

EL DISEÑO COMO POLO DE ATRACCIÓN TURÍSTICA



PUBLICA TURIUM

Director General

Germán Jiménez

Autores

Luis Calabuig, ODOS Design

Pepa Casado, Future-A

Coordinadora

Marta de Orbe Andonaegui

Diseño gráfico

Eugenia Saddakni

Imagen de portada

Centro Cultural Recoleta

Imagen cortesía Visit Buenos Aires

ÍNDICE

01

CONSTRUIR LA IDENTIDAD TURÍSTICA
DEL DESTINO ALREDEDOR DEL DISEÑO

02

EL TURISMO DE DISEÑO EN EL
CONTEXTO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS

03

EL TURISMO ARQUITECTÓNICO

04

NUEVOS MODELOS URBANOS
EN TORNO AL DISEÑO

05

BUENOS AIRES: CASE STUDY

06

EL ESTABLECIMIENTO COMO DESTINO

07

UNA NUEVA DIRECCIÓN
PARA EL TURISMO

08

MEJORAR EL TURISMO CREATIVO

09

MAPA MUNDIAL DEL DISEÑO

10

FUENTES

01

**CONSTRUIR LA
IDENTIDAD TURÍSTICA
DEL DESTINO
ALREDEDOR DEL DISEÑO**



Ciudad de las Artes y las Ciencias, Valencia.

Sentido del viaje ha cambiado. Se trata de una transformación que ha venido sucediendo durante los últimos años, pero al calor de la crisis sanitaria este fenómeno se ha acelerado. Según una encuesta de Lonely Planet de 2021, un 95% de las personas entiende el viaje como una oportunidad de cambio positivo en sus viajes y el 59% cree que ofrecen una opción de crecimiento personal más de lo que lo hacían antes. Las motivaciones son diferentes. Ya no se trata de conocer los principales hitos de una ciudad, sino de emprender un viaje transformacional en

muchos sentidos: cultural, emocional, espiritual, ambiental, de estilo de vida...

Este nuevo contexto ofrece grandes oportunidades para destinos alejados de los circuitos tradicionales, así como de sectores turísticos emergentes. Permite también a regiones de todo el mundo desarrollar nuevos polos de atracción en espacios culturales y económicos que originalmente no estaban destinados al turismo. Las industrias culturales constituyen uno de esos polos de atractivo que ha demostrado generar un impacto real sobre

el turismo. En la actualidad los turistas de rentas altas contribuyen con 1.900M€ anualmente al sector de la cultura, las artes y los museos (Fuente: ITLM, 2019).

Destaca el diseño, como una nueva especialización del llamado 'turismo creativo' que cobra interés a medida que esta disciplina crece en importancia. Cada año eventos profesionales de este sector atraen a viajeros de todo el mundo. Ya sea a gran escala, como puede ser la Feria del Mueble de Milán y su semana del diseño paralela, con casi 400.000 visitantes; o a menor escala, como Casa Decor en Madrid con 40.000; este nuevo turista ofrece a los destinos el acceso a un visitante de calidad. Éste se siente atraído por los alojamientos y restauración que invierten en interiorismo y gastronomía innovadora, que visita tiendas en busca de productos únicos y en cuya hoja de ruta se ubican exposiciones, museos y obras de teatro.

“Los destinos apuestan por el turismo creativo como palanca de desarrollo territorial, lo que permite, en particular, promover el turismo fuera de temporada y las estancias más largas, diversificar la oferta y, por tanto, la demanda, revitalizar su imagen, promover la cohesión social, la resiliencia o, sencillamente, crear una economía turística basada en la creatividad”, afirma Caroline Couret, fundadora de Creative Tourism Network. En definitiva, un modelo de turismo sostenible, preocupado en construir una propuesta que dialogue con la ciudad y sus habitantes, con una visión integradora y moderna de lo que significa el viaje, desde el punto de vista social, medioambiental y económico.

Desde su aparición, el turismo creativo no ha dejado de aumentar en número y diversidad de perfiles, desde los profesionales liberales que buscan conectar con el diseño de su lugar de destino, a los seniors en viajes de descubrimiento gastronómico, los apasionados de la danza, la moda o la cerámica. “No se trata, por tanto, de una tendencia impulsada por la industria turística, sino de un cambio social, que actúa sobre el nivel de la demanda y afecta a la oferta turística”, argumenta Caroline Couret, founder of the Creative Tourism Network.

Se trata pues de una transformación profunda y una palanca de innovación que puede proporcionar al sector del turismo un modelo más sostenible y de calidad. Por todo ello es de especial importancia comprender cuales son las características de este viajero, así con las estrategias que han posicionado a diferentes destinos de todo el mundo como polos del diseño. El turismo de diseño tiene además una visión integradora. Es decir, el turista de diseño también consume cultura, tanto material como inmaterial, historia, deporte... Es un perfil de turista híbrido, que entiende el viaje como una parte más de su vida, que combina placer y negocios, ocio y conocimiento de su propia disciplina. Pero que plantea también retos a la hora de identificarlo y sobre todo, cuantificar. Porque, mientras es sencillo hacer un cálculo del número de personas que cada año visita una pinacoteca, no lo es tanto conocer los números de turistas que pasean por las nuevas galerías de diseño, o hubs de innovación del diseño informales como LX Factory en Lisboa o Canopy en Texas.

Este informe pretende dar una visión sobre los rasgos compartidos de estos nuevos turistas atraídos por el diseño, como también de los principales stakeholders a nivel mundial que están posicionando a diferentes ciudades y regiones como destinos atractivos para los profesionales y amantes del diseño a nivel mundial.

**MILES DE
VIAJEROS LLEGAN
CADA AÑO A LOS
PRINCIPALES
EVENTOS DE
DISEÑO EN TODO
EL MUNDO**

02

EL TURISMO DE DISEÑO
EN EL CONTEXTO DE
LAS INDUSTRIAS
CREATIVAS

**"2021 FUE DECLARADO
POR LA ONU EL
AÑO DE LA ECONOMÍA
CREATIVA."**

**"LA ECONOMÍA CREATIVA
APORTA EL 3% DEL PIB
MUNDIAL. LAS INDUSTRIAS
CREATIVAS GENERAN 2,25
BILLONES DE DÓLARES"**

(UNESCO, 2021)

**"EL DISEÑO SUPONE EL 16,2% DEL PIB DE LA UNIÓN
EUROPEA (EUIPO, OFICINA DE PROPIEDAD
INTELECTUAL DE LA UNIÓN"**

(EUROPEA, 2021)

LA ECONOMÍA CREATIVA

La Unesco define a las industrias creativas como aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. Se entiende que la economía creativa o industria creativa es el sector de la economía que involucra la generación de ideas y conocimiento. El concepto abarca esencialmente la industria cultural (arte, entretenimiento, diseño, arquitectura, publicidad, gastronomía) y la economía del conocimiento (educación, investigación y desarrollo, alta tecnología, informática, telecomunicaciones, robótica, nanotecnología, industria aeroespacial).

Aunque en el paraguas de industrias creativas entran sectores muy diferentes, el diseño es

una parte esencial en casi todas ellas, ya sea desde una perspectiva más estratégica, como en el diseño gráfico o el de interiores, o más accesoria, como en las industrias tecnológicas o en las audiovisuales. En los últimos años se está realizando un esfuerzo importante por determinar cuál es el impacto real de la industria del diseño sobre la economía. Es Reino Unido uno de los países que más ha trabajado en este sentido, instituciones como Design Council han llevado a cabo estudios que permiten establecer que el 7% del PIB del país procede del diseño (Design Council, 2018). Otras entidades como Euiipo, Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea, establecieron en 2021 que esta cifra ascendía hasta el 16,2% del PIB en la Unión Europea. En este caso tiene en cuenta no solo las empresas catalogadas como diseño, sino también el papel que esta disciplina juega en otros sectores, como la industria.

APORTACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS POR PAÍS

PAÍS	EMPLEO EN LA ECONOMÍA CREATIVA, 2011, EN MILES DE EMPLEADOS	EMPLEO EN LA ECONOMÍA CREATIVA, 2018, EN MILES DE EMPLEADOS	PORCENTAJE DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL EMPLEO TOTAL, 2011, %	PROPORCIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL EMPLEO TOTAL, 2018, %	EMPLEO EN LA ECONOMÍA CREATIVA, 2030, EN MILES DE EMPLEADOS
JAPON	6,203	7,893	9.9	11.9	10,519
UK	2,309	3,107	7.9	9.6	4,344
ALEMANIA	2,432	2,915	6.3	7.0	3,970
FRANCIA	981	1,155	3.8	4.3	1,600
COREA DEL SUR	842	1,093	3.4	4.1	1,725
AUSTRALIA	796	987	7.1	7.8	1,344
ESPAÑA	750	889	4.1	4.6	1,041
ITALIA	518	586	2.3	2.5	626
TURQUÍA	392	604	1.6	2.1	1,047

Fuente: Deloitte, junio 2021.

Una de las grandes problemáticas a la hora de analizar el impacto del diseño es la variabilidad de criterios a la hora de categorizar a las empresas y profesionales que entran en la categoría. De forma general las principales instituciones que han dedicado esfuerzos a esta tarea entienden que deben considerarse todas las que tienen dedicación intensiva en diseño (*design intensive companies*). En una visión estricta se pueden considerar como tales el diseño gráfico, de producto, de interiores, arquitectura y diseño digital. En una perspectiva más amplia se incluyen industrias fabricantes como mobiliario y equipamiento de hogar, moda, automoción o decoración.

Independientemente de estas categorías y de los esfuerzos que se están realizando por cuantificar el impacto del diseño a nivel mundial, existe un sentimiento de pertenencia entre aquellos profesionales dedicados de forma intensiva al diseño. Una profesión con fuertes índices de vocación que permea en el estilo de vida de estos perfiles, por lo que cuentan con hábitos de consumo influidos por su profesión. De ahí que el turismo de diseño se haya convertido en un tema relevante a la hora de realizar una aproximación a las nuevas corrientes de tematización del viaje.

LA ECONOMÍA CREATIVA CONTRIBUYE EN ALGO MÁS DEL 6,1% AL PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB) MUNDIAL, CON UNA MEDIA DE ENTRE EL 2% Y EL 7% DE LOS PIB NACIONALES DE TODO EL MUNDO. SEGÚN LAS ESTIMACIONES DE LA ONU, LAS INDUSTRIAS DE LA ECONOMÍA CREATIVA GENERAN UNOS INGRESOS ANUALES DE 2,25 BILLONES DE DÓLARES Y REPRESENTAN 30 MILLONES DE PUESTOS DE TRABAJO EN TODO EL MUNDO. (NACIONES UNIDAS, DICIEMBRE 2017)

Las industrias creativas también pueden contribuir a una economía más resistente en tiempos de crisis. Los datos del Reino Unido indican que la mayoría de los sectores de las industrias creativas siguieron creciendo durante la crisis económica de 2008, ya que el valor añadido bruto (VAB) de las industrias creativas creció un 15,6% desde entonces, en comparación con el 5,4% de la economía en su conjunto, y superó a todos los demás sectores. La creación de empleo también ha sido más fuerte, ya que el empleo en el sector creativo creció un 8,6% entre 2011-12 en comparación con el 0,7% en general (DCMS, 2014). En Australia, el crecimiento anual del empleo creativo entre 2006 y 2011 fue del 2,8%, en comparación con el 2% de la población activa general (Tourism and the creative economy. OECD, 2014).

Precisamente en un momento de crisis profunda para el sector del turismo, las ciudades con mayor fortaleza en sus industrias creativas han demostrado una mayor resiliencia. Según afirma la OCDE, “los datos indican que los nuevos modelos de turismo creativo pueden aportar un valor añadido considerable, aumentar la demanda turística y diversificar la oferta turística”.

LAS INDUSTRIAS CREATIVAS, DINAMIZADORAS DE UN NUEVO TIPO DE TURISMO

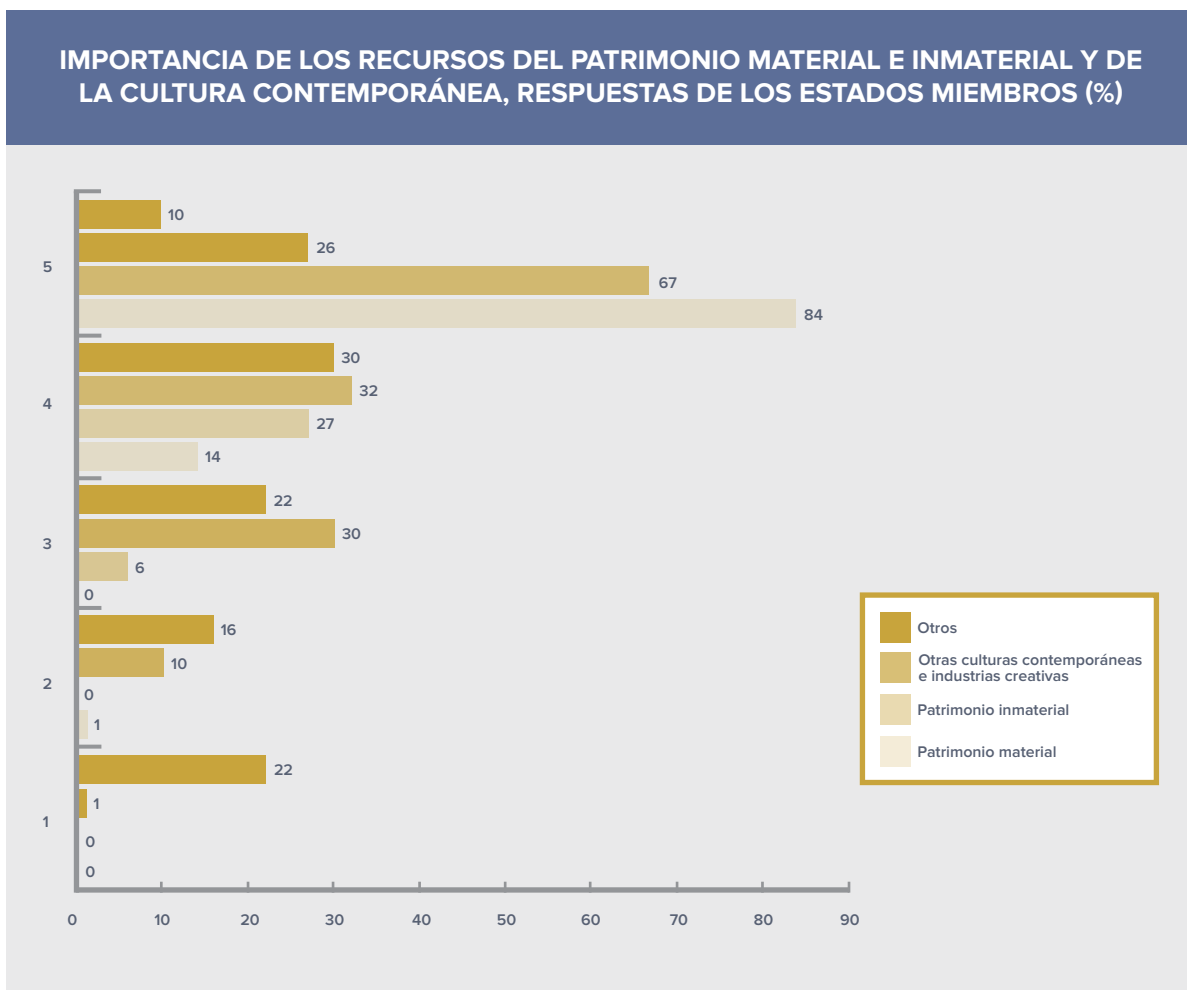
La relación entre cultura y viaje ha sido una de las mayores fuentes de incremento del turismo en las últimas décadas. Las artes escénicas y las instalaciones museísticas o galerías han actuado como polos de atracción para un perfil de viajero

LOS DATOS INDICAN QUE LOS NUEVOS MODELOS DE TURISMO CREATIVO PUEDEN APORTAR UN VALOR AÑADIDO CONSIDERABLE, AUMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA Y DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA (OECD)

que pone la mirada en otro tipo de atractivos, más allá de los monumentos y el patrimonio. Estamos siendo testigos de cómo “el patrimonio material se complementa con nuevas formas de turismo basadas en el patrimonio inmaterial y la creatividad contemporánea”, como ya señalaba la OECD (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) en su informe de ‘The Impact of Culture on Tourism’.

El turismo cultural representa ya el 40% de todos los viajes. Dentro de este número se encuentra englobado el turismo creativo y también el turismo de diseño. En una encuesta realizada en 2018 por la Organización Mundial del Turismo, el 80% de los expertos en turismo cultura también incluiría la cultura contemporánea -actividades como el cine, las artes escénicas, el diseño, moda y los nuevos medios de comunicación, entre otros- en esta categoría. “La mayoría de los expertos consideraron que la cultura inmaterial estaba adquiriendo mayor importancia en el turismo cultural, y que esta tendencia continuará en el futuro con la creciente demanda de experiencias atractivas y creativas”, explica el informe. (Organización Mundial del Turismo, 2018)

EL TURISMO CREATIVO SE DEFINE COMO UNA CONVERGENCIA DEL TURISMO Y LA ECONOMÍA CREATIVA QUE GENERA "ACTIVIDADES CREATIVAS BASADAS EN EL CONOCIMIENTO QUE VINCULAN A LOS PRODUCTORES, LOS CONSUMIDORES Y LOS LUGARES UTILIZANDO LA TECNOLOGÍA, EL TALENTO O LA HABILIDAD PARA GENERAR PRODUCTOS CULTURALES INTANGIBLES SIGNIFICATIVOS, CONTENIDO CREATIVO Y EXPERIENCIAS." OCDE



Fuente: Tourism and Culture Synergies. UNWTO, 2018.

