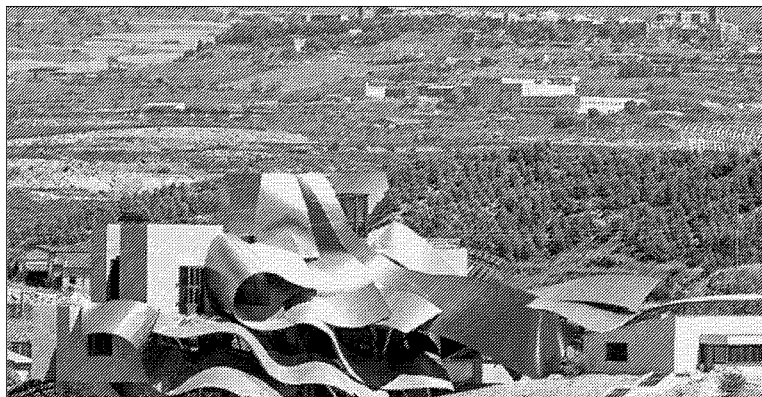




EL PAÍS, jueves 28 de diciembre de 2006

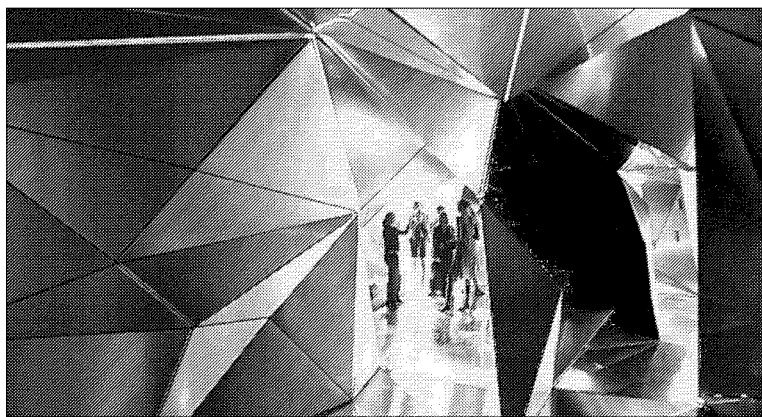
Los nuevos hoteles llevan firma de lujo

Los establecimientos de cinco estrellas tradicionales ceden el testigo del lujo a una nueva oferta hotelera que utiliza como reclamo el sello de famosos arquitectos y diseñadores



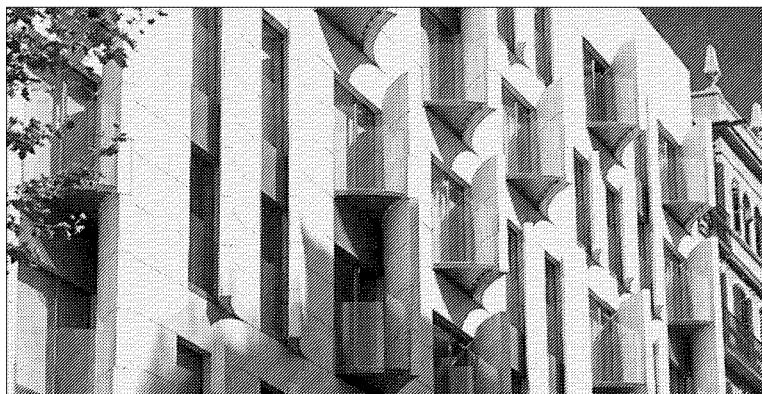
L. PICO

TRAS LAS FORMAS DEL GUGGENHEIM. El efecto sorpresa del Guggenheim no se ha repetido, pero Frank Gehry está aplicando sus soluciones a otros edificios que, como el hotel Marqués de Riscal en Elciego (Álava), resultan a pequeña escala tan espectaculares como el museo bilbaíno. La de Gehry es una arquitectura escultórica en la que la audacia de las formas se consigue afilando el ingenio y utilizando un programa informático, el Catia, que está revolucionando, y a veces uniformando, la arquitectura.



EFE

ESTANDARTE DE LA CADENA SILKEN. El hotel Puerta América (Madrid) no destaca por su arquitectura, bastante convencional, sino por el mosaico de estilos y propuestas de su interiorismo, para el que se ha dado carta blanca a destacados arquitectos y diseñadores para que desplieguen sus fantasías. Por ejemplo, el Plasma Estudio (Eva Castro y Holger Kehne) ha transformado la cuarta planta (en la imagen, el *hall*) en un espacio geométrico y futurista.



