentación de diseño gráfico del MuVIM*, en el que explica la estructura de su funcionamiento, describe sus funciones y ordena las tareas exponiendo sus estrategias y bases conceptuales. A modo de conclusión propone como fórmula de trabajo: a) no realizar ninguna actividad en el museo que no vaya incorporada de reflexiones previas, paralelas y posteriores, b) no planificar ninguna actividad sin la presencia de un diseñador, y c) no desarrollar ninguna actividad de sus funciones. Una de ellas es la de reunir, conservar y difundir la documentación gráfica realizada por el propio museo, fruto de sus diferentes actividades, para lo que tiene que recoger toda la documentación que se produce por cada una de las actividades, describirla siguiendo las reglas vigentes para la catalogación, ubicarla, conservarla y difundirla para facilitar su acceso al usuario.

Mela Dávila Freire presenta «*Algunos aspectos de un centro de documentación contemporáneo. El caso práctico del centro de estudios y documentación del MACBA*», cuyas funciones se sintetizan

en coleccionar, fomentar la investigación, divulgar y difundir, subrayando a modo de conclusión tres ideas que le parecen básicas: en primer lugar, destacar que todos los esfuerzos por captar fondos y crear colecciones de documentos deben estar acompañados de un impulso equivalente por difundir entre el público interesado los materiales que pasen a su custodia o propiedad; en segundo lugar, que nunca debe perderse de vista la valiosa labor de documentar rigurosamente la actividad de propia institución que acoge los fondos; y por último, aprovechar los propios recursos como soportes de innovación y experimentación formal en el ámbito del diseño gráfico, que constituye uno de los objetos de interés del centro.

Ana Cabrera Lafuente, en su trabajo *El museo como depósito del diseño*, nos cuenta los orígenes y la evolución del Museo Nacional de Artes Decorativas al que, en palabras de la autora, podríamos considerar hoy como depósito del *know how* del diseño contemporáneo e incluso como depósito de la memoria del diseño anterior. El museo, que desde su fundación (1912) ha pasado por muchas etapas y experimentado profundos cambios, se encuentra ahora totalmente renovado, ha redefinido sus funciones y su conexión con la sociedad, está en conexión con distintas asociaciones de diseñadores, realiza exposiciones temporales y cuenta con una importante documentación en el campo de las artes decorativas y el diseño

El texto se completa con dos trabajos más: uno de Andrés Alfaro, que nos presenta la *Colección de Alfaro Hoffman* como ejemplo de coleccionismo de una entidad privada dedicada a la muestra y difusión de sus fondos sobre la cultura del objeto cotidiano del siglo xx, y otro de Carmen Cuesta sobre *La estrategia del diseño*, que reflexiona sobre el papel que juega esta actividad dentro de una sociedad cambiante como es la que nos ha tocado vivir.

Una obra intensa y muy llena de contenido que interesa, sorprende y hace pensar al tiempo que orienta y facilita el camino a todos aquellos que desean desarrollar una investigación en torno a este campo.

Pilar Blanco