



## ► Desarrollo metodológico del Diseño en la cultura latina. Carta de Turín 2008

Sebastián García Garrido

El escenario y la ocasión de la celebración de la primera capital mundial del diseño ha sido el catalizador de una valiosa iniciativa de su promotor, el profesor Flaviano Celaschi, en el Politécnico de Turín en comisión de servicio desde su puesto en la Facultad de Diseño de Milán. Se trata de un destacado impulsor de lo que se entiende en Italia como Metaproyecto —una investigación rigurosa, multidisciplinar y pormenorizada que garantice la eficacia de los resultados— y de su orientación hacia sectores no materiales, como el ámbito de los Bienes Culturales y la valoración de cualquier tipo de referente o interés que lo demande.

Es destacable el desarrollo de la metodología del diseño en Italia, desde que se crearan las titulaciones universitarias de Diseño en el año 2000, y la conciencia generalizada de la necesidad de este aspecto como motor de la capacidad de alcanzar objetivos insospechados mediante la profesionalización del proyecto de diseño. La sociedad en general y, especialmente, profesionales, empresarios y responsables gubernamentales tienen conciencia plena del papel del diseño en la economía de

todo un país —por encima del interés turístico ante el gran patrimonio histórico artístico que poseen— y en la competitividad internacional que requiere el mercado actual en este sector estratégico. Ello posibilita que esta iniciativa parta de donde otro renacimiento de la cultura clásica, que Roma se encargó de difundir a todo el Mediterráneo y zonas de influencia, sea posible en pleno inicio de un nuevo milenio.

La energía y la materia prima de la creación e innovación en Diseño está en la Cultura. Es evidente que la cultura clásica, que generaron los diferentes pueblos que habitaron las orillas del Mediterráneo, es fruto sustancial de una intensa interrelación de particularidades de cada pueblo, maneras de pensar y de sentir, intercambio de productos y experiencias, e incluso de canalización de todo aquello que la rica cultura oriental podría aportar, gracias a los pueblos de Oriente Medio que fueron intersección de dos grandes mundos. Esta difusión de los contactos culturales, más allá del mar común, pasó el testigo a los pueblos del extremo occidental, que del mismo modo abrieron caminos y

vínculos de todo tipo con el mundo occidental para de esta manera convertirse la cultura clásica en cultura occidental.

Sin duda, buenos embajadores de la civilización clásica fueron quienes vivían en la provincia más romanizada fuera de Italia, que incluso dio emperadores a Roma, de la importancia de Adriano y Trajano, y filósofos como Séneca que nacieron y se educaron en Hispania. Una cultura que no sólo llegó al otro lado del mundo conocido sino que se fundió en muchos aspectos en un mestizaje que no se ha dado con otros pueblos llegados a América y que es prueba de esa cultura latina abierta durante milenios a ser bañada e impregnada de la riqueza que supone mezclarse con otras maneras de pensar, de sentir... De entender, como un privilegio, el descubrir nuevos mundos y nuevas gentes con quienes intercambiar mucho más que productos.

Gracias a esta conciencia universal y abierta, que se consideraba más rica en la medida que conocía e intercambiaba más, fue una realidad la creación de las grandes universidades que nacieron en Iberoamérica, casi al mismo tiempo que las primeras de Europa; que se crearan las primeras imprentas reales poco después que las europeas; o se fundaran las primeras grandes ciudades, con monumentales catedrales e infraestructuras que ya deseábamos en muchas partes de la propia España o Portugal, de

aquella época, entregadas completamente a esa labor que les tenía reservada el destino.

Pero la falta de contactos, de relaciones más estrechas, de trabajo en común ha determinado, en los últimos siglos, que esa raíz clásica de la cultura occidental se haya reinterpretado por una mentalidad y una manera de ser, no tan abierta ni de naturaleza propiamente integradora, por el mundo anglosajón. La originaria cultura occidental había desconectado de esa civilización mediterránea que había crecido en las relaciones con otros pueblos, emparentando secularmente mediante ese propio carácter soluble con otras culturas. Esa diferencia de naturaleza, de carácter y de actitud, de la predominante cultura occidental, en los últimos tiempos se ha convertido en un grave problema, lo que entendemos por globalización, en un momento histórico en que viene siendo la economía, el poder político y la estética dominante. En consecuencia, se encuentran al borde de la extinción culturas tan valiosas como toda aquella que sea diferente a las demás; y que deberían contar con un esfuerzo de todos por conocer, estudiar y considerar para, entre otras cosas, avanzar y ser más felices, incluso ante tal diversidad estética. Seguro que tendríamos mucho interesante de que aprender y obtendríamos un verdadero desarrollo universal si esas interesantes minorías locales tuvieran su contribución en nuestro