1 = baja importancia | 5 = alta importancia Patrimonio material: p.ej. lugares patrimoniales a nivel nacional o mundial, monumentos y edificios históricos, arqueología sumergida. Patrimonio inmaterial: p. ej. artesanías, gastronomía, festivales tradicionales, música, tradición oral, religión. Otras culturas contemporáneas e industrias creativas: p. ej. cine, artes escénicas, diseño moda, nuevos medios. Otros: p. ej. deportes, educación, salud, compras.

En una realidad donde el patrimonio inmaterial tiene una relevancia cada vez mayor, las industrias creativas están dotando a las regiones de nuevos valores de la cultura y la creatividad contemporánea, que se convierten en el caldo de cultivo para modelos de turismo alternativos o complementarios a los tradicionales.

DEL TURISMO CULTURAL AL TURISMO CREATIVO

Mientras el modelo tradicional del turismo cultural está completamente extendido y responde a

unas reglas claras, el turismo creativo ofrece un gran abanico de posibilidades para regiones de todos los tipos, independientemente de si cuenta con un gran patrimonio cultural o no. Mientras que el turismo cultural se basa en la explotación del pasado y de la historia, el turismo creativo habla del futuro, de lo que está por construir, ofreciendo una puerta de entrada incluso a destinos que no cuentan con un patrimonio cultural importante. Ofrece también una oportunidad a destinos que durante los últimos años han apostado por la industrias culturales, convirtiéndose en una consecuencia secundaria de esta política.

TURISMO CULTURAL		
ORIENTACIÓN	PASADO	FUTURO
FACTOR DE IMPACTO	CONSERVACIÓN	INNOVACIÓN
ESTRUCTURA	PRODUCTOS	PLATAFORMAS Y CONTENIDOS
PROCESO	INTERPRETACIÓN	CO-CREACIÓN
CREACIÓN DE VALOR	CADENA DE VALOR	REDES DE VALOR
FOCO DE VALOR	UPSTREAM	DOWNSTREAM
FINANCIACIÓN	PÚBLICA	COMERCIAL

Tourism and the creative economy. OECD, 2014.

En general el turismo creativo debe contar con una base de ciudadanos dedicados a este tipo de industrias. Surge de forma espontánea con la aparición de ‘infraestructuras blandas’ como espacios de trabajo, talleres, cafeterías o en general espacios pensados para albergar una comunidad y generar redes de relación entre los diferentes actores de estas industrias. Frente a las ‘infraestructuras duras’ como museos o centros artísticos, estas nuevas infraestructuras blandas permiten a una gran cantidad de nuevos actores realizar propuestas en las ciudades que atraigan al diseñador y a la vez generen una fuente de turismo alternativa.

El caso de Dubai ejemplifica muy bien esta realidad. Con una gran inversión en

arquitectura contemporánea y convertido ya en uno referente tecnológico, de los negocios y el turismo de lujo, la ciudad ha apostado con fuerza por convertirse también en el referente del diseño en Oriente Medio a través de Dubai Design District. Este organismo ha conseguido dinamizar la ciudad y convertirla en un lugar que atrae a diseñadores de todo el mundo, gracias principalmente a su semana del diseño, pero también a las intervenciones temporales e instalaciones que realiza. Algunos de los proyectos realizados por diseñadores en el marco de Dubai Design District han viajado a museos de diseño y artes decorativas de todo el mundo, poniendo en el mapa a la ciudad con una serie de valores nuevos y contemporáneos.



78 Street Studios es un espacio privado con más de 60 galerías de arte y estudios de diseño, tiendas, cafetería y espacios de trabajo. Cada día ocurren diferentes eventos relacionadas con el diseño y la creatividad. Se ha convertido en uno de los puntos de referencia de la ciudad de Cleveland, Ohio. <http://78thstreetstudios.com/>



Canopy es una comunidad creativa situada en un almacén remodelado en el este de Austin (Texas). Este proyecto realizado por el arquitecto Michael HSU, une estudios de artistas, espacios de oficina, galerías y una cafetería, formando una zona para creadores y fabricantes por igual. <http://www.canopyaustin.com/>

Las industrias creativas como el diseño ofrecen una gran oportunidad para crear valor e impulsar la demanda en el sector turístico. La combinación de turismo y creatividad, genera nuevos productos para el sector e incrementa el atractivo de una ciudad. Una atmósfera creativa hace que un lugar sea más atractivo, no solo para los profesionales de estas industrias creativas, sino para otros viajeros. Sin embargo, estas estrategias también se relacionan con “la gentrificación, la exclusión y la reproducción en serie, lo que hace que los lugares pierdan el mismo carácter distintivo que pretenden desarrollar”, explica Greg Richards, especialista en turismo de Breda University of Applied Sciences (Noruega). Es decir, es necesario generar lugares creativos basados en la propia esencia del lugar, no reproduciendo fórmulas de

otros lugares, sino basándose en el patrimonio creativo real de la ciudad. Un enfoque socialmente sostenible del desarrollo de la ciudad puede aprovechar el papel de la cultura no solo para atraer a nuevos residentes y turistas, sino también para mejorar la calidad de vida de los residentes existentes. Por ejemplo, la Confederación de la Industria India está promoviendo un enfoque basado en el arte y la cultura para la creación de lugares urbanos en la India como forma de reforzar la identidad y la cohesión social en las comunidades locales y promover el atractivo. En 2020, a pesar de la pandemia, la Comisión del Patrimonio de Arabia Saudí puso en marcha treinta y siete proyectos para revivir y regenerar, a través de la cultura, pueblos y lugares patrimoniales en todas las regiones del país.

OPORTUNIDADES QUE OFRECEN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS AL TURISMO

- DESARROLLAN Y DIVERSIFICAN LOS PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS
- REVITALIZAN PRODUCTOS TURÍSTICOS
- USAR LA TECNOLOGÍA CREATIVA PARA DESARROLLAR Y MEJORAR LA EXPERIENCIA TURÍSTICA
- AÑADEN ATMÓSFERA Y 'BUZZ' A LOS DESTINOS
- SUPERAN ALGUNAS DE LAS LIMITACIONES DE LOS MODELOS TRADICIONALES DEL TURISMO CULTURAL
- GENERAN NUEVOS MODELOS DE SERVICIOS, HOSPITALITY Y RETAIL ATRACTIVOS PARA EL VIAJERO
- ATRAEN A LA NUEVA CLASE TRABAJADORA CREATIVA
- MEJORA DE LA IMAGEN DEL DESTINO GRACIAS A LA APLICACIÓN DE LA CREATIVIDAD Y EL DISEÑO A LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN.
- DIVERSIFICAR LA OFERTA MEDIANTE LA CREACIÓN DE UN SEGMENTO TURÍSTICO BASADO EN RECURSOS EXISTENTES.
- ATRAER UN TURISMO DE CALIDAD: VIAJEROS CURIOSOS Y CREATIVOS DOTADOS CON UN ALTO PODER ADQUISITIVO.
- DESARROLLAR UN TURISMO SOSTENIBLE Y DESESTACIONAL.
- DINAMIZAR LA ECONOMÍA LOCAL MÁS ALLÁ DEL SECTOR TURÍSTICO, CREANDO SINERGIAS CON OTROS SECTORES.
- INVOLUCRAR, CAPACITAR, EMPODERAR Y VALORIZAR LA POBLACIÓN LOCAL.
- PROMOVER LA COHESIÓN SOCIAL ENTRE AUTÓCTONOS Y EN SU RELACIÓN CON LOS TURISTAS.
- GENERAR SINERGIAS ENTRE TURISMO Y CREATIVOS MEDIANTE LA CREACIÓN DE UNA MARCA INTERNACIONAL.
- FOMENTAR LA ATRACCIÓN DE TALENTOS.

Fuente: Tourism and Culture Synergies. UNWTO, 2018.

“EN ESTADOS UNIDOS, EL 70 % AFIRMA QUE TENDRÁ EN CUENTA SUS AFICCIONES A LA HORA DE PLANIFICAR SUS FUTUROS PLANES DE VIAJE” (EXODUS TRAVELS).

“CASI EL 87% DE LOS FANS DE HALLYU DIJERON QUE EL K-POP HABÍA INFLUIDO EN SU DECISIÓN DE VIAJAR A COREA DEL SUR COMO TURISTAS”

(ORGANIZACIÓN DE TURISMO DE COREA)

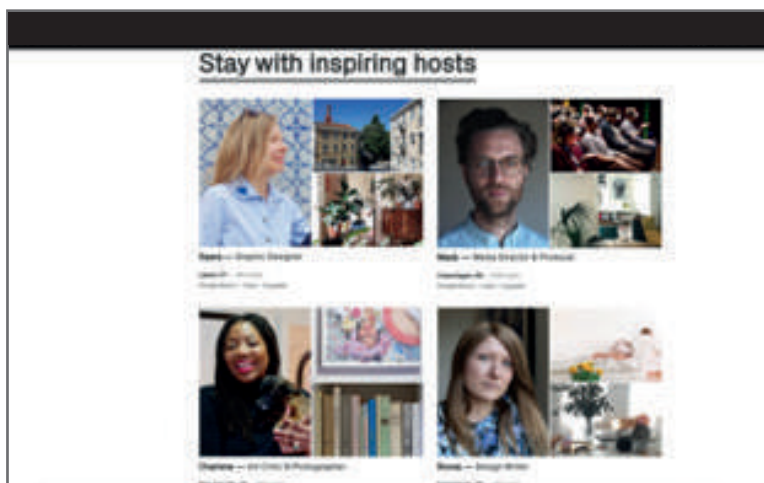
“LOS TURISTAS DE RENTA ALTA CONTRIBUYEN ANUALMENTE CON 1900 MILLONES DE EUROS AL SECTOR DE LA CULTURA, LAS ARTES Y LOS MUSEOS”

(ILTM)

LOS GRUPOS DE AFINIDAD TURÍSTICA

La crisis del coronavirus ha supuesto un gran driver de cambio en muchos sectores económicos, pero en el turismo ha sido especialmente impactante, debido a la paralización tan dramática en los viajes. En la nueva realidad del turismo, el viaje se ha transformado en una experiencia vital de mayor importancia para las personas. Hemos pasado del viaje visto como un momento de coleccionismo, al viaje como experiencia de redescubrimiento personal, de conexión real con la cultura y con aquellas cuestiones dentro del territorio que resuenan con nuestro estilo de vida. Hasta el punto de que la experiencia es más relevante que el propio destino, según revela una encuesta realizada por Lonely Planet.

En este contexto toma significación la idea de los grupos de afinidad aplicados al turismo. El viajero no solo busca descubrir los grandes monumentos históricos y culturales de un destino, sino conectar con una cultura y un tejido social con el que el viajero comparte intereses comunes. Aficiones concretas como los videojuegos, subescenas de la música, la tecnología o el motor, se han convertido en motivaciones prioritarias para el viaje. Lo mismo sucede con aquellas cuestiones que definen el estilo de vida de las personas, sobre todo en el ámbito profesional, donde las profesiones creativas destacan como uno de los subgrupos más cohesionados.



Human Hotel es una plataforma que ofrece alojamiento vacacional en viviendas de ciudadanos de cada destino. Su foco es convertir el viaje en una experiencia humana, pero sobre todo, conectar personas con afinidades comunes. Huésped y anfitrión establecen una relación basada en intereses comunes, y no solo en la prestación de un servicio. Entre los huéspedes destacan los profesionales de industrias creativas (diseño, arte, moda...) como uno de los principales perfiles de personas que ofrecen su vivienda a otros viajeros. <https://www.humanhotel.com/>

Esta revisión del turismo en base a los grupos de afinidad es especialmente importante en la actualidad, donde el turismo, al igual que otros sectores, está experimentando una fragmentación de las tipologías de viajero. Se ha pasado de una estructura de clientes muy monolítica, con una gran homogeneidad entre las diferentes personas; a un modelo micro segmentado, con una realidad donde conviven perfiles con características muy distintas entre sí.

TURISMO TRADICIONAL
• TIPOLOGÍAS MONOLÍTICAS DE VIAJEROS
• NEGOCIOS O TURISMO
• CON UNA GRAN RELEVANCIA DE LA SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA (EDAD, COMPOSICIÓN, FAMILIAR...)COMPOSICIÓN, FAMILIAR...)
• BASADO EN HÁBITOS Y NECESIDADES DE SERVICIO.
• CON OFERTAS ESTANDARIZADAS.
• RESPONDE A UN MODELO ECONÓMICO DE ESCALA.
TURISMO FRAGMENTADO
• TIPOLOGÍAS MICROSEGMENTADAS DE VIAJEROS
• INTRODUCE LA VARIABLE BLEISURE (BUSINESS AND PLEASURE)
• CON GRUPOS QUE PUEDEN NO COINCIDIR EN SUS RASGOS DEMOGRÁFICOS.
• BASADO EN ATRIBUTOS SOCIODEMOGRÁFICOS QUE INCLUYEN ESTILO DE VIDA, AFICIONES E INTERESES O PERFIL PROFESIONAL.
• CON OFERTAS DE NICHOS Y MUY ESPECÍFICAS.
• RESPONDE A UN MODELO ECONÓMICO 'LONG TAIL'.

Fuente: elaboración propia.

NÓMADAS DIGITALES: UNA VENTANA DE OPORTUNIDAD PARA EL TURISMO CREATIVO

Dentro del trabajo remoto algunas de las profesiones que más están creciendo tienen que ver con las industrias creativas y el diseño (UX/UI design, diseño gráfico, social media...). Se

«LA TENDENCIA DE TRABAJAR DESDE CUALQUIER LUGAR TIENE EL POTENCIAL DE DESDIBUJAR PERMANENTEMENTE LAS LÍNEAS ENTRE EL OCIO Y LOS VIAJES DE NEGOCIOS», SETH BORKO, SENIOR RESEARCH ANALYST EN SKIFT.

trata también de un sector donde abundan los autónomos. El sector creativo es uno de los más relevantes en el segmento de los trabajadores remotos, ya sea por cuenta propia o ajena, y uno de los que está reformulando un nuevo estilo de vida impulsado por la posibilidad de trabajar desde cualquier parte del planeta.

Una de las grandes oportunidades que ofrece este tipo de viajero es que sus estancias son más prolongadas, por lo que su relación con el tejido económico de la población son diversas. Es un segmento que además permite desestacionalizar la demanda, sobre todo para destinos de costa. En el territorio nacional las islas Canarias lideran esta tendencia y esperan alcanzar la cifra de 30.000 teletrabajadores en 5 años. El archipiélago puso en marcha en 2020 un plan dotado de 500.000 euros para atraer profesionales que quieran desarrollar su trabajo a distancia. Desde entonces, el ritmo de crecimiento fue del 10% mensual (Gobierno de Canarias, 2021)

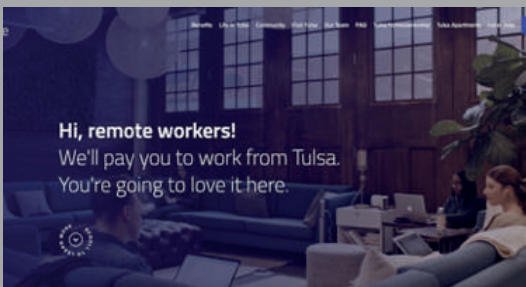
Por otro lado, los trabajos en industrias creativas han ganado terreno en los últimos años, ya que permiten combinar trabajo y pasión o ofrecen modelos más flexibles en lo relativo a las condiciones laborales. Los espacios de coworking y los living labs se están convirtiendo en destinos comunes para estos viajeros. La encuesta New Horizons de la Confederación de Viajes WYSE, apoyada por la UNWTO y la UNESCO, indicó que alrededor del 8% de los viajeros jóvenes habían utilizado un espacio de

EN EEUU 15,5 MILLONES DE TRABAJADORES NÓMADAS DIGITALES, AUMENTANDO UN 42% DESDE 2020 Y UN 112% DESDE 2019 (MBO PARTNERS)

coworking mientras viajaban. Los que dijeron que también estaban "desarrollando su creatividad" durante el viaje eran mucho más propensos a utilizar un espacio de coworking (15%). Esta tendencia está respaldada por el impulso del trabajo a distancia y el creciente número de 'nómadas digitales'.

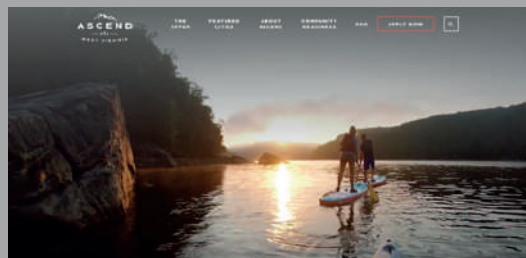
Los 'digital nomads' o 'wandering workers' se han convertido en una ventana de oportunidad para reactivar el turismo. Gobiernos de diferentes países han lanzado planes para estimular el turismo interior entre teletrabajadores. El gobierno de Barbados ha

anunciado una nueva iniciativa de visado de trabajo de 12 meses. España o Japón también están invirtiendo en mejorar su infraestructura wi-fi para atraer a más trabajadores de otros países. En el caso de Japón cuenta con un programa de refugios en parques naturales destinados a teletrabajadores internacionales. Siguiendo el ejemplo de países como Italia, España está desarrollando una nueva visa para nómadas digitales. Un permiso que autorizará a las personas trabajar a distancia para empresas extranjeras y residir en el país sin necesidad de un visado de trabajo regular y que estará enmarcada en la "Ley de Startups".



