



Area Play

Revista de investigación
en diseño para el ocio.

Nº 25 Mayo de 2020



Áreas

- Proyectos.
- Investigación.
- Formación.
- Conocimiento.
- Tienda.
- Taller Leisure.

Ítems.

- Artículos.
- Coleccionables.
- Conocimiento de usuario.
- Comunicación.
- Diseño.
- Diseño para usuario.
- Diseño de concepto.
- Diseño para todos.

Dosiers de prensa.

- Enlaces.
- Ensayos.
- Evaluación de proyectos.
- Formación.
- Forum.
- Gestión del diseño.
- Herencia cultural.
- Investigación.

● Juegos.

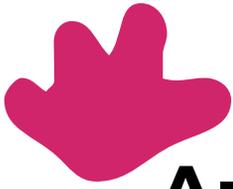
- Juegos de Mesa.
- Juegos para móviles.
- Juguetes.
- Libros.
- Merchandising.
- Modelos.
- Multimedia.
- Museo del Juguete.

Normativa.

- Noticias.
- Observatorio.
- Outdoor.
- Parques.
- Parques temáticos.
- Personajes.
- Prototipos.
- Proyectos.

● Publicaciones.

- Relatos.
- Story boards
- Tendencias.
- Tienda.
- Urban.
- Videojuegos.
- Visión.



Area Play

Revista de investigación
en diseño para el ocio.

Nº 25. Mayo de 2020
Ejemplar gratuito.
Edición semestral.
<http://areaplay.webs.upv.es/>
ISSN: 1888-427X
D.L.V-528-2008

**Grupo de Investigación y
Gestión del Diseño**
Camino de vera, s/n.
46022 VALENCIA, ESPAÑA
Tel: 0034 963 877 464

Editor:

Gabriel Songel González, Catedrático
de Universidad. Universitat Politècnica
de València.

Comité de edición:

Dra. Beatriz García Prósper, Profesora
Titular de Universidad de Diseño para
Ocio, Universitat Politècnica de València.

Dra. Patricia Rodrigo Franco, Profesora
Asociada ETSID, Universitat Politècnica
de València.

Dra. Begoña Jordá Albiñana, Profesor
Contratado Doctor de Diseño Gráfico,
Universitat Politècnica de València.

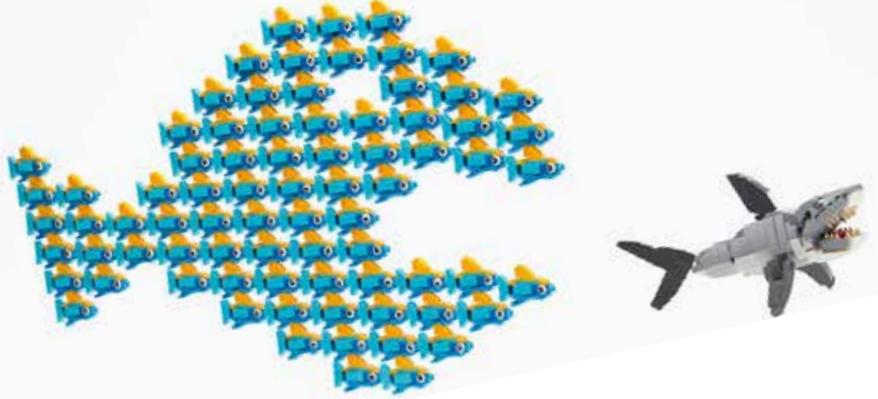
Alfonso Soriano Ballester, Profesor
Asociado ETSID, Universitat Politècnica
de València.

Concepto Gráfico: *Innoarea Design.*

Carmelo Puyo y Alfonso Soriano.

Maquetación:

Patricia Rodrigo / *Innoarea Design.*



Editorial

Gabriel Songel

**AreaPlay 25.
Cambios drásticos.**

En el año que recordaremos como el de la pandemia mundial, surge una concienciación global de la necesidad de replantearnos prácticamente toda nuestra forma de vida, desde cómo nos vestimos, cómo nos desplazamos, qué comemos y qué y cómo consumimos. También las formas de ocio se verán afectadas por esta necesidad de cambio reclamada por la sociedad. Y, por supuesto, las tendencias en la concepción y diseño de los juguetes están reflejando ya esa demanda.