mundo global. Por ello el gran potencial que sigue existiendo en el ámbito de la cultura latina necesita confianza en sí misma, desarrollo de su sistema para la formación de los futuros profesionales y de investigación e innovación en los métodos y procesos para fomentar una estética común, dentro de una identidad propia y abierta a la interrelación de todas las culturas del mundo.

Nuestra sociedad requiere, por tanto, un nuevo Renacimiento de los verdaderos valores clásicos, abiertos a un mundo que ya no se limita al ámbito clásico mediterráneo ni a la Europa optimista y emprendedora de finales de la Edad Media sino a todo el planeta. El deseo de avanzar en el conocimiento, tanto propio como ajeno, en los logros que puede alcanzar la creatividad y la buena voluntad del hombre —ante los demás y ante su hábitat— es el sueño del humanista que hace posible estas épocas de transición y regeneración global, tan necesarias en nuestro mundo. El interés por la metodología es el camino, como lo fueron en el Renacimiento los tratados que ya eran frecuentes en la antigüedad clásica. Nuestros más destacados metodólogos del diseño, de la trascendencia de Bruno Munari, Gillo Dorfles o Joan Costa —siguiendo un orden de edad— son sin duda los grandes humanistas que han ayudado a alumbrar esta nueva época en que el diseño está llamado a ser el *Ars* de nuestra cultura. No es casual que esta iniciativa parta



de alguien que tiene fe plena en el desarrollo metodológico del diseño como herramienta para lograr crear todo aquello que de esta disciplina demanda nuestra sociedad; cuyo último libro, en colaboración con Claudio Germak y Luigi Bistagnino, es *Uomo al centro del proyecto. Design per un nuovo umanesimo*<sup>1</sup>,

alguien de quien en tres meses he aprendido muchísimo, asistiendo a sus clases como profesor invitado, y de las que entre otras cosas podría destacar el día en que intentaba abrir la mentalidad y desplegar las expectativas de los alumnos con una expresión, algo así como: “Vais a ser diseñadores, y no para crear

una nueva silla, porque ya existen muchas otras con muchas posibilidades, sino para crear ideas”.

El *Made in Italy* ha llegado a ser un símbolo en el mercado internacional y es el patrimonio máspreciado del PIB de este personalísimo país que tiene conciencia de que ese logro y ese estatus debe gestionarse adecuadamente para que siga siendo el motor de su economía y referente de su identidad internacional. Por ello, no es de extrañar tampoco que la primera “Capital Mundial del Diseño” sea la capital del diseño industrial italiano, aunque Milán, como capital de la moda, haya logrado una mayor difusión internacional en este aspecto. Pero sigue sorprendiendo esta región del Piamonte, cuando se observa la cantidad de marcas de automóviles que llegaron a existir hace un siglo; cuando se analiza una sociedad ideal como llegó a ser Olivetti —atendiendo al desarrollo integral de su realidad productiva, de imagen coordinada y de sus trabajadores—; o se visita la exposición de la producción actual del Piamonte, en que destacan productos altamente innovadores desde el punto de vista práctico y estético de una amplia relación de empresas que viven el diseño como indisoluble a la producción. Tampoco es casual que estudios de diseño integral con el prestigio de Pininfarina y Giugiaro sean empresas torinesas.

<sup>1</sup> Editorial Allemandi & C. Torino 2008.

Durante esta afortunada efemérides, se ha constituido esta Red Latina para el desarrollo de los métodos y de los procesos mediante la redacción de la “Carta de Turín 2008”, que se acompaña en las tres lenguas oficiales de la misma. A la reunión celebrada en un agradable local junto al Po, aprovechando la cita del primer congreso internacional sobre diseño y sostenibilidad, *Changing the Change*, celebrado en julio, asistieron representantes de universidades con quien su promotor venía trabajando en este sentido desde hace dos años y que engloba a 7 países: Argentina, Brasil, Chile, España, Italia, México y Portugal. Por parte española, acudía además en representación de las profesoras Nuria Rodríguez Ortega —Universidad de Málaga—, Raquel Pelta —Universidad de Barcelona— y Flavia Ónega —Universidad Politécnica de Madrid—. La próxima cita, precisamente para definir la denominación oficial, las líneas de actuación y un calendario de actividades, será probablemente en mayo de 2009, en el primer congreso de la Red, que tendrá lugar en la *Universidade Vale do Rio dos Sinos*, en Porto Alegre (Brasil).✦

