



Diseñar para un turismo regenerativo

Teresa Jular

La Multilateral del Diseño

Ante la crisis económica y sanitaria causada por la pandemia de Covid-19, seis organizaciones del ecosistema del diseño español decidimos en mayo de 2020 sumar fuerzas y crear el grupo *La Multilateral del Diseño* (1) para poner el diseño al servicio de la recuperación, impulsando para ello un «Pacto por el Diseño» que tiene como objetivo conseguir cohesión y pertinencia para la implementación de una «Estrategia Nacional de Diseño», que

otorgue a este un papel estratégico en la transformación económica, social y medioambiental de España.

No partíamos de cero, pues el 10 de mayo de 2018 la Comisión de Economía, Industria y Competitividad del Congreso de los Diputados aprobó, por unanimidad de todos los grupos políticos, una «Proposición No de Ley para el desarrollo de una Estrategia Nacional de Dise-

ño», presentada por el Grupo Parlamentario Socialista. Una iniciativa que contó con la colaboración y el respaldo de los agentes del ecosistema nacional del diseño, como quedó patente en la histórica jornada parlamentaria «El Diseño español en el siglo XXI: Retos y estrategias», celebrada el 12 de enero de 2018 en el Congreso de los Diputados.

La mayor parte de los agentes del ecosistema del diseño español y, desde luego, las seis entidades que formamos parte de *La Multilateral del Diseño* aprovechamos toda oportunidad que se nos brinda para explicar qué es el diseño hoy o, más propiamente, qué puede hacer el diseño actual por la mejora de nuestras vidas.

Una economía inspirada en la naturaleza, con equilibrio económico, social y medioambiental, precisa del diseño para “circularizar” nuestra manera de producir y consumir

Porque, aunque hay una visibilidad progresiva de la disciplina, con programaciones en muchos territorios del estado español —debates sobre su importancia para la innovación, la competitividad empresarial y el bienestar general; festivales, exposiciones y audiovisuales que lo muestran en acción— y publicaciones especializadas que recogen los avances en investigación, pensamiento y casos ejemplificadores, donde también queda patente la buena consideración que del diseño español se tiene en el extranjero, constatamos que aún nos queda bastante camino para lograr una cultura general del diseño como sí la tienen otros países de nuestro entorno europeo.

A ello se suma el que estamos en unos tiempos especialmente críticos, idóneos para hacer el mejor uso posible del diseño en nuestro país, haciendo que sea mejor comprendido y se coloque en mejor posición. En las empresas, en las administraciones públicas, la academia y la sociedad en general, para contribuir, todos juntos, a la transformación económica, social y medioambiental que necesitamos, aprovechar la alta provisión de fondos europeos que recibiremos y la invitación de la presidenta de la Comisión Europea Ursula von der Leyen a sumarnos a la inspiración transformadora que es la New European Bauhaus (2).

Turismo y Diseño

Que el desarrollo del turismo ha de apoyarse en el diseño profesional nadie lo pone en duda, sobre todo si nos referimos a las aplicaciones “clásicas” del mismo. La mayoría de los empresarios españoles del sector turístico saben de la importancia de concebir nombres, logotipos y relatos visuales genuinos para distinguir sus marcas en el mercado y competir. Asimismo, las distintas administraciones públicas, las agencias de desarrollo y las asociaciones profesionales cuidan cada vez más la elección de colores, tipografías, imágenes, lemas, maquetación, etc., como muestran tanto los folletos impresos como las plataformas digitales recopiladores de las ofertas turísticas bajo su competencia.



Esquema de cinco ejes y dos grandes acciones para la END

Algunos también alcanzan a considerar inversiones en el diseño de planes de comunicación para lograr una buena orquestación de todos sus canales, analógicos y digitales, sabedores de que así encontrarán conexiones con potenciales clientes y, por tanto, retornos cuantificables. Inversiones hay también en diseño arquitectónico, interiorismo, mobiliario e iluminación, importantes en los grandes negocios, aunque mucho menor en los pequeños. El diseño de moda o, más propiamente, de indumentaria, forma parte de la estrategia de algunas marcas grandes, aunque se visibiliza poco en el conjunto del sector.