Y es que, en épocas de crisis, siempre se recurre a lo básico, a los clásicos por pura política de contracción: se reducen los mercados, las empresas, los presupuestos y, en consecuencia, los productos. Vemos una vuelta a conceptos básicos que siempre han funcionado bien y, ahora, empujados por necesidad de optimizar y economizar, se convierten en conceptos más necesarios que nunca. Pero, además, la concienciación de los problemas medioambientales y la demanda de soluciones, están propiciando la concepción de nuevos productos. Este hecho, sumado al fenómeno inédito del confinamiento de las personas en gran parte de los países desarrollados, arroja el consecuente dato del incremento de la demanda de juegos de familia y juegos de ingenio vendidos a través de plataformas online.

El básico y clásico principio de "Menos es más" se impone por necesidad. Los principios de diseño básico, donde se aplican todas las técnicas para la optimización de las formas por la geometría compositiva, demuestran que la geometría es economía. En esta misma dirección, lo básico requiere no crear desechos,



LEGO. Rebuild the World.

o en todo caso, poder jugar con lo desechable. El envase de los juegos se convierte, por fin, en parte del juego. El compromiso y la educación de los principios medioambientales también se reflejan en la forma de jugar y en los materiales a emplear. La recuperación de los clásicos juegos de manualidades con elementos de la naturaleza o para jugar en la naturaleza son parte de la estrategia global de adaptación al medio, de cambio constante.

Por otro lado, ese cambio se percibe en el desarrollo de nuevos materiales sostenibles que, poco a poco, se van imponiendo en todos los sectores productivos, y especialmente en el sector juguetero como gran consumidor de plásticos en productos y envases.

Estamos en un escenario en el que la educación medioambiental es fundamental y los juguetes son parte de esa educación y así se podrá realizar un cambio drástico en nuestra sociedad. Dos imágenes que sintetizan estas ideas serían la portada de la revista de la Feria del Juguete de Nuremberg, Spirit of Play con el título #Change y la imagen del camaleón como icono de la adaptación al medio, y por otro lado la campaña global de Lego "Rebuild our world" con múltiples creaciones de niños y niñas del mundo en tiempos de confinamiento, y especialmente la imagen de los pequeños peces organizados que se comen al tiburón. Una imagen y un mensaje perfecto para nuestros tiempos: el cambio está en cada uno de nosotros, y bien organizados y administrados, podremos dar la vuelta a la situación.

Gabriel Songel



The Spirit of Play. The Global Toy Magazine vol.#4. Spielwarenmesse.



American Girl Heroes

Spielwarenmesse revela las tendencias 2020.

Spielwarenmesse® Press

El Trend Committee internacional de la Spielwarenmesse ha identificado tres fuertes tendencias para 2020: "Toys for Future", "Digital goes Physical" y "Be you!". Estas tendencias pudieron verse y experimentarse en la Spielwarenmesse, que abrió sus puertas del 29 de enero al 2 de febrero de 2020 y en la que se expusieron más de un millón de productos. La TrendGallery del pabellón 3A es el centro neurálgico de las innovaciones, con una superficie de unos 1.000 m². Las Islas de las Tendencias presentan productos que reflejan las tendencias, dando a los visitantes profesionales la oportunidad de explorarlos y ponerlos a prueba.

Toys for Future - La sostenibilidad en el juego

El actual movimiento *Fridays for Future* pone de relieve cómo el cambio climático nos afecta a todos. La industria del juguete tiende a abordar temas de actualidad y a reflejar el mundo a pequeña escala. Los productos que se enmarcan en esta tendencia se centran en la protección del clima y la sostenibilidad. No sólo promueven un comportamiento respetuoso con el medio ambiente y

' Los productos que se enmarcan en esta tendencia se centran en la protección del clima y la sostenibilidad.'

conciencian a través del juego, sino que también incluyen juguetes con aspectos sostenibles, como materiales ecológicos, o artículos que han sido reciclados o upcycled.

Productos asociados a 'Toys for future'

Actualmente, a todos preocupa la protección del planeta y la sostenibilidad. Sin ir más lejos, el movimiento estudiantil 'Fridays for future' ha logrado lo que los políticos y otras iniciativas medioambientales han estado intentando durante años: que el público hable sobre el cambio climático a escala global.