\* ICSID ha nominado a Turín como Primera Capital Mundial del Diseño porque es una ciudad que ha sabido rediseñarse en un renovado papel internacional post-industrial también y sobre todo gracias a los procesos y a los métodos del diseño. El primer encuentro entre investigadores y estudiosos de los procesos y métodos del diseño tiene lugar en Turín el 12 de julio de 2008. Por este motivo proponemos llamar “Carta de Turín” este manifiesto que dirigimos a los miembros del forum permanente que aquí se constituye y que proponemos desarrollar y divulgar en la comunidad internacional del diseño.

### **Propuesta de un Manifiesto para el desarrollo del Diseño, de los métodos y de los procesos denominado “Carta de Turín 2008”\***

1. Consideramos que la cultura contemporánea del proyecto debe recuperar un nuevo centro del proceso entendido como método y recorrido, respecto a la preponderante centralidad del producto (o de la mercancía) como resultado.
2. Pretendemos formar parte del debate entre IDENTIDAD LOCAL y GLOBALIZACIÓN subrayando nuestro interés por una escala intermedia de consideración representada por los países próximos por tradición cultural, matriz lingüística y experiencia. En particular pretendemos analizar de manera científica la evolución de los métodos y procesos del diseño propios de los Países de lengua y tradición LATINA, tanto en Europa como en América.
3. Consideramos que es competencia de la cultura contemporánea del proyecto dar respuesta y prestar atención a determinados temas de investigación que derivan de la matriz latina desde el punto de vista histórico, cultural y lingüístico del sector: el diseño para la periferia, el diseño para la sostenibilidad, el hombre como centro del propio sistema cultural y no sólo biológico...
4. Estamos interesados en el papel de la cultura del proyecto (procesos y métodos del diseño), en los saberes y en las prácticas del HACER ESCUELA, HACER EMPRESA y HACER TERRITORIO. Entendemos que a diferentes tipos de escuela, de empresa y de territorio, le corresponden diferentes modelos, métodos, instrumentos y procesos para el desarrollo de la cultura del proyecto.
5. Deseamos mantener viva una corriente de investigación crítica de la historia, de los procesos y de los métodos de diseño e indagar en ello para averiguar si existen tradiciones comunes en el modo de hacer diseño de los Países de tradición latina.
6. Pretendemos potenciar el estudio del diseño como factor ligado entre saberes diversos (humanísticos, tecnológico-productivos, económico-administrativos, artísticos) y como interlocutores de intereses entre clientes, consumidores y entorno.
7. Nos interesa verificar la importancia del METAPROYECTO, tanto como estudio y proyecto del proceso de proyectación (cómo proyectar), como en cuanto a consecuencias de las fases de investigación pre-proyectual que arrojan como resultado “qué se va a proyectar”.
8. Es nuestro interés compartir, determinar y estudiar casos de diseñadores, empresas, escuelas, instrumentos como soporte a la proyectación, que sean representativas de un hipotético “modelo latino de hacer cultura del diseño”. Contextualmente pretendemos extender el estudio de los procesos y de los métodos del diseño a otros exponentes de la cultura del proyecto, con el fin de profundizar sobre el estudio y el debate permanente sobre las diferencias y analogías apreciadas.

## **Proposta di un Manifesto per lo sviluppo del Design, de los métodos y de los procesos, denominado "Carta di Torino 2008"**

