



CINCO CLAVES DEL BINOMIO TURISMO-ARQUITECTURA

La realidad de los destinos turísticos no podría entenderse sin el papel que ha jugado en su desarrollo el urbanismo, con que el establece un estrecho vínculo.

Carlos Lamela, presidente ejecutivo de uno de los estudios de arquitectura más internacionales, señala los pilares sobre los que debe construirse esta simbiosis.

POR FERNANDO RUCABADO

1 REPENSAR EL PASADO. “Tenemos que echar la vista atrás para poder entender el presente y abordar el futuro. Las ciudades siempre han sido inteligentes, y si han dejado de serlo hace poco es porque ya no resultan los lugares agradables de antaño. En demasiadas ocasiones hemos hecho un mal urbanismo, y ahora debemos intentar corregir eso”.

PRESTIGIAR LO AUTÉNTICO. “Antes construías una masía en Cataluña, un cortijo en Andalucía, un cigarral en Toledo... Edificaciones diferentes adaptadas a sus respectivos lugares, en las que se empleaban materiales de proximidad. Con la arquitectura internacional de principios del siglo hemos ido hacia la unificación, pero hay que poner en valor lo propio”.

2

3 ENTENDER LA SOSTENIBILIDAD. “Debemos hacer una nueva lectura de la arquitectura, entender su esencia, y no dejarnos arrastrar por cantos de sirena. Ser sostenible implica sopesar múltiples elementos, no solo poner fachadas verdes. Hay que tener en cuenta la idoneidad de la ubicación, la calidad de los materiales, el diseño, claro está, su oportunidad”.

CUIDAR EL PATRIMONIO. “No valoramos lo que tenemos. Vivimos en un país espectacular, pero cuidamos muy poco nuestro patrimonio. A mí me da mucha pena ver las paredes de Madrid vandalizadas con grafitis. Creo que es un tema de educación, tenemos que enseñar a los niños desde pequeños su valor. Y debemos trabajar más en su conservación”.

4

5 ADECUARSE A LAS NECESIDADES. “Hasta hace poco se creía que las grandes concentraciones arquitectónicas en vertical, como Benidorm, eran un mal ejemplo urbanístico. Hoy, sin embargo, la opinión es la contraria. Porque ¿qué pasaría si tuviésemos que alojar a todos los turistas en construcciones horizontales? Muy simple, arrasaríamos el paisaje”.

PUBLICADO POR **TURIUM INSTITUTE**
TURIUM.ES
CONTACTO: **CONTENIDOS@TURIUM.ES**



GERMÁN JIMÉNEZ
DIRECTOR

Sapere aude

A TREVERSE A PENSAR”, la traducción más comúnmente aceptada de la proclama kantiana en *¿Qué es la ilustración?*, es una de las sentencias más subversivas que se pueden hacer hoy día. Y, a la vez, uno de los lemas que rigen Turium y cada edición de nuestro foro internacional.

En esta cuarta entrega queríamos atrevernos a pensar junto a las mentes más brillantes del sector y plantear una aproximación, en positivo, a los retos que tenemos por delante. Innovación, sostenibilidad, digitalización, una apuesta indiscutible por la calidad versus la cantidad, y entender el poder transformador de la cultura y la creatividad. Estas son las soluciones de futuro que se destilaron a lo largo de una jornada en la que el pensamiento crítico fue la piedra angular.

Un día en el que el talento, en todas sus vertientes, se convirtió en el hilo conductor de un programa al más alto nivel y cuyos *speakers* fueron un ejemplo de inspiración y atrevimiento indiscutibles. Y de atrevimiento sabe mucho, también, nuestro galardonado con el Turium Connecting Excellence Award: Antonio Banderas. Quien, además de su exitosa carrera internacional como actor, es hoy, en su Málaga natal, un prestigioso gestor y promotor cultural. El premio, diseñado por Okuda San Miguel, uno de nuestros artistas más aclamados, reconoce su labor como embajador de la cultura y la excelencia españolas más allá de nuestras fronteras.

Tenemos el listón muy alto para la edición de 2025, por eso ya hemos empezado a trabajar en ella. Hasta entonces, que la excelencia nos acompañe.



GETTY IMAGES.

El viaje como prioridad

HACER TURISMO HA dejado de ser un capricho para convertirse casi en una necesidad. Así se infiere de una encuesta que ha realizado McKinsey & Company a más de 5.000 personas de distintos países y generaciones. El estudio revela claras diferencias en comportamientos, motivaciones y expectativas entre los turistas, pero registra un elemento común: viajar jamás había tenido tanta preponderancia como ahora. “Dos tercios de los encuestados afirman estar más interesados que nunca en hacer turismo. Y en los jóvenes la cifra aumenta al 76%. Este segmento ha modificado sus preferencias de gasto, en favor de experiencias en lugar de posesiones”, afirma Margaux Constantin, socia de la firma en Dubái.