Su mensaje es simple: la tierra es nuestro único planeta y no hay un planeta B. Lo que tenemos

es lo que obtendremos y depende de ti y de mí protegerlo. Y ahí es donde interviene el tiempo de juego. Incluso los niños más pequeños son realmente receptivos a los juegos que incluyen mensajes como reciclaje, sostenibilidad o renovabilidad.

' Los niños son el futuro y estos juguetes preparan a los niños para afrontarlo.'

La tendencia 'Toys for future' ofrece una visión general de las marcas y los juguetes que ayudan a transmitir la sostenibilidad y la conciencia medioambiental a los niños a través del juego.

La presentación de la tendencia Toys for Future abarca los siguientes temas:

- Juguetes estimulantes y educativos con un aspecto de sostenibilidad y/o protección del clima.
- Juguetes fabricados con materiales sostenibles y reciclados.
- Capacitar a los niños para un mundo mejor.

Los niños son el futuro y estos juguetes preparan a los niños para afrontarlo.

Was Ist Was – Tessloff Verlag

Por ejemplo, la colección de libros Was ist Was. Ya sea sobre el ciclo de vida de una abeja o sobre el cambio climático. Presenta capítulos muy cortos y atractivos con diagramas interesantes y, al final de cada uno de estos capítulos, proponen un test. Lo que significa que además de aprender y divertirse, se puede comprobar si toda esa información ha quedado grabada en las mentes de los más pequeños.

Hagemann Breed Set For Wild Bees – Hagemann Bildungsmedien

Pasando de los libros a la acción. El conjunto de Hagemann para abejas salvajes. Una mini colmena para que los niños puedan criar sus propias abejas bebé y conseguir su propia colonia personal. Un juguete para repoblar la población de abejas silvestres desde casa.



HAGEMANN WILDBIENEN

Clip It – Waste is More

CLIP IT es una colección de clips, elaborados con plástico procedente de botellas recicladas, que permiten construir estructuras geniales recuperando elementos de desecho como tapones y dándoles una segunda vida.

Digital goes physical: las figuras virtuales se hacen reales

Los personajes de conocidos juegos de ordenador y deportes electrónicos se están convirtiendo en temas populares de licencia. Asimismo, los canales de YouTube, las aplicaciones y los servicios de mensajería ofrecen un potencial considerable. Los usuarios operan dentro de mundos digitales y se identifican con el contenido ficticio. En la tendencia "Digital goes Physical", los personajes digitales entran en el mundo de los juguetes convencionales. Los homólogos físicos de los personajes se convierten en una extensión de la realidad virtual, abriendo la puerta a nuevas experiencias a través del juego.

' Los usuarios operan dentro de mundos digitales y se identifican con el contenido ficticio.'

Productos asociados a 'Digital goes physical'

Baby Shark, Fortnite, Roblox y compañía tienen una cosa en común: ¡sorprenden a sus fans no solo en línea, sino también en la vida real! Los niños no sólo quieren ver a sus ídolos digitales en la pantalla, sino también interactuar con ellos en el mundo físico, ya sea en forma de peluches, figuras coleccionables o juegos de mesa. La presentación de la tendencia Digital goes Physical destaca los siguientes temas:

- De las plataformas digitales a los juguetes físicos
- Cómo inspiran Fortnite y Pokémon & Co.

Con más de 215 millones de jugadores en todo el mundo y con los deportes electrónicos profesionales llenando estadios, era sólo cuestión de tiempo





que nuestros personajes favoritos de los videojuegos llegaran al mundo físico real.

Muchas aplicaciones y videojuegos ya han demostrado cómo hacerlo: con peluches, puzzles, figuras de acción, juegos de mesa, mochilas, ropa... cualquier cosa, si es digital, se puede convertir en real.

' Los niños no sólo quieren ver a sus ídolos digitales en la pantalla, sino también interactuar con ellos en el mundo físico...'

Baby Shark Wooden Sound Puzzle – Spin Master International

En este momento toda la generación de primera infancia se está volviendo loca por Baby Shark doo doo doo doo. Un vídeo reproducido más de 3,8 mil millones de veces en Youtube, que incluso ha llegado a las listas de Billboard Hot 100. Pues bien, las piezas de madera de este puzzle activan la popular canción del Baby Shark. El juego incluye a mamá tiburón, papá tiburón, abuela tiburón, abuelo tiburón y, por supuesto, al bebé tiburón. Una forma divertida de que los niños aprendan a reconocer formas y sonidos a través de la popular canción.