Airbnb, en asociación con Tulsa Remote, ha visto la oportunidad en ciudades estadounidenses consideradas como 'de segundo nivel' y empezado a construir una comunidad de trabajadores remotos en Oklahoma, ofreciendo tarjetas de regalo de Airbnb para probar la vida como un local antes de dar el paso y vivir allí definitivamente. Más del 60% de los remote workers dentro de este programa trabajan en industrias creativas como el entretenimiento, la comunicación y el diseño, tecnologías de la información y diseño de software. <https://tulsaremove.com/>

A través del programa Ascend, el estado de West Virginia en EE.UU. paga 12.000 dólares a quienes se trasladen allí, además de ofrecerles espacios de coworking gratis y regalarles un año de actividades al aire libre, con el objetivo de incentivar la llegada de nuevos habitantes. <https://ascendwv.com/>



Soho House es una red a nivel internacional de establecimientos de alojamiento, espacios de trabajo, restaurantes y lugares de encuentro para los miembros de la red. A mitad camino entre club social y plataforma de hospitality, Soho House ha borrado los límites entre diferentes tipologías de espacios creando una red de miembros distribuida a nivel planetaria. www.sohohouse.com

03

EL TURISMO
ARQUITECTÓNICO



El Vitra Campus, ubicado en la localidad alemana de Weil am Rhein cerca de Basilea (Suiza), es un conjunto único de arquitectura contemporánea y la sede de la mítica empresa de mobiliario Vitra. Allí se encuentra su fábrica y talleres y cada año es visitada por 350.000 personas que se desplazan hasta su ubicación, fuera de las rutas turísticas tradicionales. Jean Prouvé, Zaha Hadid, Jasper Morrison, Herzog & de Meuron, SANAA... son solo algunos de los nombres que firman los edificios dentro del campus de la compañía. Fotografía: Thomas Dix.

La arquitectura contemporánea se ha convertido en uno de los atractivos de ciudades en todo el mundo, sobre todo, en los grandes núcleos urbanos. Es la disciplina causante de los hitos modernos que se ubican en los mapas turísticos. Desde la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Santiago Calatrava en Valencia, pasando por The Gherkin de Norman Foster en Londres, el Museo Guggenheim de Frank Gehry en Bilbao o la sede de CCTV de Rem Koolhaas en Beijing, estos edificios definen la personalidad de las grandes ciudades y son lugares por los que transitan miles de turistas cada día.

En algunas ocasiones la arquitectura ha pasado de ser una herramienta para la consecución de un objetivo, por ejemplo crear un museo a la altura de una colección de arte, a convertirse

en el fin. Es decir, el edificio como un elemento de atracción mayor incluso que aquello que alberga. Esta fuerza centrípeta de la que está dotada la arquitectura es bien conocida, por lo que regiones o ciudades fuera de las listas habituales de destinos más atractivos la han usado como una herramienta para promover el turismo. Por ejemplo, Naoshima en Japón, más conocida como “La isla del arte” contó con el arquitecto Tadao Ando para construir su museo de arte. La edificación es uno de los atractivos que atrae a turistas cada año. En la transformación que ha vivido la ciudad de Bilbao en los últimos años tiene mucho que ver la arquitectura. Norman Foster, Santiago Calatrava o Frank Gehry son algunos de los nombres que han cambiado la ciudad y la han puesto en el mapa turístico a nivel mundial, desarrollando una nueva economía del turismo.

La Bienal de arquitectura Venecia se celebra cada dos años, alternándose con la Bienal de Arte. En su última edición de noviembre de 2021 21 de noviembre de 2021, se clausuró con un total de 298.600 visitantes, más los 6.000 del preestreno, superando así las cifras de la edición de 2018, edición que ya superó los números de 2016. Un 32% de los visitantes son jóvenes menores de 26 años. Fotografía: Tom Christensen.



Miami Art Deco District se ha convertido en un centro de atracción para el viajero de la ciudad de Miami. En apenas 3 manzanas se pueden visitar algunos buenos representantes de la reinterpretación que la arquitectura americana hizo del art decó europeo entre las décadas de 1920 y 1950. Fotografía: Maciek Lulko.

Columbus en Indiana (EEUU) es una pequeña población de apenas 50.000 habitantes. Sus atractivos turísticos históricos son escasos, sin embargo cada año, pasan decenas de miles de visitantes para explorar sus calles y edificios. Desde principios de la década de 1940, los mejores arquitectos del mundo han hecho de Columbus un museo de arquitectura moderna, con obras de algunos de los nombres más perdurables de la arquitectura, como I.M. Pei, Richard Meier, Robert Venturi, Eliel y Eero Saarinen, Harry Weese y Deborah Berke. El Instituto Americano de Arquitectos la ha clasificado como la sexta ciudad del país en cuanto a innovación y diseño arquitectónico, justo detrás de Chicago, Nueva York, Boston, San Francisco y Washington D.C. La guía del visitante recoge más de 90 edificios y obras de arte público de arquitectos y artistas de renombre internacional. Fotografía: Ginder Jordan.



ARQUITECTURA E INTERIORISMO INSTAGRAMEABLE

La relación entre el turismo y la fotografía es casi inseparable, es parte de la experiencia, que ayuda no solo a narrar los sucesos, sino que forma también parte de la propia experiencia. Instagram ha sido una de las redes más presentes cuando se habla del viaje añadiendo inmediatez con la posibilidad de compartir las vacaciones en tiempo real. Y ese cambio de percepción ha hecho que la fotografía no sea un medio de narración, sino en ocasiones un fin en sí mismo. En ciudades de todo el mundo proliferan espacios especialmente pensados para la foto. Las 'instagrameabilidad' se ha convertido en un requisito en los briefs de diseño de interiores de restaurantes u hoteles. En algunos hoteles de lujo como el Royal Hideaway Playacar en Playa del Carmen (México), ya cuentan con un 'Instagram butler', experto en fotografía para redes que conoce a la perfección los puntos para la foto perfecta y aconseja a los huéspedes para tomar las mejores instantáneas.

Instagram ha favorecido también que determinados encuadres de foto se hagan particularmente famosos, con la arquitectura como clara protagonista. Lugares como La Muralla Roja de Santiago Bofill en Calpe o Saguaro Palm Springs en California, construido por Albert Frey y Robson Chambers y con renovación de los arquitectos neoyorquinos Peter Stamberg

24%
DE LOS VIAJEROS ARGENTINOS BUSCAN HOSPEDARSE EN LUGARES DONDE PUEDAN SACARSE FOTOS PARA SUBIR A LAS REDES (BOOKING)

y Paul Aferiat, aparecen constantemente en fotografías hasta tal punto que los turistas peregrinan a estas localizaciones únicamente por la fotografía. Conscientes de la capacidad de atractivo que tiene la arquitectura, algunos hitos arquitectónicos incluso se proyectan teniendo en cuenta la fotografía del lugar, como es el caso de Vessel en Nueva York, una estructura transitable con cabida para 1.000 personas y que se ha convertido en un de los espacios más fotografiados de la ciudad. Esta gran tendencia se está transfiriendo a las nuevas redes como TikTok que comparte la fascinación por estos espacios, aunque con formatos nuevos como los vídeos cortos, lo que introduce nuevos requisitos a la hora de pensar en esta foto en movimiento.



Vessel de Thomas Heatherwick es el punto central de Hudson Yards en Nueva York, un nuevo barrio de la ciudad construido sobre un depósito de trenes a la orilla del río Hudson. La arquitectura ha sido una estrategia para poner esta nueva zona en el mapa de una ciudad tremendamente competitiva en lo referente a atractivo turístico. Y esta arquitectura levantada en 2014 ha tenido un papel muy relevante en esta estrategia. Concebida como un elemento pensado casi exclusivamente para las fotos, se trata de una estructura de 16 pisos de altura compuesta por escaleras y rampas y que puede albergar a 1.000 personas a la vez. Fotografía: Tim Schenck.

El Reversible Destiny Lofts (apartamentos de destino reversible) es uno de los edificios residenciales más singulares de Japón. Está situado en el exclusivo barrio de Mitaka de la capital nipona y su particular geometría y sus llamativos colores lo han convertido en una de las edificaciones contemporáneas a visitar en Tokio. Con posibilidad de alquilar apartamentos en Airbnb, este complejo es una experiencia fotográfica única que ha llegado a salir en series como Girls. Fotografía: Takahiro Hayashi



La Muralla Roja, ubicada en la Urbanización de la Manzanera, fue uno de los edificios creados por Ricardo Bofill en la ciudad en 1973. Un edificio constructivista con 50 apartamentos, patios secretos, terrazas con vistas al mar, piscina al aire libre y diferentes solariums repartidos en un perfecto juego laberíntico. Se ha convertido también en un reclamo turístico que los visitantes usan para realizar sesiones fotográficas. Fotografía: Cabrera Photo.



En la entrada del desierto Californiano el complejo turístico Saguaro Palm Springs es una oda a la nostalgia. Sus coloridas paredes en contraste con los azules del cielo con sus palmeras recortadas son las protagonistas de cientos de fotos en redes sociales.

Candytopia un pop-up en San Francisco dedicado a las gominolas y diseñado específicamente para conseguir las mejores fotos y selfies.

Esta estrategia de ‘instagrameabilidad’ se lleva al extremo en el diseño de interiores. La periodista de The New York Times Sophie Haigney acuñó el término ‘museos de instagram’, para referirse a nuevos espacios que están surgiendo en ciudades de todo el mundo y que se mueven entre la instalación de diseño y el retail. Su atractivo: ofrecen a los visitantes la posibilidad de sacarse las mejores fotos posibles, ya sean con instalaciones de interiorismo impactante o con reproducciones de obras de arte, sin la necesidad de tener que ir al museo.



Con localizaciones en Nueva York, Singapur, Austin y Chicago El Museum of Ice Cream cuenta con diferentes habitaciones repletas de caramelos y color donde hacerse fotos.

Ubicado en el centro de Madrid, Ikono es una experiencia que dura 60 minutos y en la que los visitantes recorren diferentes instalaciones realizadas en colaboración con algunos artistas locales y diseñadas para conseguir las mejores fotos posibles. Fotografía: Víctor Seco Muñoz.



UNA ARQUITECTURA PENSADA SOBRE LAS RAÍCES

Pero si durante las últimas décadas apostar por los grandes nombres de la arquitectura para proyectar edificios singulares que atrajeron las miradas internacionales sobre la ciudad fue la principal estrategia de construcción de identidad urbana, en los últimos años estamos asistiendo a un cambio en la forma de entender como la disciplina debe actuar sobre la ciudad. Aparece una nueva corriente que apuesta por una arquitectura de reconstrucción, basada en criterios de transformación urbana y social y donde el efectismo da paso a propuestas más sobrias, pero más arraigadas en el territorio.

El punto de inflexión se da en 2017, cuando Pritzker decide otorgar su galardón anual a RCR, un despacho de arquitectura fuera de todas las

listas de las grandes figuras de la disciplina. En 2019 el premio Mies van der Rohe recae en manos del estudio francés Lacaton y Vassal que, lejos de una arquitectura espectacular, apuesta por la reconstrucción y la sostenibilidad. También en 2021 han recibido el premio Pritzker por una torre de apartamentos y oficinas en Ginebra que se basa en reducir el impacto del edificio. Como los jueves señalan, la pandemia les ha llevado “a pensar en el sentido colectivo de la arquitectura y en el legado que esta supone para la siguiente generación”.

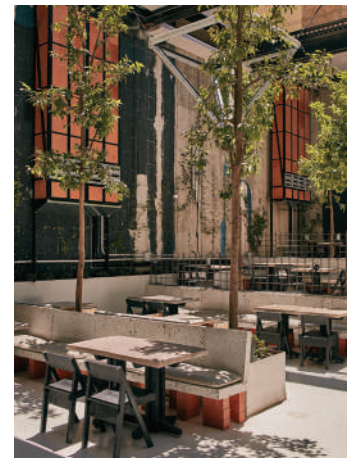
Esta tipología de intervenciones son especialmente interesantes para un viajero creativo que evita las rutas turísticas tradicionales para encontrar destinos y espacios menos masificados y auténticos. El turista creativo y de diseño buscan conectar de una manera auténtica con las raíces del espacio, ya sea a través de la historia o la arquitectura.



A modo de “un diálogo entre la intervención contemporánea y la rehabilitación arqueológica de lo existente”, los arquitectos Flores & Prats han rehabilitado este antiguo edificio industrial en una sala de teatro y restaurante. La rehabilitación muestra las costuras y elementos originales de la edificación, poniendo el énfasis en la historia y el pasado tanto del edificio como del propio barrio. La Sala Becket se ha convertido en un elemento de atracción que forma parte de la revitalización del barrio de Poblenou en Barcelona.

Mo de Movimiento se ha convertido en uno de los fenómenos de restauración de la ciudad de Madrid, pero no precisamente por su comida, sino por su proyecto de rehabilitación. Del diseñador Lucas Muñoz se trata de la deconstrucción del que fuera estudio de grabación de la agencia de noticias EFE y anteriormente Teatro Espronceda en Madrid. Una obra viva en la que todos los desechos de obra se hacen nuevos productos para el restaurante bajo los criterios de impacto mínimo y construcción local.

Premiado por revistas internacionales como Dezeen o Frame, es uno de las referencias más nombradas en todas las listas internacionales de lugares donde comer en Madrid. Fotografía: Gonzalo Machado.



04

NUEVOS MODELOS
URBANOS EN TORNO
AL DISEÑO



Concéntrico es el Festival Internacional de Arquitectura y Diseño de Logroño. Un evento que reflexiona sobre el ámbito urbano y los nuevos usos colectivos. Sobre estas líneas: Cielo Oscuro, de Matali Crasset. Página siguiente, intervenciones de otras ediciones: Caja Mágica, de Blurarquitectura y, a la derecha, Cada cuba, de DP Architects. Fotos: Concéntrico.

"EL DISEÑO Y LAS INDUSTRIAS CREATIVAS SON MÁS IMPORTANTES QUE NUNCA, EN UN MUNDO QUE ESTÁ CAMBIANDO TAN RÁPIDA Y PROFUNDAMENTE", KHADIJA AL BASTAKI, DIRECTORA DUBAI DESIGN DISTRICT.

Las nuevas visiones urbanas se aproximan a discursos que configuran la ciudad alrededor de una serie de temas como son la accesibilidad a servicios, la movilidad o la generación de espacios de socialización. Sin embargo en la visión contemporánea del urbanismo aparecen nuevas formas de configurar las ciudades a través de una tematización de los barrios, con el objetivo de generar polos de atractivo turístico, pero también atraer talento e inversión privada.

La tematización alrededor de la cultura ha jugado un papel importante en ciudades de tamaño pequeño o medio. Por ejemplo, Angouleme en

Francia como la capital europea de la 'bande dessinée', Austin en Texas con sus festivales de música, o San Sebastián y el cine o el jazz. Llevado a ciudades de mayor envergadura la tematización ha desembocado en la regeneración de barrios, desde el punto de vista urbanístico y también de negocios.

Si el arte ha sido uno de los primeros temas hacia el que las ciudades han recurrido, ahora es el diseño, como una disciplina con capacidad de abarcar mayor cantidad de disciplinas y actividades. Los 'design district' comienzan a desarrollarse en diferentes ciudades como una estrategia de regeneración urbana. Así estos

“ES NECESARIO AUMENTAR LOS NIVELES DE CUALIFICACIÓN Y DESARROLLAR EL TALENTO EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y EL TURISMO. POR EJEMPLO, ANIMANDO A LOS ARQUITECTOS Y DISEÑADORES A PRESTAR MÁS ATENCIÓN A LAS INSTALACIONES Y LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS, ASÍ COMO A LOS PRODUCTORES TURÍSTICOS A INCORPORAR MAYORES VALORES DE DISEÑO EN SUS PRODUCTOS. A UN NIVEL MÁS GENERAL, EL ‘DESIGN THINKING’ DEBERÍA INTRODUCIRSE EN EL TURISMO Y OTROS CAMPOS COMO ESTRATEGIA PARA AUMENTAR LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN” (OECD, TOURISM AND CREATIVE ECONOMY)

nuevos barrios se organizan alrededor de las industrias creativas: profesionales liberales del sector del diseño, tiendas especializadas, galerías de diseño y una oferta de hoteles y restauración que destaca por el alto valor del diseño. Una forma de atraer la inversión inmobiliaria para revitalizar una zona degradada y también de efecto llamada para el turista en búsqueda de experiencias alternativas a las tradicionales.

Otra de las ventajas de este tipo de revitalización urbana es que está basada en lo que los expertos llaman ‘infraestructuras blandas’. Acciones como eventos, espacios o comercios que suponen intervenciones pequeñas y de bajo coste, pero que permiten ver el potencial urbano de una zona. Por contra encontramos las ‘infraestructuras duras’ como museos o grandes iconos culturales, que suponen un coste mucho más elevado en cuanto a inversión y mantenimiento, y por tanto una barrera de acceso para muchas regiones que no cuentan con recursos suficientes.

Estos espacios no están concebidos con un propósito meramente turístico, sino más bien

profesional. Para cualquier ciudad o región es fundamental generar las condiciones adecuadas para atraer el talento, de modo que gracias a su patrimonio inmaterial creativo, tengan la capacidad de desarrollarse y convertirse en destinos más atractivos para los visitantes. Es precisamente que estos espacios no estén diseñados para el turismo lo que los hacen especialmente atractivos ya que “la gente, especialmente los millennials, quiere vivir una experiencia auténtica y codearse con la gente que vive en la zona. Los viajeros quieren, más que nunca, una experiencia que les transforme como seres humanos y les haga convertirse en una mejor versión de sí mismos” (Skift Global Forum, 2017. Key Tourism Trends for the Future of Travel).

Por ello, a pesar de no estar planteados desde la estrategia del turismo, son lugares fundamentales para comprender por qué determinadas ciudades tienen mayor capacidad de atracción sobre el turista creativo, ya que como apunta la OECD en su informe sobre turismo creativo “fomentar el crecimiento de las redes informales también puede contribuir a estimular el turismo”.