1. Riteniamo che la cultura del progetto contemporaneo deve recuperare una nuova centralità del processo inteso come metodo e percorso, rispetto alla preponderante centralità del prodotto (o della merce) come risultato.
2. Intendiamo inserirci dentro al dibattito tra IDENTITA' LOCALE e GLOBALIZZAZIONE sottolineando il nostro interesse per una scala intermedia di osservazione che è rappresentata dai raggruppamenti di Paesi prossimi per tradizione culturale, matrice linguistica ed esperienza. In particolare intendiamo osservare scientificamente l'evoluzione dei metodi e dei processi di design all'interno dei Paesi di lingua e tradizione LATINA, sia in Europa che in America.
3. Riteniamo che sia compito della cultura di progetto contemporanea suggerire e porre attenzione a determinati temi di ricerca per il design che derivano dalla matrice storico culturale linguistica latina del settore: il design per le periferie, il design della sostenibilità, la centralità dell'uomo all'interno del proprio sistema culturale e non solo biologico...
4. Siamo interessati al ruolo della cultura di progetto (processi e metodi del design) nei saperi e nelle pratiche del FARE SCUOLA, FARE IMPRESA e FARE TERRITORIO. Intendiamo comprendere se, a differenti forme di scuola, d'impresa e di territorio, corrispondano differenti modelli, metodi, strumenti e processi per lo sviluppo della cultura di progetto.
5. Vogliamo mantenere vivo il filone dell'indagine storico critica dei processi e dei metodi di design e indagare in esso per comprendere se esistono tradizioni omogenee ai modi di fare design dei Paesi di tradizione latina.
6. Intendiamo privilegiare lo studio del design come fattore legante tra saperi diversi (umanistici, tecnologico-produttivi, economico-gestionali, artistici) e come mediatore di interessi tra committente, consumatore e ambiente.
7. Ci interessa verificare l'importanza del METAPROGETTO, sia in quanto studio e progetto del processo di progettazione (come progettare), sia in quanto rappresentativo delle fasi di ricerca pre-progettuale che hanno come esito il "cosa progettare".
8. È nostro interesse condividere, individuare e studiare casi di progettisti, imprese, scuole, strumenti di supporto alla progettazione, che siano rappresentativi di un ipotetico "modello latino di fare cultura del design". Contestualmente intendiamo estendere lo studio dei processi e dei metodi del design ad altri esponenti della cultura di progetto, allo scopo di approfondire lo studio e il confronto continuo delle differenze e delle analogie praticabili.

## **Proposta de um Manifesto para o desenvolvimento de um Design de Métodos e de processos denominado "Carta de Turim 2008"**

1. Acreditamos que a cultura do projeto contemporâneo deve recuperar uma nova centralidade do processo entendido como método e percurso, em relação à preponderante centralidade do produto (ou da mercadoria) como resultado.
2. Pretendemos nos inserir dentro do debate entre IDENTIDADE LOCAL e GLOBALIZAÇÃO enfatizando o nosso interesse por uma escala intermediária de observação que é representada por agrupamentos de países próximos em termos da sua tradição cultural, matriz linguística e experiência. Em particular pretendemos observar cientificamente a evolução dos métodos e dos processos de design dentro dos países de língua e tradição latina, tanto na Europa como na América.
3. Acreditamos que seja tarefa da cultura de projeto contemporânea sugerir e dar atenção a determinados temas de pesquisa relevantes para o design que derivam de uma matriz histórico-cultural-linguística latina do setor: o design para as periferias, o design para a sustentabilidade, a centralidade do homem dentro do seu próprio sistema cultural e não somente biológico...
4. Estamos interessados no papel da cultura do projeto (processos e métodos de design) relacionados aos saberes e às práticas de FAZER ESCOLA, FAZER EMPRESA e FAZER TERRITÓRIO. Pretendemos compreender se, para diferentes formas de escola, de empresa e de território, correspondem diferentes modelos, métodos, instrumentos e processos para o desenvolvimento da cultura do projeto.
5. Queremos manter vivo a linha de pesquisa histórica-crítica dos processos e dos métodos de design e indagá-los para compreender se existem tradições homogêneas nas formas de se fazer design nos países de tradição latina.
6. Pretendemos privilegiar o estudo do design como fator de ligação entre diversos saberes (humanísticos, tecnológico-produttivos, econômico-administrativos, artísticos) e como mediador de interesses entre cliente, consumidor e ambiente.
7. Nos interessa verificar a importância do METAPROJETO, seja como estudo e projeto do processo de projeção ("como projetar"), seja enquanto forma representativa das fases de pesquisa pré-projetual que tem como resultado o "o que projetar".
8. É o nosso interesse compartilhar, identificar e estudar casos sobre projetistas, empresas, escolas e instrumentos de suporte ao projeto, que sejam representativos de um hipotético "modelo latino de fazer cultura do design". Contextualmente pretendemos estender o estudo dos processos e dos métodos de design a outros e expoentes da cultura do projeto, com o escopo de aprofundar o estudo e o confronto contínuo das diferenças e das analogias praticáveis.