De aplicación más reciente son el diseño de servicios, el diseño de experiencias y el diseño estratégico, con un emblemático ejemplo en los empresarios de la alta cocina creativa española que hace tiempo dejaron atrás la idea tradicional —diseño como estilización o embellecimiento de lo producido— y han ascendido por la escalera del diseño (3), haciéndolo suyo en los procesos e incluso, subiendo un peldaño más, incorporándolo en la cultura de su negocio.



Las metodologías y herramientas del pensamiento de diseño ayudan a estos reconocidos chefs españoles a organizar el trabajo creativo de sus equipos multidisciplinares de cocineros, diseñadores, agricultores, científicos, enólogos, ambientalistas, filósofos, etc., a menudo vinculados a los productores locales y las comunidades donde sitúan sus empresas. Detrás del éxito internacional de los grandes de la cocina, creatividad y diseño para la innovación, intangibles que no siempre vemos, pero que, definitivamente, están (4).

Especialistas en diagnósticos y soluciones de accesibilidad para personas con distintas discapacidades se suman a una sensibilidad en aumento hacia el diseño inclusivo, que empieza a ser una realidad en el turismo de nuestro país.

Y también el diseño para la igualdad de género cuenta con casos interesantes. Uno de ellos es «Compostela, Territorio das Mulleres», programa municipal que suma a los muchos atractivos de la ciudad, la puesta en valor del relato histórico de las mujeres de Santiago, la intermediación de sus oficinas de turismo para impedir tratos discriminatorios y, sobre todo, el ofrecimiento de un amplio mapa de lugares seguros y especialmente atractivos para las peregrinas y visitantes, con decenas de establecimientos ho-

teleros, de restauración y ocio dispuestos a cumplir unas buenas prácticas compartidas (5). Sin duda sabremos de nuevos ejemplos gracias al Congreso «Mujer y Turismo», celebrado el 31 de mayo de 2022 en Palma, en la que será su tercera edición de compromiso con el quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) (6).