DISTRITOS DEL DISEÑO DESTACADOS

MIAMI DESIGN DISTRICT	HTTPS://WWW.MIAMIDESIGNDISTRICT.NET/
DESIGN DISTRICT HELSINKI	HTTPS://DESIGNDISTRICT.FI/EN/
LONDON DESIGN DISTRICT	HTTPS://DESIGNDISTRICT.CO.UK/
MABONENG, JOHANNESBURGO	HTTPS://MABONENGPRECINCT.COM/
DUBAI DESIGN DISTRICT	HTTPS://DUBAIDESIGNDISTRICT.COM/
ZORROTZAURRE, ISLA CREATIVA BILBAO	HTTPS://WWW.ZORROTZAURRE.COM/
DISTRITO CULTURAL WEST KOWLOON HONG KONG	HTTPS://WWW.WESTKOWLOON.HK/EN/
DENVER DESIGN DISTRICT	HTTPS://DENVERDESIGN.COM/
WEST HOLLYWOOD DESIGN DISTRICT WESTHOLLYWOODDESIGNDISTRICT.COM/	HTTPS://WWW.
MALLORCA DESIGN DISTRICT	HTTPS://MALLORCADESIGNDISTRICT.COM/

SEMANAS, FESTIVALES Y FERIAS DEL DISEÑO DESTACADAS

DISSENY WEEK	DESIGN TO FESTIVAL TORONTO
BARCELONA DESIGN WEEK	DESIGN WEEK MARBELLA
HELSINKI DESIGN WEEK	THE LONDON DESIGN FESTIVAL
SAN FRANCISCO DESIGN WEEK	MILAN DESIGN WEEK AND SALONE DEL MOBILE
DUTCH DESIGN WEEK EINDHOVEN	DUBAI DESIGN WEEK
DESIGN WEEK MÉXICO	LONDON DESIGN FAIR
TOKYO DESIGN WEEK	DESIGN MONTH GRAZ AUSTRIA
BEIJING DESIGN WEEK	DESIGN INDABA SUDÁFRICA
SEOUL DESIGN FESTIVAL	MADRID DESIGN FESTIVAL
STOCKHOLM DESIGN WEEK	INTERIORS AUSTRALIA AND DENFAIR
NOMAD ST MORITZ SUIZA	MELBOURNE DESIGN WEEK
MAISON&OBJET PARIS	DESIGNMARCH ISLANDIA
OBJECT ROTTERDAM	NYCXDESIGN AND ICFF
CLERKWENWELL DESIGN WEEK	DESIGN MIAMI/BASEL
3 DAYS OF DESIGN, COPENHAGEN	OSLO DESIGN FAIR
STOCKHOLM FURNITURE & LIGHT FAIR	ORGATEC, COLONIA



El área urbana de Zorrotzaurre en Bilbao comprende la zona baja de la Ribera de Deusto que quedó convertida en península tras la construcción del canal de Deusto en los años 60. Durante el S.XIX se instalaron diversas fábricas, pero con la crisis del petróleo en la década de los 70 los cierres de fábricas dejaron patente la degradación de la zona. En 2001 se creó una comisión para dar una nueva vida a esta zona. Durante los últimos años antiguas fábricas han sido reconvertidas en espacios de creación y diseño y se han instalado escuelas de diseño y audiovisuales (IED Kunsthal, ZWAP, Espacio 600, Digipen, Espacio Open, Escuela de Creación Cinematográfica...). Convertida ya en un espacio que atrae a los turistas más jóvenes, el nuevo plan de urbanismo la convertirá en la 'isla creativa' con una amplia oferta residencial. Esta regeneración y transformación en una área para viviendas ha sido posible gracias al impulso que las industrias y escuelas creativas le han dado a la zona. En el futuro cercano de la isla estas dos realidades convivirán de la mano. Fotografía: Comisión Gestora de Zorrotzaurre.



Con una comunidad de 10.000 profesionales y más de 600 empresas, Dubai Design District, popularmente conocido como d3, se está posicionando como uno de los organismos más potente alrededor del diseño no solo en Oriente Medio sino a nivel internacional. La ciudad forma parte de la red de Ciudades Creativas de la UNESCO. Recientemente ha firmado un acuerdo con el Arab Fashion Council para potenciar el talento de la moda de un país que destaca dentro del sector por la fuerza del retail. De hecho se prevé que los ingresos de la moda en los EAU alcancen los 2.420 millones de dólares este año (Statista). Con esta alianza Dubai será la anfitriona de la Arab Fashion Week en la que participan 22 marcas internacionales y que contará con más de 7.000 invitados oficiales. d3 forma junto a otras iniciativas como el Museum of the Future, una apuesta de Emiratos Arabes por generar una economía que no dependa exclusivamente de los hidrocarburos. De hecho la ciudad es el segundo destino turístico regional solo detrás de Arabia Saudita y no ha dejado de escalar puestos en los últimos años (World Tourism Organization)



Dogpatch, la zona de los muelles de San Francisco pasó de ser un barrio en el extrarradio y del que los turistas y sus habitantes huían, a convertirse en uno de los mayores atractivos de la ciudad. Gracias a las intervenciones de diseño y arquitectura es una zona que ha sabido experimentar con nuevos modelos urbanos capaces de regenerar la zona, mejorar la habitabilidad y crear un entorno amable con el turista. Entre sus atractivos hay tiendas, restaurantes, cervecerías artesanas o el Museum of Craft and Design. Pero además el urbanismo de las calles es uno de los atractivos del barrio. Fotografía: Lily Gicker.

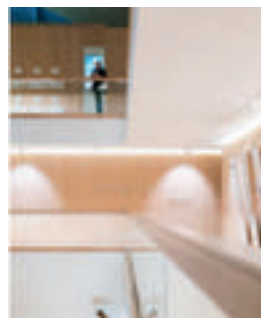
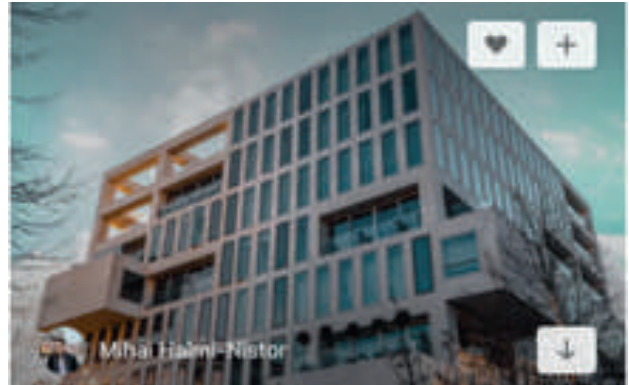


En el barrio de Alcantara, Lisboa, se encuentra LX Factory. Se trata de una antigua área industrial recuperada en la que se concentran diferentes artistas y profesionales creativos, además de diferentes ofertas gastronómicas y de ocio. Esta antigua área industrial es un referente mundial en arquitectura y rehabilitación de antiguos edificios industriales. Su origen se remonta a 1846, cuando la empresa de hilos y telas "Companhia de Fiação e Tecidos Lisbonense" pasó a ocupar uno de los complejos industriales más importantes de la historia de Lisboa. Como en otros casos, LX Factory es un buen ejemplo de regeneración urbana de zonas industriales olvidadas gracias a la intervención del sector creativo. Esta zona no solo es un espacio alrededor del cual diferentes profesionales del diseño orbitan, sino un espacio que atrae a cientos de turistas cada día. Fotografías: Frances Bean y Sönke Biehl.

LOS HUBS DEL DISEÑO

Una de las estrategias alrededor de la cual las ciudades han articulado su visión urbana y turística del diseño, ha sido la creación de hubs del diseño. En el caso de Barcelona el Design Hub demuestra la “puesta en valor y la proyección de las industrias creativas, la divulgación del patrimonio y la cultura de la ciudad a escala global”. Los hubs más que museos, suponen un conglomerado que aúnan el cuidado patrimonial con el ejercicio activo de la profesión del diseño.

Estos nuevos hubs del diseño suponen por tanto una evolución de los tradicionales Museos de las Artes Decorativas y en ocasiones los fagocitan, como en el caso de Barcelona, aunque en otras permanecen completamente independientes, como en Londres, donde el Victoria and Albert Museum es ya uno de los referentes de la ciudad.



Fundado como institución independiente en 1989 por el diseñador y restaurador Terence Conran, el Design Museum London tiene en realidad sus raíces en otra institución de esta lista: el Victoria and Albert Museum. En 1981, Conran creó la Boilerhouse en el sótano del V&A para exponer el diseño industrial moderno. Ocho años más tarde, trasladó su galería de diseño a un antiguo almacén de plátanos en el barrio de Shad Thames, en la ribera sur, bautizándolo como Museo del Diseño y ampliando su colección para incluir todo tipo de diseño contemporáneo. En noviembre de 2016, el museo se trasladó a su nueva sede, un edificio de los años 60 en Kensington renovado por el arquitecto John Pawson y la firma OMA. El Design Museum de Londres es visitado por alrededor de 700.000 personas al año.



El Red Dot es uno de los premios de diseño más importantes a nivel mundial. Uno de los 3 museos con los que cuenta se ubica en Singapur. Hoy en día es el mayor museo de diseño de Asia. El Red Dot Design Museum de Singapur se centra en el diseño de productos y comunicación, y cada una de las más de 1.000 piezas de su colección ha recibido el codiciado Red Dot Design Award. El impacto de este museo ha sembrado la semilla para que otras ciudades en Asia apuesten por este tipo de museos. En los próximos meses abrirán sus puertas M+ de Herzog & de Meuron en Hong Kong, dentro del Distrito Cultural West Kowloon; y el Design Society de Fumihiko Maki en Shenzhen, ciudad que también forma parte de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO.



Barcelona Design Hub es la apuesta de la ciudad por un modelo de museo que exceda su misión patrimonial para generar un impacto real sobre el tejido creativo y empresarial. Dentro de sus puertas se encuentra en Museu del Disseny, con una importante colección de artes decorativas, un centro de documentación y otras instituciones participadas por empresas privadas relacionadas con el diseño: Barcelona centre de Disseny, un cluster de diseño formado por más de 150 empresas; y Foment de les Arts i el Disseny, asociación de profesionales y empresas vinculadas al diseño. Ubicado junto a la torre Agbar, el Design Hub forma parte de la nueva visión urbana de la zona de Glories en Barcelona y se sitúa junto a 22@, un nuevo distrito ubicado en Poblenou destinado a las industrias creativas y del conocimiento

El Design Museum Holon de Israel abrió sus puertas en marzo de 2010 y rápidamente se estableció como uno de los principales museos de diseño y cultura contemporánea del mundo. El museo acoge cada año exposiciones itinerantes con algunas de las mejores obras internacionales de diseño en mobiliario, joyería, arquitectura y más. El edificio fue diseñado por el arquitecto londinense Ron Arad. Además de la zona museística cuenta con un 'design lab', espacio de estudio para los creativos en residencia. Courtesy of Ron Arad and Associates Limited.

Fotografía: James Foster



MUSEOS DEL DISEÑO

DHUB. CENTRO DE DISEÑO DE BARCELONA	BARCELONA
DESIGN SOCIETY	SHENZHEN
RED DOT DESIGN MUSEUM	SINGAPUR
M+	HONG KONG
DESIGN MUSEUM	LONDRES
TRIENALLE DI MILANO	MILÁN
BAUHAUS ARCHIVE MUSEUM FOR DESIGN	BERLÍN
MUSEUM OF CRAFT AND DESIGN	SAN FRANCISCO
SMITHSONIAN COOPER-HEWITT NATIONAL DESIGN MUSEUM	NUEVA YORK
DESIGN MUSEUM	HOLON
DESIGN MUSEUM	HELSINKI
VITRA DESIGN MUSEUM	WEIL AM RHEIN
MUSEUM OF DESIGN	ZURICH
DESIGN MUSEUM DANMARK	COPENHAGEN
AZKUNA ZENTROA	BILBAO

Estas ciudades creativas se reúnen además en redes de cooperación que les ayuden a generar sinergias y compartir experiencias. Es el caso de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO (UCCN) que se creó en 2004 para promover la relación entre las ciudades que han identificado la creatividad como un factor estratégico para el desarrollo urbano sostenible. Actualmente la red está formada por 246 ciudades de las cuales 29 están catalogadas como ‘diseño’.

Otro caso es el de la CTN (Creative Tourism Network) que se fundó en 2010 como una organización sin ánimo de lucro para promover destinos de todo tipo que apuesten por el turismo creativo como elemento diferencial. La CTN también fomenta la investigación académica dirigida por el profesor Greg Richards, autor del concepto de turismo creativo, ofrece asesoramiento y formación a través de la Academia de Turismo Creativo y premia cada año el Código Ético y las Mejores Prácticas a través de los Premios de Turismo Creativo. Las ciudades y regiones de esta red reciben la etiqueta Creative Friendly Destinations.

CIUDADES DE LA RED DE CIUDADES CREATIVAS DE LA UNESCO CATALOGADAS COMO ‘DISEÑO’		
BRASILIA	QUERÉTARO	SINGAPORE
COVILHA	DETROIT	CURITUBA
BUENOS AIRES	WUHAN	BANDUNG
MUHARRAQ	CAPE TOWN	CEBU CITY
BEIJING	KAUNAS	PUEBLA
KORTRIJK	BANGKOK	SHENZHEN
BAKU	KOBE	
GRAZ	CURITIBA	
KOLDING	BERLIN	
TORINO	FORTALEZA	
HANOI	BILBAO	

EL COLECCIONISMO DE DISEÑO

Paralelamente al desarrollo de los museos del diseño, a nivel internacional se ha desarrollado un mercado emergente alrededor del coleccionismo de diseño. Algunas ciudades como Londres en Europa y Nueva York en Estados Unidos están luchando por convertirse en las plazas principales para este pujante mercado. DeTnk ha lanzado uno de los pocos estudios económicos sobre el mercado del coleccionismo de diseño. Según el estudio los precios medios de venta han aumentado un 35% con respecto al año anterior y el 70% de los lotes ofertados se vendieron.

EN NOVIEMBRE DE 2021 LA FERIA MÁS IMPORTANTE DE COLECCIONISMO DE DISEÑO, SALON ART + DESIGN EN NUEVA YORK, REUNIÓ A MÁS DE 50 GALERÍAS INTERNACIONALES DEL SECTOR. EN EL CASO DE COLLECTIBLE, EN BRUSELAS, LA FERIA ATRAJO A 18.000 VISITANTES EN PLENA PANDEMIA DURANTE 2020, EN COMPARACIÓN CON LOS 15.000 DEL AÑO ANTERIOR.

Uno de los atractivos respecto al mercado del coleccionismo de arte es su falta de madurez, lo que significa un entorno menos competitivo y mucha más capacidad para actores más pequeños para entrar en el juego. La efervescencia de este mercado se puede palpar en la apertura de galerías especializadas en diseño por todo el mundo. Pequeños centros que atraen la visita de coleccionistas de diseño, tanto aficionados de la disciplina como inversores que ven en este nuevo coleccionismo una alternativa a un mercado menos saturado. En concreto en España estamos en un momento muy incipiente, con algunas pequeñas galerías de diseño en las grandes ciudades.

**EL SALONE DEL
MUEBLE DE MILÁN
CONTABILIZÓ 386.236
VISITANTES EN SOLO 6
DÍAS PROCEDENTES DE
181 PAÍSES EN 2019.**

GALERÍAS DE DISEÑO DESTACADAS	
IL.LACIONS, BARCELONA	https://www.illacions.com/
SIDE GALLERY, MADRID	https://side-gallery.com/
LOKAL, HELSINKI	https://lokalhelsinki.com/
FUNCTIONAL, BERLÍN	https://functionalart.biz/
ROSANA ORLANDI, MILÁN	https://www.rossanaorlandi.com/
ATELIER JESPERS, BRUSELAS	https://www.atelierjespers.com/
SOUTHERN GUILD, CIUDAD DEL CABO	https://southernguild.co.za/
SEE..DS, LONDRES	https://seedslondon.com/
NILUFAR, MILÁN Y MIAMI	https://nilufar.com/en/

MILAN: CASE STUDY

Según un estudio de la Università IULM y Università Bicocca de 2012 existe un claro reconocimiento internacional de la excelencia milanesa, vinculada especialmente a la moda, el diseño y el mobiliario. La relación de Milán con el diseño es parte del ADN de la ciudad, y uno de los encantos para los turistas que cada día visitan sus calles, tiendas y centros expositivos. Es sin duda uno de los elementos que ha ayudado a posicionar Milán como destino turístico. El diseño se ha convertido en un complemento comercial del turismo milanés al ofrecer nuevas formas de experimentar la ciudad a través de eventos, lugares y servicios, contribuyendo así a la innovación de la oferta turística de la ciudad.

El atractivo turístico del diseño ha quedado patente en diferentes hoteles abiertos recientemente en la ciudad. Marcas como Armani, Bulgari y Moschino han elegido Milán como sede de sus hoteles de marca. El diseño también se está incorporando a las estrategias de reposicionamiento de soluciones de alojamiento de bajo presupuesto, como el proyecto 'The Designer' s House' o iniciativas de 'glamping' o 'bed sharing' que proliferan en la ciudad.

**EN 2007, EL MUSEO DEL DISEÑO
DE LA TRIENAL FUE EL PRIMER MUSEO
ITALIANO DEDICADO AL DISEÑO.**

MILÁN COMO CAPITAL DEL DISEÑO

Al hablar de diseño ‘made in Italy’, Milán es sin duda la población más importante, tanto por su concentración de industria, centros formativos y espacios y eventos culturales dedicados a la disciplina. Lombardía y Milán son los principales centros italianos de formación en diseño, con 54 escuelas de diseño los cuales ofrecen más de 350 cursos. También existen 80 editoriales especializadas y 125 revistas publicadas en la región.

Un primer paso en la institucionalización del sector del diseño se dio en 2001 con la creación en la región de Lombardía del ‘Metadistrito de diseño’, un área que comprende 65 municipios de 6 provincias y 11 centros de investigación y que tiene su centro en Milán.

HOTSPOTS DEL DISEÑO EN MILÁN:

TRIENNALE MILANO

ADI DESIGN MUSEUM

FUNDAZIONE PRADA

SUPERESTUDIO PIÙ

BASE MILANO

IED ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN

FLEX MILAN DESIGN CENTER



Más de 400.000 personas acuden cada año al Salón del Mueble de Milán. Un evento profesional que ha servido para convertir a la ciudad italiana en uno de los grandes referentes del diseño a nivel mundial.

