



► World Design Capital Torino 2008

Elena Espinoza

La primera World Design Capital debía ser Turín, cuya misión, al mismo tiempo, estaba en servir de experiencia piloto a este nuevo evento internacional.

Turín integró, tanto para definir su identidad como en su materialización, a diseñadores y personas con un valor práctico para los proyectos, que como en este caso, hacen realidad la articulación de esfuerzos orientados al mismo objetivo: promover el desarrollo y regenerar la ciudad.

Como capital mundial del diseño Turín tuvo la oportunidad de ser escaparate global para mostrar su talento en diseño y su política urbana avanzada, ganando visibilidad como centro de creatividad e innovación, por lo que atrajo inversores y agente del ámbito crea-

tivo, reforzó el desarrollo económico, mejoró la calidad de vida urbana, posicionándose como una ciudad líder en diseño a nivel internacional, consolidando una imagen global contando con el aporte de una red de diseñadores internacionales que se dejaron traslucir a lo largo del año en que se organizaron muestras, eventos, presentaciones, *workshops*, convenciones, congresos, concursos, entre otras interesantes actividades que puedes visitar y ver en detalle en:
<http://www.torinoworlddesigncapital.it/portale/>

La identidad de Turín

Turín es una ciudad reconocida por su efectividad, creatividad y la importancia que le da al uso del diseño como herramienta de progreso, ya que pasó de ser

una ciudad industrial, a una vibrante ciudad cosmopolita que comparte la identidad italiana de lo que se entiende por 'disfruta vivir' y la palpable efervescencia cultural, motivos que le hacen ser foco de atención. Parte de la identidad de Torino como WDC fue su innovación y su creatividad, generada desde sus actividades industriales y tecnológicas.

La identidad de WDC Torino 2008 se centró en involucrar al público en general, familiarizándolo con el mundo y el concepto del diseño, estudió las relaciones entre diseño, negocio y mundo económico, así como en la educación, involucrando a jóvenes estudiantes de todo el mundo en actividades dirigidas por destacados representantes de los más importantes centros internacionales, quienes en Turín dialogaron e intercambiaron experiencias.

Turín optó por involucrar a diferentes diseñadores, cada uno de ellos produjo un medio específico para el evento, promoviendo el trabajo artístico en un deliberado estilo libre. Es así que coexistieron elementos en relaciones flexibles, en una impresionante diversidad organizacional. En términos generales, se dio paso a la libertad y la correspondencia de ideas y metodologías diferentes, lo que favoreció auténticas y nuevas relaciones entre intervenciones que acrecentaron la identidad, antes que limitarla.

La identidad visual corporativa del WDC Torino 2008

Usó el nombre de la ciudad y el color verde se eligió por razones científicas e históricas, así como por factores competitivos y tendencias actuales. Este color ocupa una posición central en la escala de la percepción visual humana y está ubicado en un lugar visual en que el ojo humano es más sensible; por lo tanto, es factible de ser percibido con más diferencias. Por ello, Turín usó todo un espectro de verdes, que son flexibles y cambiables. Cada actividad, medio o comunicación pudo usar un verde diferente para cada ocasión, reforzando el referente de un ambiente natural sostenible.





“Flexibilidad, la manera en que cambiamos” fue parte de la identidad verbal de la propuesta de Turín, que se entiende como la capacidad de hacer presión con determinación en el diseño, la investigación de proyecto y la innovación como factores de desarrollo económico, social y cultural.

Es importante destacar el uso de aplicaciones de objetos al logo principal, para sus cuatro áreas temáticas de: diseño público; economía y diseño; educación y diseño; y políticas y diseño. Es interesante cómo lograron llamar la atención con la incorporación de objetos genéricos de la vida cotidiana al logo, estableciendo las diferentes áreas temáticas y sus actividades a lo largo del año, que partió con una gran fiesta de Año Nuevo del Diseño, y la más impresionante y variada sucesión de actos, exposiciones, eventos y encuentros sobre diseño. ◀

◀ Exposición de diseño internacional bajo los soportales de ambas aceras de Via Po.

_Solución corporativa para mupis. SGG
_Wayfinding para guiar hasta exposición. SGG