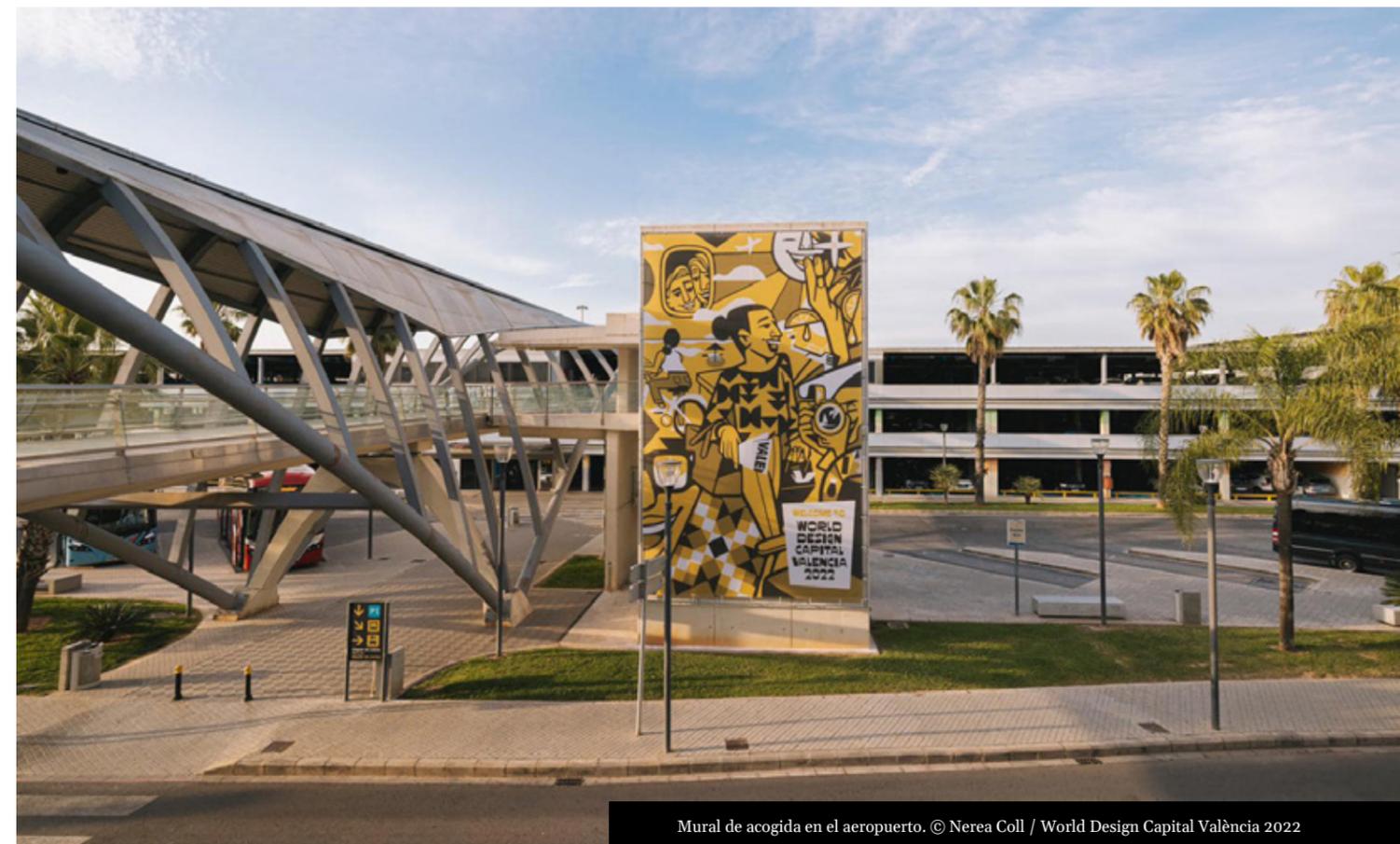
Quien se acerque al recientemente renovado Hostal de San Marcos, sabrá de su apuesta por la Economía Circular, ese nuevo paradigma económico que emerge como alternativa al lineal actual, extractivista e insostenible. Una economía inspirada en la naturaleza, con principios y estrategias para esa triple transformación, económica, social y medioambiental, que tanto necesitamos y que precisa del diseño para “circularizar” nuestra manera de producir y de consumir.

La mayoría de los empresarios españoles del sector turístico saben de la importancia de concebir nombres, logotipos y relatos visuales genuinos para distinguir sus marcas en el mercado y competir

El establecimiento comunica a sus clientes su compromiso con los ODS, las energías renovables, el control de los residuos, con eliminación de plástico de un solo uso en sus habitaciones, etc. Un didactismo coherente, al ser San Marcos uno de los 97 Paradores, empresa pública alineada con el cumplimiento de la Agenda 2030, pero que aún sorprende a los no iniciados.

No son los únicos. Sin salir de la misma comunidad autónoma y ahora en un establecimiento turístico privado, encontramos la comunicación de Abadía Retuerta Le Domaine que, en su web, no menciona la palabra diseño, pero se adjetiva como experiencial y circular. Los numerosos sellos que ya atesora, incluida una estrella verde Michelin, demuestran que este hotel, restaurante, bodega y spa situado en una gran finca del Valle del Duero, lleva tiempo sabiendo que el consumidor al que dirige sus servicios los valora, ilustrando así las conclusiones de un reciente estudio de Hosteltur (7) que afirma que el viajero hoy busca la sostenibilidad.