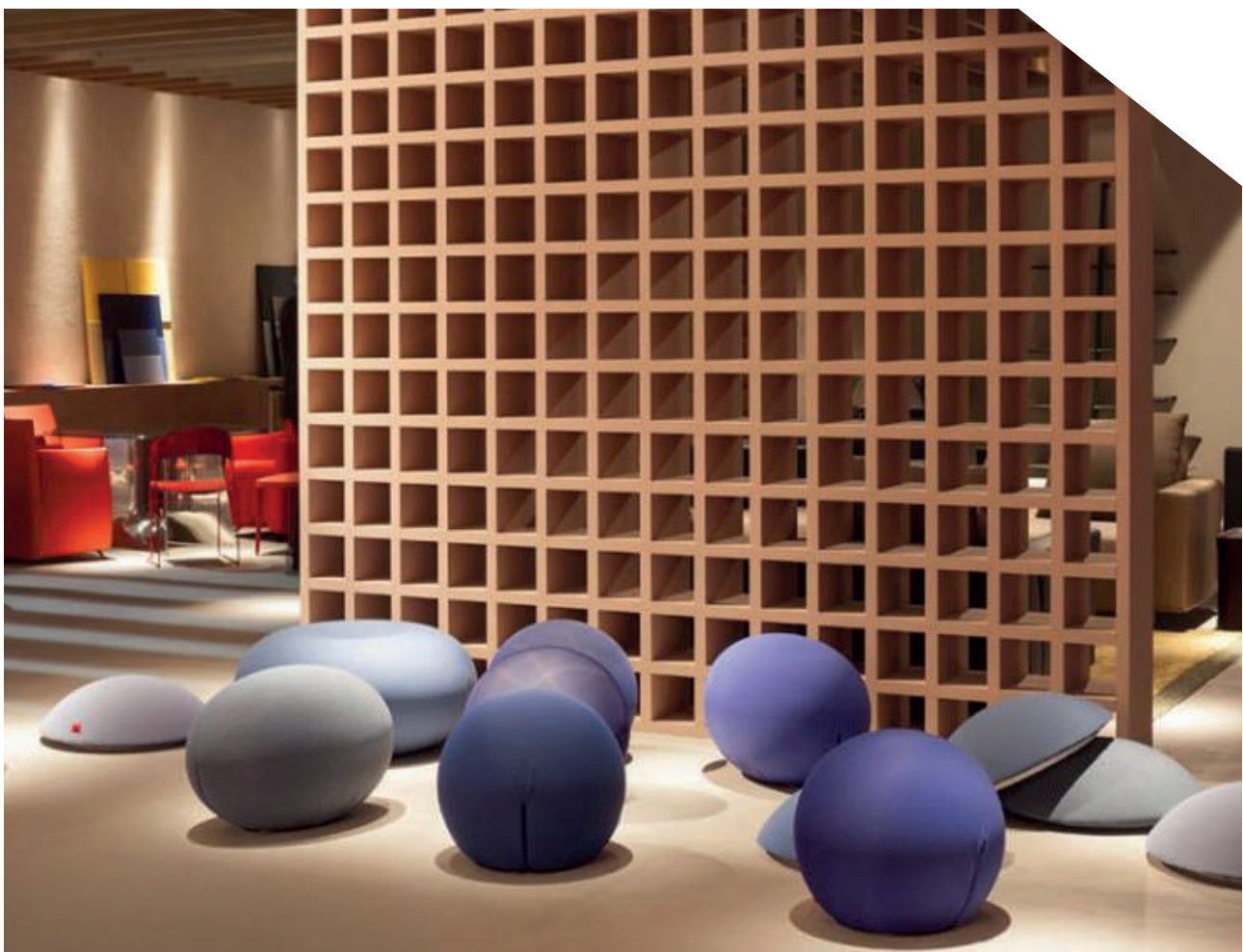
MILÁN OCUPA EL TERCER LUGAR EN ITALIA EN CUANTO A PERNOCTACIONES (16,4 MILLONES) Y SE AUTOPROCLAMA CAPITAL MUNDIAL DEL DISEÑO.

[FUENTE: STATISTA 2021]

TURISMO IMPULSADO POR EL DISEÑO EN MILÁN

Unos 3,5 millones de turistas de negocios al año (incluido el turismo MICE: reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones), se hospedan en la capital una media de dos noches y gastan +350 €/día (en comidas, compras, visitas a lugares emblemáticos,...). Según la Cámara de Comercio de Milán, los ingresos generados por este segmento ascienden a 2.500 millones de euros y alimentan un sistema de más de 80.000 puestos de trabajo. Por ejemplo, la Semana de la Moda genera un turismo inducido de unos 28 millones de euros entre alojamiento (17 millones de euros) y compras y restaurantes (más de 8 millones de euros).

**LA SEMANA DE LA
MODA GENERA UN
TURISMO INDUCIDO
DE UNOS 28
MILLONES DE EUROS
ENTRE ALOJAMIENTO
(17 MILLONES DE
EUROS)**



El Salone del Mobile de Milán ha trascendido las puertas del espacio ferial para convertirse en un evento distribuido por todo Milán donde las principales instituciones y los ciudadanos se vuelcan cada año.

EL SALÓN INTERNACIONAL DEL MUEBLE

Es el evento de diseño más importante de la ciudad y un referente a nivel mundial. Su número de visitantes, ha ido incrementando año tras año -300.000 visitantes en 2013; 350.000 visitantes en 2014; 380.000 visitantes en 2019- con excepción de la incidencia de 2022 con 262.608 en el primer evento post COVID.

Estimación del gasto turístico inducido generado por el Salón Internacional de Accesorios de Mobiliario en la Región de Lombardía, 2013 (Por tipo de gasto).

BENEFICIOS DEL SALÓN

INTERNACIONAL DEL MUEBLE Y FUORISALONE:

- Atrae a patrocinadores y empresas internacionales y se ha convertido en un escaparate para estudios de diseño y arquitectura creativos, tanto emergentes como establecidos.
- Consigue influir en la feria principal.
- Atrae turismo de ocio y flujos formados principalmente por jóvenes.
- Activa la oferta cultural de la ciudad con cientos de eventos (1351 en 2022) en los barrios de Tortona, la zona de Lambrate/Ventura y en el barrio de Brera.

	EUR	%
ALOJAMIENTO	158 343 000	77.5%
TRANSPORTE	3 842 000	1.9%
COMPRAS	19 099 000	9.4%
RESTAURANTES	17 973 000	8.8%
OTROS	941 000	2.4%
TOTAL DE LA PROVINCIA DE LOMBARDÍA	204 198 000	100.0%

Fuente: Monza and Brianza Chamber of Commerce, 2013

El Salón del Mueble no solo es un evento expositivo sino que ha generado un gran impacto a través del Fuorisalone, eventos paralelos que se celebran en distintos barrios y espacios de la ciudad. Entre ellos destacan:

- **Brera Design District:** zona central de la ciudad que cuenta con algunos de los showrooms de diseño de las mejores marcas internacionales del mueble y la moda.
- **Zona Tortona:** zona semi industrial que ha sufrido una potente regeneración urbana gracias a su posicionamiento de diseño.
- **Isola:** nuevo barrio de la ciudad destacado por el ecodiseño.

CONCLUSIÓN

La inversión que históricamente ha realizado la ciudad de Milán y la región de Lombardía en el desarrollo de las industrias culturales y el apoyo al diseño se ha traducido en un sello Made in Italy que lidera la ciudad del norte del país. De esta manera Milán, menos atractiva respecto a otras poblaciones como Florencia o Roma en lo relativo a patrimonio cultural tradicional, se ha convertido en uno de los destinos preferidos del país. Milán ha sabido capitalizar en gran medida a un tipo de turista que combina el placer y los negocios, con eventos como la Semana de la Moda o el Salón del Mueble de Milán, que cada año atraen a cientos de miles de visitantes hasta sus calles.

HELSINKI: CASE STUDY

A finales de la década de 1930, la reputación internacional de Finlandia por su excelente diseño estaba consolidada, gracias en gran medida al trabajo de arquitectos como Alvar y Aino Aalto, que dedicaron parte de su talento a la creación de muebles innovadores y nuevas formas de cristalería durante toda la década. Diseños que siguen siendo populares hoy en día y que ayudaron a crear el ‘estilo finés’.

Tras el final de la Segunda Guerra Mundial, se produjo un aumento de las exposiciones a nivel mundial, y en la década de 1950 Finlandia se había establecido como una fuerza de innovación en el diseño. En las famosas y muy influyentes Trienales de Milán de los años 50 y 60, la Sociedad Finlandesa de Artesanía y Diseño creó la sección finlandesa. El diseño de Finlandia también cobró popularidad en Estados Unidos, donde empresas como Artek exportaban la gran mayoría de su producción. Esta presencia internacional, y los premios obtenidos, ayudaron a difundir la fama del diseño finlandés a lo largo de todo el mundo.

Gracias a que el diseño está en el ADN de Finlandia como nación, la ciudad fue designada Capital Mundial del Diseño en 2012, y entró a formar parte de la red Ciudades del Diseño por la UNESCO en 2014. Una red de ciudades creativas que pretende desarrollar la cooperación internacional entre las poblaciones que han identificado la creatividad como un factor estratégico para el desarrollo sostenible.

CAPITAL MUNDIAL DEL DISEÑO

LAS INVESTIGACIONES INDICARON QUE EL EVENTO SUPUSO UN IMPULSO DEL 2,5% PARA EL TURISMO EN LA REGIÓN DE HELSINKI EN 2012. LAS PERNOCTACIONES EN HELSINKI EN EL PERIODO DE ENERO A MAYO DE 2012 CRECIERON UN 3,5%, MIENTRAS QUE LA CIUDAD DE LAHTI EXPERIMENTÓ UN ENORME AUMENTO DEL 32,8%. EL NÚMERO DE TURISTAS TAMBIÉN AUMENTÓ EN ESPOO (22,3%) Y VANTAA (4,5%).

En 2012, la Organización Mundial del Diseño, nombró a Helsinki como Capital Mundial del Diseño. Durante ese año se promovió el diseño con 550 proyectos y 2.800 eventos. El programa fue ejecutado por una red de 290 organizaciones en Finlandia y en el extranjero. Pero este gran evento, también proyectó la importancia de Helsinki a nivel internacional, atrayendo a 2,5 millones de visitantes de todo el mundo. Entre sus hitos está la creación de diferentes espacios dedicados al diseño, que son todavía infraestructuras importantes de la disciplina hoy en día.

HOTSPOTS DEL DISEÑO EN HELSINKI:

- MUSEUM OF FINISH ARCHITECTURE
- DESIGN MUSEUM
- ALVAR AALTO MUSEUM
- DISTRITO DEL DISEÑO DE HELSINKI
- LA CASA EXPERIMENTAL MUURATSALO DE JYVÄSKYLÄ



Casa Museo Alvar Aalto. Fotografía: Ninara.

DISTRITO DEL DISEÑO Y CIUDAD DEL DISEÑO

La iniciativa del Distrito del Diseño de Helsinki se remonta a 2005, cuando Finlandia celebró su Año del Diseño. En la actualidad, el Distrito del Diseño abarca 25 calles alrededor del centro de Helsinki en los barrios de Punavuori, Kaartinkaupunki, Kamppi y Ullanlinna. Los 200 miembros de la Asociación del Distrito del Diseño de Helsinki se pueden identificar por el sello del Distrito del Diseño de Helsinki ubicado en sus escaparates. Siguiendo el pequeño logotipo negro, se pueden encontrar tiendas de diseño y antigüedades, boutiques de moda, galerías de arte, salas de exposiciones, restaurantes y hoteles de diseño, así como los principales museos de diseño y arquitectura de Finlandia. De este modo el sello del Distrito del Diseño es una guía de calidad para los turistas internacionales que recaen en la capital finesa.

La ciudad cuenta además con una Ruta del Diseño guiada (Design Walk), la cual permite descubrir las creaciones clásicas de los diseñadores más famosos del país y los reveladores conceptos de los diseñadores emergentes. Todos estos emplazamientos, se pueden encontrar geolocalizados en un mapa creado por la organización del Helsinki Design District.

TURISMO DE DISEÑO EN NÚMEROS
MUSEUM OF FINNISH ARCHITECTURE: 29,000 VISITANTES (2018)
EL MUSEO ALVAR AALTO: 25.886 VISITANTES (2019)
LA CASA EXPERIMENTAL MUURATSALO DE JYVÄSKYLÄ: 1.394 VISITANTES (2019)
LA CASA AALTO: 15.510 VISITANTES (2019)
STUDIO AALTO: 9.583 VISITANTES (2019)
HELSINKI DESIGN WEEK: 160.000 VISITANTES (2019)

Fuente: respectivas organizaciones.

CONCLUSIÓN

En 2022 se cumple el décimo aniversario desde que Helsinki fue Capital Mundial del Diseño. Durante estos diez años la ciudad ha puesto en valor las diferentes infraestructuras creadas durante la capitalidad y ha seguido posicionando el diseño como uno de los valores culturales, tanto desde el punto de vista de la innovación empresarial, como del turismo, convirtiéndose en uno de los motivos principales por el que turistas de todo el mundo viajan a la capital sueca.

ACTUALMENTE, EL MIAMI DESIGN DISTRICT, GENERA UNOS INGRESOS DE UNOS \$40 MILLONES.

[FUENTE: ROCKETREACH]



Escultura de Craig Robins, fundador del Miami Design District.

MIAMI: CASE STUDY

Miami es una de las ciudades más importantes del sur de Estados Unidos desde el punto de vista económico y comercial. En la década de los 50 la ciudad comenzó a posicionarse no únicamente como un destino de playa, sino también cultural. En la década de 1980, el que ahora se denomina Miami Design District se consideraba el tercer distrito de la confección más grande del país, con 225 negocios que generaban 125 millones de ingresos anuales. En la actualidad ha conseguido posicionar a Miami como uno de los centros contemporáneos del diseño, junto a ciudades históricamente relacionadas con el sector como Nueva York o Chicago.



Un aparcamiento también puede ser una obra de arte. Así ocurre en el Museum Garage del distrito de diseño de Miami. Todas sus fachadas están intervenidas por artistas internacionales. Fotografía: Rob Olivera.



Fly's Eye Dome diseñada por Buckminster Fuller. Fotografía: Phillip Pessar.

DESIGN DISTRICT Y EL ART DECÓ DISTRICT

El Miami Design District no sería lo que es hoy sin la creación del distrito artístico de Wynwood, fundado por Josiah Chaille y Hugh Anderson en 1917. El crecimiento de Wynwood comenzó alrededor de la década de 1920 en la industria de la confección en la parte sur a lo largo de la 5ª avenida del NW, entre las calles 22 y 29 del NW.

La sociedad del momento engendró un nuevo tipo de diseño, tomando ideas de diferentes lugares, siempre con la búsqueda de una vía de escape a la gran depresión del periodo tras las guerras mundiales. El art decó tuvo una expresión muy concreta y única en la ciudad de Miami que se convirtió en el centro de una tendencia arquitectónica internacional traducida a la idiosincrasia y clima propios de la región. Hoteles, restaurantes, tiendas y viviendas de este estilo comenzaron a emerger entre 1920 y 1940, y hoy el Miami Art Decó District se ha convertido en uno de los barrios más visitados por los turistas nacionales e internacionales gracias a sus peculiares arquitecturas y su uso del color.

**EN LOS DOCE MESES
ANTERIORES A MAYO DE
2021, LOS INMUEBLES
GENERARON UNOS
INGRESOS NETOS DE
EXPLOTACIÓN DE 9,6
MILLONES DE DÓLARES
CON UNOS INGRESOS DE
19 MILLONES.**

[FUENTE: THEREALDEAL]

HOTSPOTS DEL DISEÑO EN MIAMI:
• MIAMI DESIGN DISTRICT
• ART DECO DISTRICT
• MUSEUM OF ART AND DESIGN DADE COLLEGE
• INSTITUTE OF CONTEMPORARY ART (ICA)
• FLY'S EYE DOME
• DE LA CRUZ COLLECTION
• MRKT DEUX

Por su parte, el moderno desarrollo del Miami Design District surgió en 2000 de la mano de Dacra, una empresa de desarrollo inmobiliario fundada por su director general, Craig Robins. En 2011 se asocia con L Real Estates, un fondo de inversión y desarrollo inmobiliario global, especializado en la creación de destinos comerciales de lujo y respaldada por la marca de lujo LVMH (Moët Hennessy Louis Vuitton SE), ampliando su capacidad para atraer marcas del lujo del sector de la moda y el mobiliario como Holly Hunt, Knoll o Poliform. Desde la creación del Distrito de Diseño de Miami “Dacra ha ido adquiriendo más terrenos para crear un paseo del arte junto con más estudios artísticos, restaurantes, espacios de exposición y, por supuesto, tiendas que llevan al histórico Distrito del Arte de Wynwood”. Esto ha provocado que el lugar se convierta en un paseo urbano que conecta distritos ambos para atraer más turismo a la zona. Además el Design District de Miami es el primer barrio del mundo con certificación LEED Gold (Leadership in Energy and Environmental Design), siendo el tercer barrio del mundo en lograr la certificación LEED.

LA RELACIÓN DEL DISEÑO Y EL ARTE CONTEMPORÁNEO

La relación entre diseño y arte es una cuestión fundamental para el posicionamiento de Miami y su barrio del diseño. Galerías y museos se mezclan con tiendas de alta gama como Versace, Balenciaga, Dior, Burberry, Celine o Saint Laurent y hoteles con interiorismo de los mejores estudios internacionales.