Loot Plush Purple Lama – Jazwares

Por su parte, las generaciones más juveniles se vuelven locas por los videojuegos shooter online constructor como Fortnite. Si eres video gamer, reconocerás esta Llama de peluche. Este muñeco contiene el botín y cuando está vacío es una felpa para estrujar.

Cloudstrike Glider Drone – Jazwares

Otro ejemplo de este tipo de juguetes lo encontramos en el Cloudstrike Glider Drone, que puede llegar a ochenta metros de altura, con control de altitud y giroscopio de seis ejes y es compatible con las figuras de Fortnite de 8,4 pulgadas. Con él puedes llevar a tu figura favorita a la luna y volver, quizás no a la luna, pero llevarlo muy alto.

Pikachu & Eevee Pokeball Collection – The Pokemon Company International

El conocido personaje de la serie Pokémon, Pikachu, ahora viene acompañado de Eevee. Las figuras favoritas de los admiradores de esta popular serie vienen acompañadas de una Pokeball, que alberga hasta sesenta cartas de Pokémon.

De Roblox a Overwatch, de Pokemon a Minecraft, lo digital se vuelve realmente físico en la Sipelwarenmesse TrendGallery.

Be you! - Juegos para todos

El mundo es colorido y diverso. El juego conecta a todos, independientemente de su origen, religión o apariencia. Este es el principio fundamental de esta tendencia que aúna dos objetivos: ayudar a las personas con necesidades especiales y promover la tolerancia, la inclusión y la diversidad. Las personas con discapacidades o enfermedades, como la demencia o el Parkinson, tienen necesidades táctiles muy diferentes en cuanto a juguetes y juegos. Los productos de este tema estimulan sus mentes y habilidades motrices a la vez que crean experiencias compartidas.

' El juego conecta a todos, independientemente de su origen, religión o apariencia.'

Productos asociados a las tendencias 'Be you!'

Celebrar la diversidad: juguetes que fomentan la tolerancia y el respeto. Todo el mundo es único, y todos tenemos necesidades, orígenes y religiones diferentes. La tendencia 'Be You!', presenta juguetes que ayudan a los niños con necesidades especiales al tiempo que promueven la tolerancia. La tendencia 'Be You!' abarca los siguientes temas:

- Promover la diversidad y la tolerancia: ¡sé tú mismo!
- Juguetes que ayudan a las personas con enfermedades y necesidades especiales.

Yo, tú, él, nosotros, vosotros, ellos... todos somos diferentes y a la vez, todos iguales. Por esa razón, la tendencia 'Be You!' invita a ser uno mismo. En estos momentos nuestras diferencias son la sal de la vida. Y a través del juego podemos fomentar realmente la diversidad y la tolerancia.

My Little Muslim Friends – The Desi Doll Company

Un buen ejemplo es la nueva gama My Little Muslim Friends de Desi Dolls.

Una serie de muñecos que promueven la amistad, la comprensión y el respeto entre los niños musulmanes y sus amigos no musulmanes. La colección invita a jugar y divertirse con palabras, canciones y música sin dar importancia al modo de vestir o de pensar, sólo disfrutando juntos.

Wildlife Photographer Mia – Lottie Dolls

Hablando de diversidad y representación encontramos a "Mia, la fotógrafa de la vida salvaje" que es la primera muñeca del mundo producida en serie con un implante coclear. Un claro ejemplo de cómo, además de promover la diversidad, los juguetes también pueden ayudar a personas de todas las edades con necesidades específicas.

Feel and Race – Haba

Por último, Feel y Race, es un juego en el que cada jugador tiene dos piezas. Es agradable, rápido y sencillo y cada una de las piezas está diseñada específicamente con una parte superior única. Así que las personas con impedimentos visuales pueden jugar simplemente con el tacto. Y son agradables y robustos de manera que las personas con deficiencias motrices también pueden jugar.

Todos somos necesarios para construir el mundo en que vivimos y estos productos lo demuestran. Por esa razón, el mensaje en Sipelwarenmesse TrendGallery es simplemente 'Be you!'