Más allá del marketing, el establecimiento evoluciona consciente de sus impactos, y así ha creado un lugar de formación para sumilleros, la Academia del Terruño, y



Mural de acogida en el aeropuerto. © Nerea Coll / World Design Capital València 2022

ha incluido en su equipo a Víctor Frechilla, especialista en agricultura regenerativa, permacultor responsable de un huerto orgánico de 2.000 m2 que rendirá tributo a los saberes de los monjes premostratenses que habitaban la abadía en el siglo XII.

Una primera pregunta a la luz de estos casos es: ¿Son excepciones? Basta “googlear” un poco para encontrar afirmaciones como las del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), a modo de respuesta: “el sector hotelero ya está concienciado de que las estrategias de sostenibilidad, en las que se incluye los modelos de economía circular, son básicas para su competitividad y supervivencia. Muchos establecimientos y cadenas han comenzado a trabajar en ellas. Las grandes cadenas son conscientes de que esta transformación profunda debe operarse en sus establecimientos. Y, en su gran mayoría, cuentan con los recursos para ello”.

Y la siguiente sería: ¿Se podrá llevar algo de todo esto a las pymes y microempresas del turismo? Respecto a los hoteles, también ITH indica que “hay un sector muy amplio de hoteleros que está perdido o no tiene claro por dónde

empezar a trabajar. Además, cuentan con menores recursos para ello” (8).

¿Por dónde empezamos? Un camino a seguir es actualizar y multiplicar una oferta de programas formativos que sumen a los contenidos tradicionales del turismo —en general enfocados a los productos turísticos, el conocimiento de los mercados y las bases de la comunicación para la comercialización—, nuevos aspectos centrados en las personas, como el turismo para todos, incluidas la gestión de conflictos y la empleabilidad, entendiendo que el usuario también está dentro de las empresas. E incluir nociones sobre diseño estratégico, ecodiseño, gestión de la energía, el agua y los residuos, digitalización y finanzas éticas, para profundizar todo lo posible en una transformación circular holística (9).

Para esa formación y para la ideación y el desarrollo de proyectos innovadores y sostenibles hay que recordar que nuestro país cuenta con miles de profesionales de diseño, más los que salen cada nuevo curso de las escuelas, las universidades y centros de Formación

ESCALERA DEL DISEÑO*

Cómo incorporan el diseño los proyectos, servicios, empresas...



Adaptación de «Escalera del Diseño» del Danish Design Council



Jornada informativa previa a la PNL «Estrategia Nacional de Diseño». Congreso de los Diputados, enero 2018

Diseñar productos y servicios turísticos pensando solo en el turista, sin tener en cuenta a los vecinos y otros miembros del ecosistema, es una visión miope

Profesional, formados bien como diseñadores generalistas —capaces de ayudar a identificar los desafíos y barreras de cada organización, sea grande, mediana o pequeña—, bien como especialistas cualificados en volcar su talento en las numerosas aplicaciones posibles que demanda el turismo. No contamos en España con un censo detallado de esta oferta de proveedores de servicios de diseño, pero sí con un mapa actualizado de las asociaciones profesionales y entidades promotoras existentes, herramienta denominada el «Ecosistema del Diseño Español» (10).

Sin entrar a fondo en los aspectos financieros, quede escrito que el momento para que las administraciones públicas faciliten esta formación, estos intercambios de oferta y demanda, muchos más maridajes del turismo y el diseño, entre microempresas y pymes, y equilibrando territorios, urbanos y rurales es... ahora.

Avanzando un poco más en este rápido recorrido didáctico, no podemos olvidarnos del diseño en relación con la tecnología y presentar a diseñadores y diseñadoras como facilitadores de la transformación digital del turismo, a veces directamente, otras como enlaces



Mosaico de organizaciones adheridas al «Pacto por el Diseño». www.pactopordiseño, enero 2022

entre clientes y empresas tecnológicas. Para adentrarse en el conocimiento de la realidad virtual, blockchain, metaversos, gestión de datos masivos, algoritmos de Inteligencia Artificial, etc., contamos con actividades divulgativas asequibles y de calidad, muy a menudo propiciadas por agentes del diseño español (11).