En el 2005, Robins puso en marcha la primera feria de diseño coleccionable Design Miami en el Design District, junto con Art Basel. El éxito de la feria ayudó a impulsar la reurbanización de toda la zona. “La gente empezó a darse cuenta de que los muebles, al igual que el arte, también podían coleccionarse. Hoy en día Miami se ha convertido en una de las ciudades referente para el coleccionismo de diseño a nivel mundial.

CONCLUSIÓN

El Distrito del Diseño de Miami ha sido un enclave esencial para la revitalización del núcleo urbano de la ciudad y se ha convertido en una meca para la moda, el diseño, el arte y la arquitectura, atrayendo a grandes marcas, diseñadores, artistas y arquitectos de mayor renombre mundial. Los desarrollos comerciales revelan el hecho de que la escena del lujo de Miami está prosperando y se espera que continúe creciendo en los próximos años. Todo esto ha llevado a que el distrito se haya convertido en uno de los destinos históricamente más icónicos de toda Florida.

VALENCIA: CASE STUDY

**LA CAPITAL MUNDIAL DEL
DISEÑO DE VALENCIA
CAPTARÁ LA ATENCIÓN
DE 2 MILLONES DE
PERSONAS Y ATRAERÁ
200.000 VISITANTES
EXTRANJEROS.**

FUENTE: VWDC

Incluso antes de que se acuñara el término diseño, esta disciplina ha sido de suma importancia para la ciudad de Valencia. En 1474 se imprime el primer libro de España en la capital del Turia y este hecho marca una relación estrecha de la ciudad con el sector editorial y otros oficios que como la ilustración o el diseño gráfico, encuentran sus orígenes en este momento. Empezando



La ciudad de las Artes y las Ciencias se ha convertido en un hito arquitectónico que identifica de forma unívoca Valencia.

“FUERA DE LOS GRANDES EVENTOS QUE TENEMOS LOCALIZADOS COMO FERIA VALENCIA Y LOS EVENTOS QUE SUCEDEN EN EL PALACIO DE CONGRESOS, HAY GRAN CANTIDAD DE EVENTOS Y ACTORES QUE ESTÁN PROGRAMANDO ACTIVIDADES ALREDEDOR DEL DISEÑO QUE HACEN QUE LA CIUDAD SEA MÁS ATRACTIVA PARA EL VISITANTE. LA VALENCIA CAPITAL MUNDIAL DEL DISEÑO HA SERVIDO PARA VISIBILIZAR ESTE ACTIVO CON EL QUE CUENTA LA CIUDAD COMO DESTINO”.

ANTONIO BERNABÉ, GERENTE DE LA FUNDACIÓN VISIT VALENCIA.

“EL TURISTA CREATIVO Y DE DISEÑO ES UN VISITANTE MUY INTERESANTE PARA EL DESTINO, MÁS RESPETUOSO Y QUE VALORA MÁS TODO EL PATRIMONIO CULTURAL CON EL QUE SE VA A ENCONTRAR.” ANTONIO BERNABÉ, GERENTE DE LA

FUNDACIÓN VISIT VALENCIA.



El Ágora, del arquitecto Miguel Arraiz, es uno de los espacios centrales de Valencia World Design Capital. Esta instalación arquitectónica se ubica en la plaza del Ayuntamiento en el centro de la ciudad y es el marco de algunos eventos centrales de la capitalidad, haciendo accesible el diseño no solo a los profesionales, sino también al ciudadano de a pie y al visitante. Fotografía: David Zarzoso.



con ceramistas, cartelistas (Josep Renau, los hermanos Vicente y Arturo Ballester, Dubon, Usabal, José Segrelles, Mongrell, Barreira) y arquitectos (como Francesc de Baldomar, Pere Compte, Hipólito Rovira, Demetrio Ribes, Enrique Viedma y Francisco Mora) hasta evolucionar a diseñadores industriales, gráficos y de moda, el diseño valenciano nace de la artesanía y sigue recurriendo a ella para elaborar los procesos más innovadores. Todo este poso histórico tuvo un momento de gran relevancia en la década de los 70 y 80 cuando se acuña la etiqueta de diseño valenciano. Hoy, Valencia reivindica su gran tradición en este sector liderando la Capital Mundial del Diseño 2022.

VALENCIA WORLD DESIGN CAPITAL

La Capitalidad de Valencia ha servido como un activador de las diferentes entidades y plataformas que trabajan en diseño en la región desde puntos de vista muy diversos. “Fuera de los grandes eventos que tenemos localizados como Feria Valencia y los eventos que suceden en el Palacio de Congresos, hay gran cantidad de eventos y actores que están programando actividades alrededor del diseño que hacen que la ciudad sea más atractiva para el visitante. La Valencia Capital Mundial del Diseño ha servido para visibilizar este activo con el que cuenta la ciudad como destino”. Antonio Bernabé, gerente de la Fundación Visit Valencia.

Durante el año de la Capital, Valencia cuenta con un espacio dedicado única y exclusivamente al diseño: el Ágora, ubicado en la plaza del Ayuntamiento. Un espacio abierto que acoge gran parte de la programación de la Capital Mundial del Diseño 2022 y que sirve como punto de conexión no sólo con profesionales sino también con la ciudadanía y turistas. El pabellón está creado con materiales surgidos de la innovación cerámica y de tradiciones como la vareta, de la mano del artista fallero Manolo García, poniendo en valor la interacción entre diseño contemporáneo, arquitectura y tradición artesana.

Entre otros, el pabellón es sede de la presentación de algunos de los eventos clave, como el World Design Street Festival, la Valencia Disseny Week o la Future of Fashion, un festival de dos días en torno a la moda y el consumo sostenible. Paralelamente, fuera del Ágora pero dentro del marco de la Capitalidad, se ha llevado a cabo el ‘Experience Valencia Festival’ donde diseñadores nacionales e internacionales compartieron sus proyectos y experiencias profesionales; o hacia finales de año la ‘Conferencia Mundial de Políticas de Diseño’, que busca sentar las bases para ejercer políticas públicas donde el diseño tenga un papel relevante, entendiendo el diseño desde la perspectiva del rigor y del buen criterio en su aplicación

FORMATOS EDUCATIVOS Y LÚDICOS CONCEBIDOS PARA TRASCENDER MUCHO MÁS ALLÁ DE 2022.

Uno de los objetivos de la capitalidad ha sido visibilizar los activos de diseño que hacen de la ciudad un destino más atractivo, tanto para el habitante, el nómada digital o el turista. Para ello se ha puesto en marcha el Mapa del Diseño. Una herramienta digital que lee en clave de diseño los principales puntos de la ciudad. A la vez permite al viajero describir arquitecturas, tiendas, restaurantes o hoteles donde el diseño ha intervenido de forma evidente para crear una oferta de mayor atractivo. Así el Mapa del Diseño de Valencia funciona como una guía turística por barrios, que evidencia la impresionante oferta de la capital. En los primeros seis meses, la celebración de València Capital Mundial del Diseño 2022, ha supuesto

casi 50.000 visitantes nacionales y 25.000 extranjeros más de los que correspondería en las mismas fechas en otros años.

“ESTAS CIFRAS DE VISITANTES REPRESENTAN UN IMPACTO DIRECTO QUE, CON UNA APROXIMACIÓN CONSERVADORA —SUPONIENDO QUE SOLO UN TERCIO DE LOS VISITANTES POR ENCIMA DE LA MEDIA SEAN PROVOCADOS DIRECTA O INDIRECTAMENTE POR VALÈNCIA CAPITAL MUNDIAL DEL DISEÑO 2022—, SE TRADUCE EN UN GASTO DIRECTO DE NUEVE MILLONES DE EUROS DISTRIBUIDOS EN 2,6 MILLONES EN GASTO EN ALOJAMIENTO, 2,5 MILLONES EN BARES Y RESTAURANTES Y 3,8 MILLONES EN ACTIVIDADES CULTURALES Y OTROS GASTOS EN DESTINO”.

PAU RAUSELL, DIRECTOR DE ECONCULT Y
CODIRECTOR ESTRATÉGICO DE LA
CANDIDATURA PARA VWDC.

LA REIVINDICACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO, ARTESANO E INDUSTRIAL

La ciudad también cuenta con eventos que se repiten cada año, como: Feria Hábitat Valencia, que en 2019 tuvo más de 32,000 visitantes de más de 70 países; Valencia Disseny Week, una iniciativa de la Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana (ADCV) que se celebra desde 2009 con los objetivos de dar visibilidad al diseño valenciano, poner en valor el talento existente en este sector de la industria creativa y acercarlo a la sociedad.

Valencia se ha convertido en una capital contemporánea y de diseño avanzado que pone en valor su historia y la industria, con empresas importantes como Gandiablasco (que se ha posicionado como icono de diseño mediterráneo); Actiu en el sector de oficina, Andreu World o Punt Mobles (siendo estas 3 últimas, premios nacionales) y diseñadores de renombre internacional como Daniel Nebot, Nacho Lavernia y Mario Ruiz (los 3 también han obtenido de manera independiente el Premio Nacional).

HOTSPOTS DEL DISEÑO EN VALENCIA:

- CCCC (CENTRE DEL CARMEN DE CULTURA CONTEMPORÁNEA)
- CIUDAD DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS
 - LAS NAVES
- BOMBAS GENS CENTRE D'ART
 - IVAM
 - MUVIM
- CAIXA FORUM
- MERCADO TAPINERÍA
- MERCADO DE COLÓN
- JARDINES DEL RÍO TURIA
 - PARQUE CENTRAL

CONCLUSIÓN

Durante los últimos años Valencia ha sabido aprovechar sus atractivos turísticos como alternativa a otras grandes urbes más masificadas como Barcelona. Al igual que su vecina, el diseño ha sido un factor importante a la hora de posicionar a la ciudad como un destino más allá de las playas y el sol. La Capitalidad ha sido el culmen de esta declaración de intenciones de la ciudad de posicionarse como un núcleo creativo. También ha supuesto para Valencia un reconocimiento de todos los hitos presentes. Y lo más importante, el evento ha servido como activador de las diferentes redes informales, estructuras y plataformas de empresas y profesionales capaces de generar y proyectar la imagen de Valencia como capital de innovación y diseño.



Ciudad de las Artes y las Ciencias, Valencia.

05

BUENOS AIRES:
CASE STUDY



El Museo Nacional de Arte Decorativo ubicado en la Avenida del Libertador 1902 de la Ciudad de Buenos Aires fue creado en 1937. El edificio, construido entre 1911 y 1917, es de estilo neoclásico francés. Fue diseñado por el arquitecto René Sergent.

La ciudad de Buenos Aires ha sido una pionera a nivel mundial en el posicionamiento urbano vinculado al diseño. Es por ello que en 2005 fue declarada la primera de la red de ciudades creativas de la UNESCO. Desde entonces la estrategia de la ciudad ha sido convertirse en uno de los polos creativos de referencia en América latina. Para ello se hace valer de la red de profesionales, estudios e industrias del diseño, comercios de hábitat, asociaciones, industria, así también como de un patrimonio industrial arquitectónico que ha articulado en la geografía urbana un distrito del diseño pionero en el país.

Algunos de los instrumentos principales para la puesta en marcha del distrito han sido mecanismos fiscales para la promoción de áreas de la ciudad relacionadas, no solo con el diseño, sino

con diferentes actividades económicas. Una estrategia llevada a cabo por la administración pública que ha activado a diferentes actores privados para la regeneración urbana y el posicionamiento de la ciudad y que incluye además del diseño, la moda, la tecnología, las artes y el audiovisual.

La visión de la ciudad de Buenos Aires pasa por la creación de infraestructuras duras, como es el CMD (Centro Metropolitano de Diseño) -que articula el espacio del barrio del diseño-, junto a otras infraestructuras blandas y marcos de relación, como puede ser la Semana del Diseño, o la agrupación de comercios alrededor de una temática, como es el caso del Distrito Arenales vinculados al diseño de producto hábitat y la decoración.

EN 2005 BUENOS AIRES FUE DECLARADA LA PRIMERA CIUDAD DE LA RED DE CIUDADES CREATIVAS DE LA UNESCO.



EL DISTRITO DEL DISEÑO

Con la creación del Distrito del Diseño se han atraído a 82 empresas, creando 2012 puestos de trabajo. (Fuente: Visit Buenos Aires)

La relación entre diseño y Buenos Aires viene de lejos, pero hay un momento crítico con la iniciativa de la ciudad de regenerar los espacios urbanos a través de la relación y promoción de diferentes sectores productivos. Una estrategia que le ha permitido cambiar la percepción y el valor de diferentes áreas degradadas, gracias a la colaboración de sectores económicos clave. La implementación de los ‘distritos económicos’ en la ciudad es considerada una de las políticas recientes más exitosas en términos de renovación urbana. Los distritos son cuatro -el Tecnológico, el de Diseño, el de las Artes y el Audiovisual- y fueron creados y regulados bajo la órbita del Ministerio de Desarrollo Económico. En 2013 Barracas es declarado Barrio del Diseño a partir de la Ley 4761, y en pocos años se ha convertido en el epicentro del diseño, no solo en Buenos Aires, sino a nivel nacional.



Centro Cultural Recoleta. Ubicado en el barrio de Recoleta, en la Ciudad de Buenos Aires. Fue declarado Monumento Histórico Nacional.



Ciudad Cultural Konex se formó en 2005 y en él se realizan actividades de teatro, música, danza, cine, diseño, moda y arquitectura, además de eventos, fiestas, muestras y talleres. El edificio, de arquitectura industrial, fue construido en la década de 1920 y remodelado posteriormente por el estudio de arquitectura de Clorindo Testa.

Barracas es una de las zonas más antiguas de la ciudad, con un pasado industrial que ha dejado grandes edificaciones en desuso, pero con un alto valor patrimonial y comercial. Estas son cualidades que han posibilitado su vinculación con el diseño. En el corazón del barrio, el antiguo mercado del pescado, construido en 1934, se ha convertido en el CMD (Centro Metropolitano de Diseño). Un espacio dedicado al diseño, la innovación y al despliegue de industrias creativas.

Existen dos cuestiones fundamentales que apoyan el éxito de este barrio. Por un lado un impulso gubernamental consciente, basado en beneficios fiscales y ayudas para las empresas, entidades y proyectos que desarrollan su actividad en esta zona. Por otro lado, una aproximación cultural a la regeneración urbana, donde no se trata únicamente de un apoyo económico a los sectores productivos, sino de un arraigo real con la historia, tradiciones y cultura de la ciudad y sus habitantes.

Entre las principales estrategias de dinamización del barrio han estado: la exención de impuestos

EN EL CORAZÓN DEL BARRIO, EL ANTIGUO MERCADO DEL PESCADO, CONSTRUIDO EN 1934, SE HA CONVERTIDO EN EL CMD (CENTRO METROPOLITANO DE DISEÑO). UN ESPACIO DEDICADO AL DISEÑO, LA INNOVACIÓN Y AL DESPLIEGUE DE INDUSTRIAS CREATIVAS.



El Centro Metropolitano de Diseño (CMD) es una institución pública dependiente del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires inaugurada en 2002. Su objetivo es promover el desarrollo y dinamizar el entramado productivo y la calidad de vida de los habitantes de la ciudad a través de un manejo efectivo del diseño.

para empresas y proyectos, la concentración de escuelas de diseño en el barrio, la creación de una infraestructura aglutinadora como el CMD, la revalorización de la arquitectura industrial y urbana a través del programa ‘Mirar Barracas’ o la creación de una Semana del Diseño.

ACTIVACIÓN DE ACTORES DEL DISEÑO

El éxito del posicionamiento de Buenos Aires como ciudad del diseño se ha basado en parte en su capacidad para atraer a los diferentes acto-

res - ya sean físicos como jurídicos- que generan la actividad del diseño. Escuelas de diseño y sus estudiantes, industrias productivas con un uso intensivo del diseño y profesionales creativos.

La educación de arte y diseño forma una parte importante de este posicionamiento y es una de las áreas beneficiarias de las exenciones fiscales que ofrece la ciudad. La atracción del talento joven se confirma pues como una forma de generar atractivo sobre la urbe. En la actualidad dos de sus centros formativos están entre los mejores a nivel mundial en los estu-

“EL TURISTA QUE COMPRA DISEÑO TAMBIÉN CONSUME CULTURA, ENTRETENIMIENTO, PRODUCTOS DE SALUD Y MUY BUENA GASTRONOMÍA”.

FERNANDO COLOMBATTO, RESPONSABLE DEL FORO DE TURISMO DE COMPRAS



El Museo de Arquitectura y Diseño (MARQ) forma parte de la Sociedad Central de Arquitectos (SCA). Constituye el primer y único Museo de Arquitectura y Diseño de Argentina. Se ubica en la antigua torre de agua del complejo ferroviario de Retiro.

dios relativos a moda y diseño: Universidad de Buenos Aires (UBA), de carácter público y la Universidad de Palermo, de carácter privado.

Del mismo modo, la industria productiva con un uso intensivo del diseño (como la fabricación de muebles, elementos de decoración o artesanía, por poner algunos ejemplos), son beneficiarios de forma directa de las exenciones fiscales. Esta relación con la industria, también ha provocado que se dinamice el comercio relacionado con el diseño y el hábitat. Destacan proyectos como Distrito Arenales, que congrega a más de 40 comercios especializados, o los circuitos emergentes en los barrios de Chacarita y Villa Crespo. El turismo de compras relacionado con moda y

diseño se ha convertido en un elemento diferencial de la ciudad, con un perfil de viajero de calidad “normalmente gastan mucho dinero, hasta cinco veces más”, afirma Fernando Colomatto, responsable del Foro de Turismo de Compras. La estrategia del turismo de compras ayuda también a desestacionalizar la demanda de turismo, así como a poner el interés en zonas de la ciudad degradadas que se están reconvirtiendo gracias a estas actividades económicas.

Respecto a los creativos, la ciudad cuenta con diferentes eventos que generan una dinamización del sector. La Feria Puro Diseño, Designers Buenos Aires, la Semana del Diseño, el Bafweek o el Festival Internacional de Diseño, son algunos de ellos.