BE! YOU



Tendencias, innovaciones y conocimientos

La TrendGallery del pabellón 3A es sinónimo de productos de tendencia, nuevas ideas, expositores innovadores y transferencia de conocimientos. Las islas de tendencias permiten a los visitantes profesionales ver de cerca el tipo de productos que reflejan las tendencias y probarlos por sí mismos. Además, los numerosos expositores ponen de manifiesto las innovaciones en todos los grupos de productos. La TrendGuide, disponible en la TrendGallery, contiene información bien presentada sobre los productos de tendencia y las innovaciones. En el Toy Business Forum, los expertos dan charlas diarias sobre las últimas tendencias y sobre los temas y retos que afronta el sector, ahora y en el futuro.

desi doll Meet My Little Muslim Friends

Mohammed
Hana
Zakariya
Fatimah
Maryam

The advertisement features five individual product cards for dolls. Each card has a colorful background and a photo of the doll. The dolls are: Mohammed (a boy in a red shirt with the number 11), Hana (a girl in a striped shirt), Zakariya (a boy in a blue and green striped shirt), Fatimah (a girl in a blue dress and pink headscarf), and Maryam (a girl in a purple dress and pink headscarf). Each card also includes the 'desi doll' logo and the name of the doll.

Spazio Corraini en Milán

Beatriz García Prósper

Profesora Titular Diseño para Ocio

ETSID - Universitat Politècnica de València

'Nuestro trabajo está hecho de curiosidad y descubrimiento, un hábito de ligereza y diversión. Un proceso impredecible e ininterrumpido que en nuestro caso ha durado 40 años. 40 años de encuentros, de interferencias entre arte y libros, de investigación de nuevos idiomas, de contaminación y de experimentación abierta'.

Así se define Corraini Edizioni, una iniciativa de Marina Barbieri y Pietro Corraini que es al mismo tiempo una editorial, una galería de arte y un espacio de experimentación e investigación: un taller editorial abierto a artistas, ilustradores y diseñadores italianos y extranjeros, un espacio para hacer libros y proyectos de arte y diseño.

'Nuestro trabajo está hecho de curiosidad y descubrimiento, un hábito de ligereza y diversión.'

Entre las muchas colaboraciones, destaca la de Bruno Munari, un artista versátil que ha trabajado con Corraini durante muchos años, transmitiendo la idea de un laboratorio siempre abierto a la creatividad y la imaginación.

Libros

Fundada junto con la actividad ya consolidada de la galería de arte, la actividad editorial de Corraini Edizioni varía entre diseño, arte e ilustración, siempre mezclando las cartas en la mesa entre las diferentes disciplinas. Como es natural, dada la asociación con Munari, se da una atención particular al mundo de los libros de artista para niños.

En la realización de cada uno de nuestros proyectos editoriales, el contenido y el contenedor se consideran aspectos complementarios del mismo proyecto. Concretamente, cada volumen es el resultado del cuestionamiento global de cada aspecto formal y de contenido (dimensiones, elección de papel y materiales, encuadernación, portada, tipología de impresión, gráficos, selección de textos e imágenes), en estrecha colaboración con el autor, para buscar una solución editorial armoniosa que conforma su concreción a una idea-proyecto.

Nuestro catálogo incluye, entre otros, libros y objetos de Munari, Martí Guixé, Enzo Mari, Bob Gill, Giosetta Fioroni, Ettore Sottsass, Paul Rand, Andrea Branzi, Steven Heller, Steven Guarnaccia, Alessandro Mendini, Alfredo Jaar, Italo Lupi, Daniel Eatock, Michelangelo Pistoletto, Antonio Marras, Paul Cox, Michele De Lucchi, Suzy Lee, Francesco Simeti, Luigi Veronesi, Riccardo Dalisi, Gabriele Basilico, Esther Lee, Taro Gomi, Richard McGuire, Taro Miura, Harriet Russell y muchos otros.

'Entre las muchas colaboraciones, destaca la de Bruno Munari, un artista versátil que ha trabajado con Corraini durante muchos años, transmitiendo la idea de un laboratorio siempre abierto a la creatividad y la imaginación.'

Galería de arte contemporáneo

La Galería Corraini, fundada en Mantua en 1973, centra su investigación en la continuidad del trabajo que se encuentra entre los grandes artistas contemporáneos y las generaciones más jóvenes. Una investigación-experimentación atenta a nuevas formas y nuevos talentos, que busca encontrar nuevas formas, fieles a su enfoque transversal e interdisciplinario entre arte, diseño, gráficos, edición y fotografía. También se han realizado exposiciones de particular importancia (monográficas o temáticas) en lugares fuera de la galería en colaboración con organismos públicos y privados, museos, asociaciones y fundaciones.