Diseño y turismo para la regeneración

También es obligado destacar cómo ha ido creciendo la demanda del consumo colaborativo en paralelo a la eficacia de las plataformas que lo facilitan. Los ciudadanos de hoy, conectados, nos estamos autoorganizando para cambiar los modos de aprender, consumir y, desde luego, viajar y disfrutar del ocio y el tiempo libre. Y además la pandemia nos ha enseñado la importancia de diseñar un turismo menos dependiente de las conexiones internacionales, más conectado con lo local, protector del patrimonio artístico y natural, corrector de los excesos de etapas anteriores.

Lucía Hernández, directora del estudio Ouishare, formadora en economía de plataformas y especialista en turismo, nos hacía llegar su opinión, que nos lleva un paso más

allá de la sostenibilidad: “el turismo necesita un cambio radical desde la base. Diseñar productos y servicios turísticos pensando solo en el turista, sin tener en cuenta a los vecinos y otros miembros del ecosistema, es una visión miope; lo que hay que hacer hoy es diseñar estrategias en turismo para la regeneración completa y sistémica de los lugares” (12).

En esa misma línea, reconocidos formadores de programas de emprendimiento, como Nicola Cerantola, defienden la importancia del diseño regenerativo, inspirado en la naturaleza y en el conocimiento humano. Casos de buenas prácticas de diseño biomimético y regenerativo los estamos viendo ya, en arquitectura, urbanismo, moda y, desde luego, en turismo. Y en muchos lugares del territorio español. Por ejemplo, en el municipio de Aínsa-Sobrarbe, donde los colegas de Unbeaten han aplicado metodologías de diseño para la vida, con participación de la comunidad en el marco de la Red Natura 2000 y el objetivo común de crear una forma de existencia que sirva tanto a la naturaleza como a la economía local (13). Y en los casi cien miembros que hoy constituyen la red Sannas, asociación de empresas por la innovación social y el triple balance, de muchos sectores, incluido el turismo (14).



Cartel de la película «Detrás», diseñado por Jorge Martínez

El turismo, sector económico clave en nuestro país, tiene la oportunidad de transformarse de manera radical, llegando a ser un catalizador de la regeneración territorial, protector del patrimonio cultural y natural, impulsor de innovaciones tecnológicas y cambios sociales donde las comunidades locales puedan prosperar. Y en el centro de la transformación del turismo ha de estar el diseño, invitado desde el principio, para la exploración diagnóstica, el planteamiento estratégico y la resolución táctica.

Para finalizar, dos invitaciones a quienes le resuenen positivamente estas aseveraciones. Una presencial, en Valencia, Capital Mundial del Diseño 2022, una cita para descubrir, aprender, mostrar, exponer, debatir... Para compartir sobre diseño.

Y otra online, en www.pactoporeldisenio.es, para adherirse —como organización o como particular— y contribuir a crear, entre todos y todas, una «Estrategia Nacional de Diseño para España». Te esperamos. ✿