Callejón artístico en Palermo Soho. El barrio de Palermo es el más grande de la Ciudad de Buenos Aires y está informalmente dividido en distintas zonas: Palermo Hollywood, Palermo Chico, Palermo Nuevo y más. Cada una con características que lo diferencian del resto. En el caso de Palermo SoHo, el distrito es famoso por el arte y el diseño.



HOTSPOTS DEL DISEÑO EN BUENOS AIRES:

- Distrito del Diseño
- Palermo Soho
- Centro Metropolitano de Diseño
- MARQ. Museo de Arquitectura y Diseño
- BAFA (Distrito de la Moda de Buenos Aires)
- Distrito Arenales
- Museo Nacional de Arte Decorativo
- Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Pettoruti
- Museo Nacional del Grabado
- Ex-fábrica Águila Saint
- Centro Cultural Recoleta
- Ciudad Cultural Konex



Palermo es una amplia zona de la ciudad compuesta por pequeños enclaves. Aquí se albergan restaurantes de todo tipo, coctelerías chics y originales tiendas de ropa, convirtiéndose en uno de los puntos neurálgicos de la creatividad de Buenos Aires.

CONCLUSIONES

La estrategia de éxito de la ciudad de Buenos Aires se basa en la combinación de diferentes elementos capaces de generar un destino atractivo, no solo para el turista atraído por el diseño, sino también para el profesional y la industria. Ha generado un instrumento legal para beneficiar a actores privados que han apostado por el diseño en la ciudad. Ha potenciado las redes de profesionales a través de eventos e infraestructuras como el Centro Metropolitano del Diseño. Ha activado la atracción del talento ayudando y posicionando a las escuelas y universidades de diseño. Y ha potenciado el turismo de compras vinculado de forma especial a la moda y el diseño. Una estrategia combinada que no solo ha generado una mayor atracción turística, sino que forma parte de un plan de regeneración urbana más ambicioso. Todos estos ingredientes han posicionado a Buenos Aires como uno de los epicentros del diseño en latinoamérica.

**EL APOYO A ACTORES
PRIVADOS, LA
ADAPTACIÓN DE
INFRAESTRUCTURAS
Y EL FOMENTO Y
POSICIONAMIENTO
DEL TALENTO LOCAL
HAN CONVERTIDO A
BUENOS AIRES EN UNO
DE LOS EPICENTROS
CREATIVOS DE
LATINOAMÉRICA.**

06

EL ESTABLECIMIENTO
COMO DESTINO



El hotel GoodTime en Miami Beach del músico Pharrell Williams se ha convertido en uno de los grandes destinos de la ciudad. Con un interiorismo y paisajismo que ha aparecido en revistas de todo el mundo, el hotel revisita el espíritu art decó americano y se centra en el disfrute y la diversión, con actividades durante todo el día.

El director de cine Wes Anderson ha rediseñado recientemente un vagón del tren Pullman británico de Belmond, reproduciendo los vagones de estética de sus películas Viaje a Darjeeling y Gran hotel Budapest.



El viaje es una forma de conectar con la cultura de un lugar. Y el concepto de cultura para el viajero es cada vez más amplio, no solo tiene que ver con las artes tradicionales como el teatro o la música; o la visita a museos, sino también con la conexión de una manera más profunda y cotidiana con la forma de vivir de una población en particular. Es por ello que los distritos dedicados al diseño y a las profesiones creativas se han convertido en un polo de atracción para una nueva generación de viajeros. Compartir restaurantes, comprar en las mismas tiendas, visitar sus centros culturales o incluso laborales, son actividades propias del viaje que generan un sentimiento de pertenencia entre el grupo de los turistas creativos. Locales comerciales como

tiendas, hoteles y restaurantes son puntos calientes de atracción del viajero. El sector hospitality y retail consciente de su capacidad de atraer a un público más diverso ha confiado en las disciplinas del diseño de interiores y la arquitectura para dotar a sus locales de un aire único, llegando al extremo de convertirse en verdaderos destinos turísticos por sí mismos. Algunos hoteles, como Gran Paradiso en Ibiza, Equinox en Nueva York o Good Time Hotel en Miami son lugares de peregrinación para un grupo de viajeros que buscan creatividad y experiencia a través del diseño. Cientos de restaurantes cada día reciben visitas gracias a su proyecto de interiorismo. Y las revistas de diseño dedican innumerables artículos a crear guías informales para el visitante a una ciudad.

EL TURISMO CULTURAL ES UN SECTOR CLAVE DEL MERCADO TURÍSTICO MUNDIAL, QUE REPRESENTA ALGO MENOS DEL 40% DE TODOS LOS VIAJES INTERNACIONALES

(UNWTO, 2017)



Paradiso en Ibiza cuenta con un diseño de Ilmiodesign. Un hotel con un interiorismo cuidado al milímetro y basado en la nostalgia para los amantes del diseño y del art decó. En los diferentes hoteles del grupo Concept Hotel Group suceden eventos cada día, de modo que el propio hotel se convierte en el destino.



Six Senses Ibiza celebra la moda sostenible en el Ágora, un nuevo concepto de venta al por menor, en parte entretenimiento, en parte educación y en parte experiencia de compra. Comisariada por las reconocidas editoras de moda Daniela Agnelli y Tiffanie Darke, pretende contar una historia en una serie de capítulos: Reducir, Reciclar, Alquilar y Restaurar.



La Sala Equis, con interiorismo de Plantea, se ha convertido en uno de los puntos de referencia de la ciudad, gracias a un proyecto que respeta elementos originales de la sala de cine para dejar a la vista estructuras y bastidores. Una mezcla entre cine, snack bar y zona de copas configura una oferta cambiante, donde el mayor atractivo es el espacio. Fotografía: Nicolas Vigier.

EL INTERIORISMO COMO GARANTE DE LA CULTURA Y ATRACTIVO TURÍSTICO

A raíz de la pandemia ha aparecido una conversación sobre la aportación del diseño de interiores en la identidad de un territorio. Frente a las tendencias más globalistas del diseño, despunta ahora una corriente que aboga por un diseño de arraigo, basado en técnicas constructivas, materiales y productos endémicos de una zona. Una estrategia capaz de generar un valor distintivo identitario al territorio. De alguna manera, el sector turístico hace un cambio de 180° para convertirse en un garante de tradiciones, artesanías y estilos de vida tradicionales que están en peligro por la globalización industrial y del turismo. Todo esto tiene una influencia muy directa en la forma de proyectar la arquitectura e interiorismo del propio hotel, la tienda o el restaurante, aunque también en la oferta de actividades y ocio.



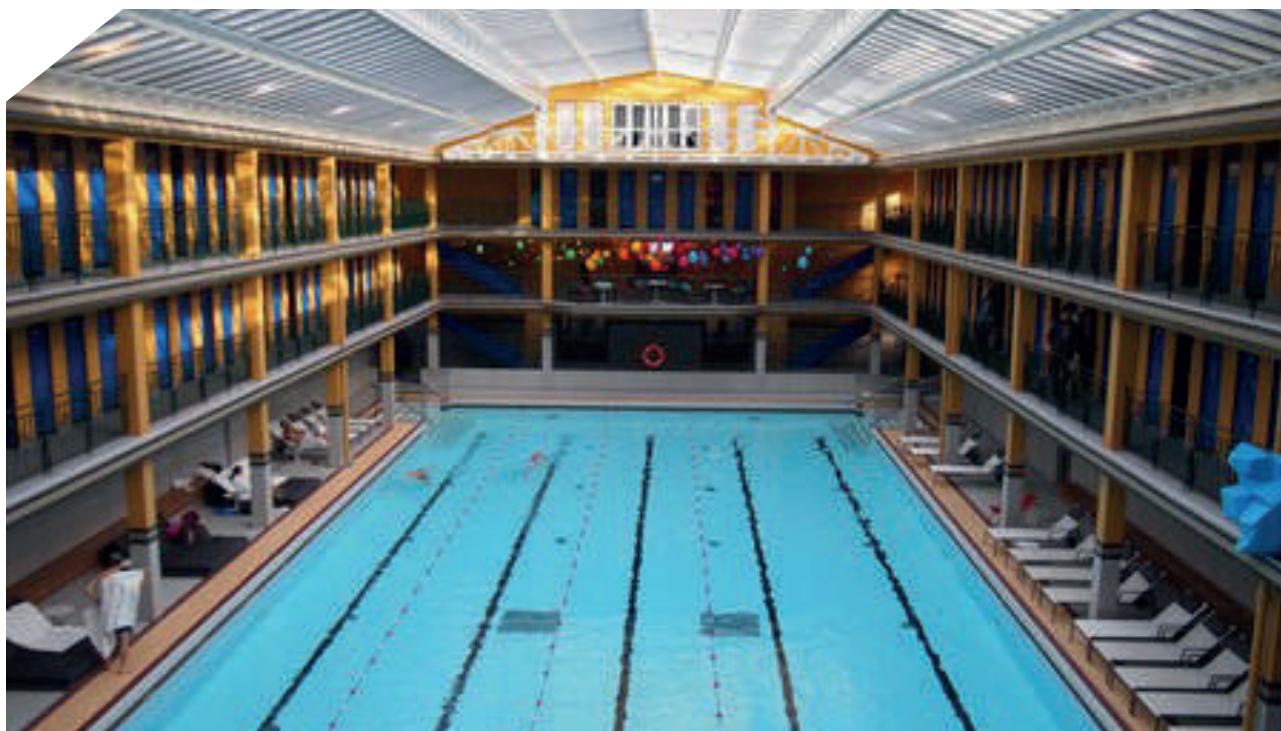
El estudio de diseño mexicano Decada Muebles ha creado una plataforma para poner en valor a los artesanos de la región a través de su concept hotel boutique Escondido Oaxaca. El hotel usa como estructura un edificio del siglo XIX y una torre de hormigón contemporánea, una yuxtaposición de épocas arquitectónicas. El objetivo era recrear un entorno contemporáneo, lleno de elementos hechos a mano y detalles de diseño representativos del México moderno, además de utilizar técnicas tradicionales y materiales locales en un contexto actual.



Formaje, en Madrid, es una tienda especializada en quesos artesanales, donde el interiorismo pone en relación la calidad de los productos con materiales locales y trabajados manualmente. Una forma de maridar diseño y gastronomía a través de una propuesta auténtica que huye de fórmulas de retail fácilmente reproducibles. Fotografía: Pablo Zamora.



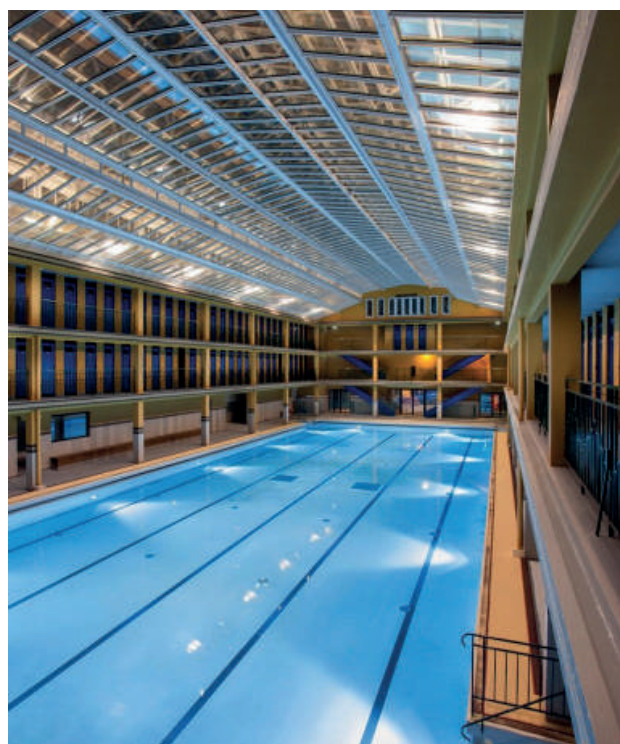
Koe Donuts en Tokio es una tienda de donuts éticos, basados en ingredientes naturales y de proximidad. La tienda está proyectada por el arquitecto japonés Kengo Kuma. El interior de la tienda cuenta con un techo en forma de cúpula de cestas de bambú colgantes, que sirve de alusión a la tradición de colgar cestas de bambú en los techos de las cocinas de las antiguas casas tradicionales de Kioto. El bambú utilizado en estas cestas es en realidad el que se habría desechado después de haber sido desbrozado en el proceso de mantenimiento de los bosques de bambú. Todos los materiales son de proximidad y se han respetado las técnicas constructivas tradicionales. Fotografía: Iin Judy.



Una de las más recientes incorporaciones al paisaje hotelero de París es una piscina de 85 años. Construida en 1929, la Piscine Molitor estuvo durante mucho tiempo en boga en la ciudad. En la década de 1980 la piscina entró en decadencia y cerró sus puertas en 1989. En 2007, el diseñador Jean-Philippe Nuel, de la Agence Nuel, recibió el encargo de la empresa hotelera francesa MGallery de trabajar en los interiores del nuevo hotel previsto para el lugar, junto con el especialista en conservación histórica Perrot & Richard. Dado que la propiedad estaba inscrita en el registro de lugares históricos de Francia, el equipo rescató lo que pudo y se dispuso a construir el nuevo hotel de 124 habitaciones basándose en una lectura detallada del diseño original de la piscina central y el edificio anexo. El resultado es un emocionante bricolaje de diferentes momentos de la historia donde se rescata la arquitectura original dándole una nueva narrativa contemporánea. Fotografía: Thibault Houspic.

EL INTERIORISMO COMO GARANTE DE LA CULTURA Y ATRACTIVO TURÍSTICO

A raíz de la pandemia ha aparecido una conversación sobre la aportación del diseño de interiores en la identidad de un territorio. Frente a las tendencias más globalistas del diseño, despunta ahora una corriente que aboga por un diseño de arraigo, basado en técnicas constructivas, materiales y productos endémicos de una zona. Una estrategia capaz de generar un valor distintivo identitario al territorio. De alguna manera, el sector turístico hace un cambio de 180° para convertirse en un garante de tradiciones, artesanías y estilos de vida tradicionales que están en peligro por la globalización industrial y del turismo. Todo esto tiene una influencia muy directa en la forma de proyectar la arquitectura e interiorismo del propio hotel, la tienda o el restaurante, aunque también en la oferta de actividades y ocio.



07

UNA NUEVA DIRECCIÓN
PARA EL TURISMO



Domain de Boisbuchet es una finca rural entre Limoges y Angulema. Hace 25 años Alexander von Vegesack, un aficionado y experto en diseño, compró la finca de 150 hectáreas para crear un espacio dedicado al diseño. Desde entonces, profesionales y estudiantes acuden cada verano a sus talleres para experimentar cómo estructuran su trabajo algunos de los profesionales más renombrados de la profesión. Además ahora la finca se abre al público con exposiciones, visitas guiadas o actividades culturales de todo tipo, convirtiéndose en uno de los grandes atractivos de la región. Fotografía: Workshop UFO - Unidentified Funicular Object dirigido por Block Research Group (ETH Zürich) en 2017. Fotógrafo: Zito Tseng © CIRECA - Domaine de Boisbuchet.

A menudo se suelen relacionar las capitales creativas con grandes ciudades, núcleos urbanos con la capacidad de atraer variedad poblacional y talento. Sin embargo, el diseño se ha convertido también en una estrategia para crear espacios creativos que ayuden a regenerar lugares apartados de los grandes circuitos turísticos, ya sea ciudades pequeñas o medianas, como zonas rurales.

Varios estudios, como ‘Designing creative places: The role of creative tourism’ de Greg Richards o ‘Tourism and the Creative Economy’ de la OECD, han puesto de manifiesto también la existencia de importantes agrupaciones creativas en zonas rurales que desempeñan un papel relevante en la economía local o regional. En Austria, un número cada vez mayor de empresas creativas están profundamente arraigadas en su región haciendo importantes contribuciones al desarrollo local. Estas regiones creativas tienen una gran capacidad de innovación. El Distrito de los Lagos, en el Reino Unido, es una de estas zonas, con una creciente dependencia de los productos creativos en eventos, alimentos, cocina y artesanía. El sistema artístico y alimentario de la Toscana, en Italia, es otro de ellos, y comprende el vino, la comida, la hostelería, los restaurantes, el arte, la artesanía y el turismo. (OECD, Tourism and the Creative Economy)

Este tipo de estrategias de diseño tienen un claro impacto en el turismo de la región,

pero también son herramientas con efectos a múltiples niveles. Ayudan a las comunidades locales a desarrollar actividades económicas de todo tipo, y construyen también ‘placemaking’, sentido del espacio basado en los hábitos, costumbres, cultura y tradiciones de una región concreta. En este sentido es relevante el caso de Tailandia que se ha posicionado como "el primer destino de turismo creativo de Asia". En 2011, la Administración de Áreas Designadas para el Turismo Sostenible (DASTA), puso en marcha programas de turismo creativo que ofrecen experiencias a los turistas en las aldeas rurales relacionados con la cultura y en especial con las técnicas de artesanía de la región. Como ejemplo es interesante cómo se aplicaron metodologías propias del diseño como la co-creación, y fueron los propios habitantes de la región los que diseñaron los servicios y experiencias turísticas.

El viaje de descubrimiento artesano juega un papel imprescindible en esta tipología de turismo, que busca una conexión con la cultura local y donde el conocimiento y el compartir experiencias son el motivo del viaje. Se activan los diferentes actores que entran en juego dentro del sector de los ‘design makers’, una figura que combina los procesos de pensamiento del diseño con las técnicas manipulativas y creativas de la artesanía. Estas figuras cuentan ya con un fuerte desarrollo en algunos países germanos como Reino Unido. Aunque como tal la figura del ‘design maker’ es menos conocida, la relación entre diseño y artes decorativas es indisoluble.