Laboratorios

En los más de 20 años en los que ha acompañado la actividad de nuestra galería, Bruno Munari nos ha transmitido su pasión por la ligereza, el interés por la experimentación en el campo y la curiosidad ante las pequeñas cosas. A partir de esta atención y de la investigación continua que realizamos junto con nuestros autores y los artistas que trabajan con

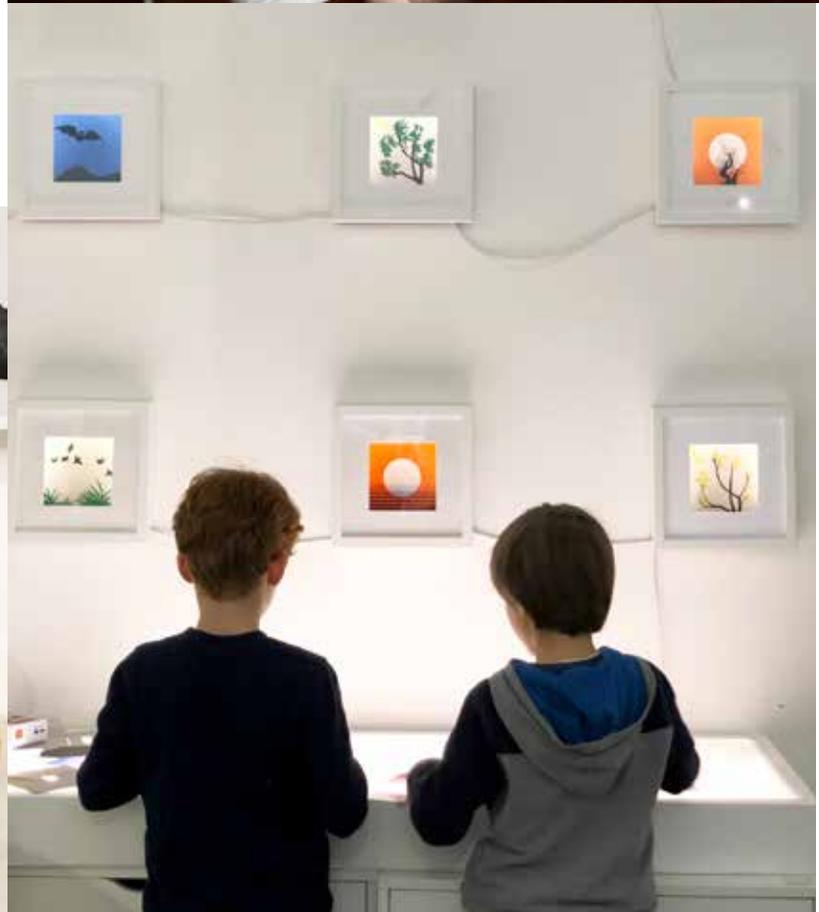
nosotros, los laboratorios que diseñamos y creamos se crean tanto para adultos como para niños.

Proyectos con empresas e instituciones

Aquí las ideas se convierten en proyectos editoriales, eventos o exposiciones. Desde la discusión hasta el trabajo práctico, todas las fases del trabajo de una editorial y una galería de arte contemporáneo convergen en una especie de taller laborioso. Nuestros interlocutores son artistas, diseñadores gráficos, críticos de arte y diseño, instituciones culturales, pero también empresarios de gran sensibilidad que creen en el alcance innovador y duradero de la cultura del proyecto.

Bibliotecas

Corraini Edizioni combina la actividad de publicación y distribución de libros con la gestión de espacios relacionados con la venta de su catálogo y propuestas editoriales seleccionadas: librerías y librerías de museos donde los libros suelen ir acompañados de una intensa propuesta de iniciativas colaterales (talleres, reuniones y pequeñas exposiciones). Puede encontrarnos en Milán, Bolonia y Turín.





Area Play

Revista de investigación
en diseño para el ocio.

www.AreaPlay.upv.es

ISSN: 1888-427X

D.L. V-528-2008



IGD. Grupo de
Investigación y
Gestión del Diseño



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

Patrocinada por:



Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño

Recomendada y difundida por:



Asociación Española de
Fabricantes de Juguetes



ASPPPI Asociación Española
de Fabricantes de Productos
para la Infancia

NEXUS
DESIGN CENTRE