REFERENCIAS

1. La Multilateral del Diseño es una agrupación de seis entidades del diseño español: READ, Red Española de Asociaciones de Diseño; FAD, Fomento de las Artes y del Diseño; BcD. Barcelona centre de Disseny; Red de Diseño del FMRE, Foro de Marcas Renombradas Españolas; CADI, Centro Aragonés de Diseño Industrial, y València Capital Mundial del Diseño 2022.
2. Europa busca su regeneración inspirándose en la Bauhaus, la escuela alternativa impulsora de la Arquitectura, el Diseño, el Arte y la Artesanía creada en 1919 en Alemania. La Nueva Bauhaus Europea introduce una dimensión cultural y creativa en el Pacto Verde Europeo para demostrar que la innovación sostenible aporta experiencias tangibles y positivas a nuestra vida cotidiana. Conocer la New European Bauhaus es posible a través de: https://ec.europa.eu/regional_policy/es/newsroom/news/2021/09/15-09-2021-new-european-bauhaus-new-actions-and-funding-to-link-sustainability-to-style-and-inclusion Además, se suceden los webinars organizados por agentes concernidos por el diseño para difundirla. Entre ellos, los de las empresas de la Red de Diseño del FMRE.
3. La «Design ladder» es una herramienta del Danish Design Council concebida para analizar el grado de implementación del diseño por parte de empresas e instituciones. Es frecuente encontrarla entre los contenidos de los especialistas en la difusión del diseño.
4. «Detrás. Lo que no vemos de lo que vemos» es un largometraje dirigido por Jorge Martínez, quien se cuela en los centros neurálgicos de Mugaritz, Aponiente, Cabaña Buena Vista, Celler de Can Roca, Disfrutar, Quique Dacosta y también Etxebarri, de la mano de Andoni Luis Adúriz, Ángel León, Pablo González Conejero, Joan Roca, Oriol Castro, Quique Dacosta y Bittor Arginzoniz. Pero entra, sobre todo, en las cabezas de muchos de los miembros de sus equipos creativos y obtiene la sinceridad de relevantes figuras de la gastronomía nacional, como el propio Ferran Adrià, el crítico culinario Rafael García Santos y el diseñador Luki Huber, para hacer a la vez una radiografía de la creatividad culinaria actual en nuestro país y del papel que en este contexto ocupan los mejores chefs del momento, un acercamiento a los procesos y motivaciones de cada uno de ellos, y a las personas de sus equipos, que trabajan, a menudo, en la sombra.
5. Territorio das mulleres, en: <http://tm.santiagodecompostela.gal/es>
6. El congreso Mujer y Turismo 2022 ha tenido como lema «Circularidad y digitalización»: <https://mujeryturismo.com/>
7. El artículo «El peso de la sostenibilidad en la elección del destino» incluye el primer estudio DAS LLYC-HOSTELTUR de las tendencias de viaje de los españoles: https://www.hosteltur.com/151575_el-peso-de-la-sostenibilidad-en-la-eleccion-del-destino-de-los-espanoles.html.
Y en el mismo medio, encontramos la «Guía para la aplicación de la economía circular en el sector turístico en España», con un anexo de buenas prácticas, muchas de ellas nacionales. Un estudio del Ministerio de Industria, Comercio y Consumo y Segittur.
8. Instituto Tecnológico Hotelero, en: <https://www.ithotelero.com/>
9. La oferta formativa de la Escuela de Organización Industrial (EOI), pública, y también la de empresas privadas, como Ecologing, están contribuyendo a crear nuevos agentes de transformación circular para emprendimientos y empresas consolidadas de muchos sectores, incluido el turístico.
10. Ecosistema del Diseño Español es un proyecto promovido por el Ministerio de Ciencia e Innovación, dirigido por Barcelona centre de Disseny (BcD) con la colaboración de la Red Española de Asociaciones de Diseño (READ) y otras asociaciones profesionales del estado: <https://ecosistemadeldiseño.es/>
11. El 17 de junio de 2022, el FAD organiza «FAD Forum: Inteligencia Artificial, Artes y Diseño»: <https://www.fad.cat/es/agenda/9161/fad-forum-inteligencia-artificial-arts-i-disseny>
12. «Turismo como catalizador de regeneración territorial», por la diseñadora estratégica Lucía Hernández: <https://luciahdez.medium.com/el-turismo-como-catalizador-de-regeneraci%C3%B3n-territorial-698fed217a5>
13. Para conocer la metodología de diseño usada en este proyecto aragonés: <https://www.unbeatstudio.com/red-natura-2000> Y para disfrutar del municipio: <https://villadeainsa.com/>
14. Es posible acercarse a la red Sannas y a sus empresas triple balance, en: <https://www.sannas.eu/>