DASTA es una organización pública dependiente del gobierno de Tailandia encargada de apoyar las iniciativas comunitarias. Su programa de turismo creativo se orientó hacia los principios de diseño basados en la comunidad, incluyendo la participación de las comunidades en la co-creación de las mejores prácticas; el desarrollo de la capacidad de la comunidad; la creación de orgullo local y la autosuficiencia; el desarrollo de nuevas formas de trabajar en toda la cadena de valor del turismo; y el empoderamiento de los líderes para compartir el enfoque del turismo basado en la comunidad. Gracias a su método de trabajo se generó un sistema turístico donde las comunidades locales tienen un papel activo, con mayor inclusión de las mujeres en los servicios turísticos y donde la artesanía local se ha reactivado, favoreciendo el autoabastecimiento en la zona. Fotografía: Markus Winkler.

XTANT es una de las iniciativas más relevantes en España en cuanto proyectos de recuperación artesanal. Sus creadoras, Kavita Parmar y Marcella Echavarría lo definen como "una tabula rasa".

Un espacio de intercambio e innovación donde "aportar una nueva visión y contenido a un oficio muy antiguo: el textil patrimonial".

En el pasado hilos servían para expresar la individualidad, el estatus, las creencias... Hoy se proponen "recuperar el control del lenguaje textil". Fotografía: XTANT.



Talleres Nómadas es una plataforma de viaje impulsada por Duduá una pequeña galería de diseño ubicada en la ciudad de Barcelona. Su oferta se centra en viajes de descubrimiento de diferentes artesanías, a través del contacto directo con artesanos locales. Desde Marruecos, a Mallorca, pasando por Perú, se trata de un viaje muy orientado a apasionados de la artesanía, pero que encuentra una gran aceptación entre los diseñadores.

08

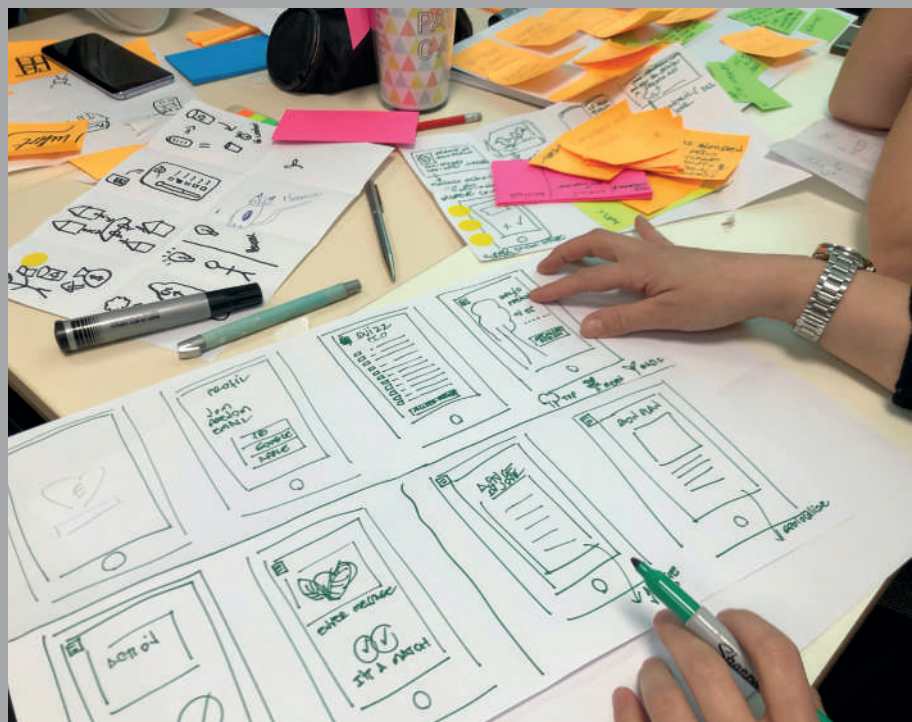
MEJORAR EL
TURISMO CREATIVO

El turismo creativo es una gran oportunidad para la reactivación del turismo, la diversificación en los modelos turísticos de una ciudad y la creación de polos de atracción en destinos alejados de las rutas tradicionales. Se trata

también de un modelo turístico emergente más flexible y con un abanico de posibilidades mucho mayores, que ofrece una puerta para el desarrollo de un modelo económico independiente de si el destino cuenta con un gran patrimonio material.



Mapa del diseño de la ciudad de Valencia. Un proyecto de València Capital Mundial del Diseño 2022 y Visit València en colaboración con Agència Districte que pretende servir como una guía para la población y el visitante de todos los centros de interés relacionados con el diseño en la ciudad de Valencia. <https://www.mapadeldissenyvalencia.com/>



Barcelona Centro de Diseño crea y actualiza el Ecosistema Diseño en Cataluña dentro del proyecto europeo Design4Innovation. Siguiendo la metodología de este proyecto europeo se realizó el mapa del Ecosistema en España.

Para generar un turismo creativo es necesario contar, promover y favorecer el crecimiento y desarrollo de un tejido de profesionales creativos. Por ello, es necesario desarrollar políticas que favorezcan la atracción del talento y la creación de plataformas y redes de relación entre los diferentes profesionales y agentes creativos de la región.

- Desarrollo, apoyo y promoción de 'infraestructuras blandas' como pequeños negocios creativos, espacios de trabajo, actividades formativas, experiencias creativas, cafés y restaurantes... que actúan como nodos para las redes creativas, favoreciendo la interacción entre los diferentes agentes de la industrias creativas y el turismo.
- Apoyo en la comunidad del diseño para el desarrollo de una marca de la región y soportes de comunicación profesionalizados.
- Atraer el talento creativo mejorando la calidad de vida y las oportunidades tanto en industrias creativas como en turismo.
- Estimular la innovación añadiendo impulso creativo y nuevas tecnologías para el desarrollo turístico.
- Involucrar a los sectores creativos de la región en las estrategias y políticas turísticas de la región.
- Apoyar y promover espacios físicos que promuevan el clustering de industrias creativas y los nodos de profesionales, ya sea espacios permanentes como temporales (eventos).
- Establecer relaciones con los agentes territoriales del diseño (instituciones, asociaciones, plataformas profesionales, centro de formación, proyectos, semanas del diseño, festivales...)
- Aprovechar los eventos de diseño que ya tienen lugar en los centros de acción.



EL TURISMO DE DISEÑO TIENE EL POTENCIAL DE UBICAR NUEVOS DESTINOS EN EL MAPA DE LOS VIAJEROS

09

MAPA MUNDIAL
DEL DISEÑO

Cartografiar el diseño a lo largo del planeta proporciona una visión clara de cuáles son los activos ocultos que ciudades y regiones de todo el mundo tienen para aprovechar el potencial del mismo. No únicamente como una herramienta de innovación social e industrial, sino también para crear polos capaces de atraer el talento y a los viajeros. A lo largo de este informe, ha quedado patente la relevancia de las estructuras previas y redes de colaboración entre profesionales del diseño en la revalorización de zonas y barrios, convirtiendo lugares anodinos para el turista en nuevos centros de interés.

De esta manera, los grandes eventos del diseño y design weeks han sido promotoras de la puesta en valor de zonas de la ciudad, precisamente por su relación con la disciplina y los profesionales que la representan. Gracias

a estos eventos, zonas de diferentes ciudades han comenzado a transformarse, apareciendo talleres de diseñadores y artesanos, galerías de diseño y tiendas y comercios con una clara sensibilidad hacia la profesión. En ocasiones, estos proyectos han superado las escalas previstas siendo el origen de grandes transformaciones urbanas, como es el caso de Miami Design District.

El objetivo de estos mapas es evidenciar las llamadas ‘estructuras blandas’, activos más o menos organizados con los que cuentan las regiones a la hora de establecer una estrategia turística basada en el diseño. Desde los design districts, pasando por las semanas del diseño, o los museos, a su alrededor orbitan los profesionales del diseño con los que toda ciudad debe colaborar para destacar en el entorno de las capitales creativas.



En la última década el barrio de Ruzafa en Valencia ha sufrido una gran transformación gracias en parte a jóvenes diseñadores y propietarios de tiendas especializadas en la disciplina que han visto una oportunidad en la regeneración de un barrio joven. En apenas 10 años Ruzafa ha pasado de ser un barrio sin interés para el visitante, para convertirse en uno de los imprescindibles de todas las guías. Fotografía: Gnomo.

SEMANAS DEL DISEÑO



MUSEOS DE DISEÑO



DISTRITOS DE DISEÑO



ÁREAS DE CONCENTRACIÓN



10

FUENTES

Is Creative Tourism the new Swiss army knife of post-covid tourism?

<http://www.creativetourismnetwork.org/is-creative-tourism-the-new-swiss-army-knife-of-post-covid-tourism/>

The Design Economy:

https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design_Economy_2018_exec_summary.pdf

Defining the global luxury travel ecosystem:

<https://view.iltm.com/wp-content/uploads/2019/11/The-Global-Luxury-Travel-Ecosystem-FINAL-1.pdf>

The end of COVID and return of traveling is keeping many optimistic about 2021:

<https://www.studyfinds.org/end-of-covid-return-of-traveling-keeping-many-optimistic-about-2021/> Reshaping

Cultural Policies:

https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/global_report_fact_sheet_en.pdf

Tourism and Culture Synergies:

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>

The Future of the Creative Economy, Deloitte:

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-uk-future-creative-economy-report-final.pdf>

¿Qué entendemos por turismo creativo/turismo naranja?

http://www.creativetourismnetwork.org/wp-content/uploads/2014/05/DdP-Turismo-Creativo_FITUR2020.pdf

Economic and social impact of cultural and creative sectors.

Note for Italy G20 Presidency Culture Working Group:

<https://www.oecd.org/cfe/leed/OECD-G20-Culture-July-2021.pdf>

Experiences are now more popular than destinations for travellers:

<https://www.lonelyplanet.com/articles/travel-experiences-choosing-destinations>

New Horizons Survey IV:

<https://www.wysetc.org/research/reports/new-horizons-series/new-horizons-iv/>

Report 'Luxury travel's true impact on business and employment'. ILTM

https://view.iltm.com/wp-content/uploads/2021/01/ILTM_Luxury_Travel_Universe.pdf

The effect of Hallyu on tourism in Korea:

<https://jopeninnovation.springeropen.com/articles/10.1186/s40852-017-0075-y>

Report The travel industry turned upside down: Insights, analysis, and actions for travel executives, McKinsey:

<https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/the-travel-industry-turned-upside-down-insights-analysis-and-actions-for-travel-executives>

Report The Digital Nomad Search Continues, MBO Partners:

<https://www.mbopartners.com/state-of-independence/2021-digital-nomads-research-brief/>

Estos son los requisitos que debe cumplir un nómada digital para teletrabajar en España y en otros países europeos:

<https://www.businessinsider.es/requisitos-debe-cumplir-nomada-digital-teletrabajar-espana-911113>

Report The Impact of Culture on Tourism, OECD:

<https://www.oecd.org/cfe/tourism/theimpactofcultureontourism.htm>

Report Tourism and the Creative Economy, OECD:

https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/tourism-and-the-creative-economy_9789264207875-en

Columbus, Ind.: A Midwestern Mecca Of Architecture:

<https://www.npr.org/2012/08/04/157675872/columbus-ind-a-midwestern-mecca-of-architecture?t=1646665278259>

Design-induced tourism in Milan, Italy

https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_Tourism_and_the_creative.pdf

Number of individuals working for cultural industries in Italy in 2019 and 2020

<https://www.statista.com/statistics/664624/employees-of-the-cultural-industries-by-industry-italy/>

Total number of overnight stays in tourist accommodations in the Italian municipality of Milan from 2010 to 2020

<https://www.statista.com/statistics/1097121/overnight-stays-in-tourist-accommodations-in-milan-province/>

Boost for Finnish tourism as visitors head to World Design Capital Helsinki

<https://www.dezeen.com/2012/08/02/tourism-boost-for-world-design-capital-helsinki/>

Quick guide: Design District Helsinki

<https://www.myhelsinki.fi/en/see-and-do/shopping/quick-guide-design-district-helsinki>

Alvar Aalto Foundation Breaks All-Time Record for Number of Visitors in 2016

<https://www.archdaily.com/804005/alvar-aalto-foundation-breaks-all-time-record-for-number-of-visitors-in-2016>

Record numbers of visitors to Alvar Aalto Foundation Museum Sites in 2019

<https://www.alvaraalto.fi/en/news/record-numbers-of-visitors-to-alvar-aalto-foundation-museum-sites-in-2019/>

Helsinki Design Week 2016 reached a record number of citizens

<https://helsinkidesignweek.com/2016/09/15/helsinki-design-week-2016-reached-a-record-number-of-citizens/?lang=en>

History of Finish Design

<https://www.discoveringfinland.com/about-finland/finnish-design-information/history-of-finnish-design/>

In search of Finnish creative economy ecosystems and their development needs

<https://core.ac.uk/download/pdf/292577513.pdf>

Helsinki UNESCO City of Design Report 2014 - 2018

https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/helsinki_unesco_city_of_design_report_2014-2018_0.pdf

Dezeen - Interview Craig Robins Design Miami South Beach

<https://www.dezeen.com/2014/11/28/interview-craig-robins-design-miami-south-beach/>

RocketReach - Miami Design District Profile

https://rocketreach.co/miami-design-district-profile_b4b92493fb26a4ea

TheRealDeal - Haute rent: What Gucci, Dior and others pay in Miami's Design District

<https://therealdeal.com/miami/2021/10/22/haute-rent-what-gucci-dior-and-others-pay-in-miamis-design-district/>

Miami Design District is World's First LEED-Certified Gold Neighborhood

<https://www.condoblackbook.com/blog/miami-design-district-is-world-s-first-leed-certified-gold-neighborhood/>

Arts & Economic Prosperity IV: The Economic Impact of Nonprofit Arts and Culture Organizations and Their Audiences in el condado de Miami-Dade.

https://securer21.brinkster.com/aftadc/AEPIV/FL_MiamiDadeCounty_AEP4_SummaryOfFindings.pdf

La capitalidad mundial de Valencia relanza el diseño y logra un impacto económico y social en sus primeros seis meses

<https://elpais.com/espana/comunidad-valenciana/2022-07-19/la-capitalidad-mundial-de-valencia-relanza-el-diseno-y-logra-un-impacto-economico-y-social-en-sus-primeros-seis-meses.html>

Report Designing creative places: The role of creative tourism:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738320300669?via%3Dihub>

Report SKIFT Megatrends Defining Travel in 2017:

<https://skift.com/wp-content/uploads/2017/01/2017Magazine-1.pdf>

Lacaton & Vassal ganan el premio Pritzker con una arquitectura que certifica el cambio:

<https://elpais.com/cultura/2021-03-16/lacaton-vassal-ganan-el-premio-pritzker-con-una-arquitectura-que-certifica-el-cambio.html>

Reversible Destiny Lofts: Viviendas que alargan la vida:

<https://www.houzz.es/revista/reversible-destiny-lofts-viviendas-que-alargan-la-vida-stsetivw-vs~63250752>

La Muralla Roja de Calpe no quiere más instagramers:

<https://www.traveler.es/viajeros/articulos/muralla-roja-ricardo-bofill-calpe-no-quiere-instagramers/15823>

30 collectible design galleries conquering the international market:

<https://www.elledecor.com/it/best-of/a32095262/most-important-collectible-design-galleries/>

Number of visitors to the Biennale International Architecture Exhibition in Venice in Italy from 2016 to 2018:

<https://www.statista.com/statistics/1087870/number-of-visitors-to-the-biennale-architecture-exhibition-in-venice/>

The Museums of Instagram:

<https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/the-museums-of-instagram>

How Dubai Design District And The Arab Fashion Council Are Shaking Up Fashion In The Middle East:

<https://www.forbes.com/sites/allysonportee/2021/11/17/how-dubai-design-district-and-the-arab-fashion-council-are-shaking-up-fashion-in-the-middle-east/?sh=175bea6e134d>

Where is Dubai leading us?:

<https://kathmandupost.com/columns/2022/03/06/where-is-dubai-leading-us>

UNESCO Creative Cities Network:

<https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>

S.F.'s Dogpatch is an urban design test lab.:

<https://www.sfchronicle.com/projects/2021/san-francisco-dogpatch-guide/>

The Collectible Design Trends Gallerists Expect to Be Red-Hot in the Year to Come:

<https://www.architecturaldigest.com/story/the-collectible-design-trends-gallerists-expect-to-be-red-hot-in-the-year-to-come>

Smart investors are now collecting design rather than art:

<https://qz.com/quartz/1234418/giacometi-les-lalanne-marc-newson-top-the-collectible-design-market/>

Market Analysis:

<https://thedesignedit.com/market-analysis/>

Creating Creative Tourism Toolkit, DASTA:

https://www.researchgate.net/publication/330425066_Creating_Creative_Tourism_Toolkit

Creative Tourism Austria:

<https://pt.slideshare.net/CreativeTourism/creative-tourism-austria-presentation-creative-tourism-forum-thailand-14656351>

Transformaciones urbanas y percepciones de residentes en torno al Distrito de Diseño en el barrio tradicional de Barracas:

https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/170343/CONICET_Digital_Nro.2e494d9a-7dc4-40a5-8ac8-466612510b26_C.pdf?sequence=5&isAllowed=y

El Distrito de Diseño en la Ciudad de Buenos Aires: una mirada desde los usos de la cultura en contextos globales y locales

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-3523201900010004

Presentación Distrito del Diseño:

<https://www.cuerocima.com.ar/wp-content/uploads/2022/08/Presentacion-comercial-DD-julio-2021-1.pdf>

Buenos Aires propone arte, diseño y moda para posicionarse en el turismo de compras:

https://www.hosteltur.com/lat/115100_buenos-aires-propone-arte-diseno-moda-posicionarse-turismo-compras.html

Distrito del Diseño:

<https://buenosaires.gob.ar/distritoseconomicos/distritodediseno/que-es>