M. SAENZ

FUNCIONALIDAD Y ELEGANCIA. Una de las preocupaciones del arquitecto Juli Capella a la hora de diseñar el hotel Omm (Barcelona), del grupo Tragaluz, era cuidar los detalles al milímetro combinando funcionalidad con elegancia. Lo consigue especialmente en las habitaciones, con una organización muy original del baño y una muy pensada orientación de los ventanales, y también en el relajante y armonioso *hall* y restaurante de la planta baja.

CLAUDI PÉREZ, Barcelona
Cuando un escritor se pone a hablar de Bolsa, el Nikkei adquiere "nombre de estrella" y el Dow Jones suena "a músico de jazz", en palabras de Manuel Vicent. Algo parecido ocurre cuando los grandes arquitectos están a sueldo de los hoteleros. Y así, un hotel de Madrid se convierte en "un museo para una noche", y una suite de ese mismo hotel en "el retiro glacial de Superman", a juicio de los arquitectos Jean Nouvel y Juli Capella.

El sector hotelero español, históricamente abonado al sol y playa, ha decidido tomar riesgos. Desde 2001, los empresarios han reforzado la oferta tradicionalmente anémica de *cinco estrellas* con la apertura de un centenar de establecimientos y unas 23.000 camas, según la patronal. Junto al lujo de siempre —los Ritz, Palace y demás enseñas solariegas— se consolida una nueva tendencia: la apuesta por edificios singulares, con personalidad propia y un diseño a medio camino entre el minimalismo y la sobredosis, que no deja indiferente. Hoteles-reclamo.

Más allá del inevitable Madrid-Barcelona, Bilbao se ha convertido en un punto de referencia. "Desde la inauguración del Guggenheim, a finales de los noventa, el arte asalta las calles, la arquitectura contemporánea y el diseño han protagonizado una gran transformación urbana, y los hoteleros han seguido esa onda expansiva con éxito", afirma Juli Capella para resumir el efecto *Guggenheim* aplicado al turismo.

Así surgieron hace unos años el Domine, con vistas a la Ría y al propio museo y diseñado por Javier Mariscal para la cadena Silken, y el Sheraton, obra del mexicano Ricardo Legorreta. Y en

En los últimos cinco años se han abierto en España un centenar de 'cinco estrellas'

esa senda han ido apareciendo hoteles como los barceloneses Omm y 1898 —en el edificio de una antigua fábrica de tabaco— y los madrileños Puerta América y el Hotel de las Letras. O la última *joya*, la mole de titanio irrisando que Frank Gehry ha levantado para las bodegas Marqués de Riscal en Elciego (La Rioja). Con la arquitectura, el diseño y el *glamour* como denominadores comunes a todos ellos, por encima de las estrellas que atesoran.

Esa constelación de hoteles va creciendo como una mancha de aceite y lo seguirá haciendo "porque hay una demanda potencial que obliga a los hoteleros a arriesgar". El razonamiento no es de un empresario al uso, sino del arquitecto Óscar Tusquets, autor del Miramar, en la montaña de Montjuïc (Barcelona).

El nuevo lujo es ser distinto. Hay un tipo de cliente que no quiere estar en un hotel como si estuviera en su casa, que sale en busca "de experiencias, de exclusividad; ahí es donde los empresarios han buscado arquitectos que conjuguen los mejores servicios (restaurantes, *spas*, terrazas) con una puesta en escena muy especial", reflexiona Capella, que cita al diseñador Philippe Starck como el *padre* de esta tendencia, con referencias ineludibles como el Royalton neoyorquino.

La potencia turística de España es incuestionable: con casi 60 millones de turistas anuales, los hoteleros se han ido ganando a pulso un prestigio que se deja notar en las guías de viaje y en las páginas de los diarios anglosajones.

La industria se ha fortalecido tras cinco años de vacas flacas. En 2000, la rentabilidad del sector alcanzó su punto álgido y atrajo dinero fresco procedente de constructores, promotores y entidades financieras. A partir de 2001 la oferta empezó a crecer por encima de la demanda, y hasta 2005 los hoteleros han vivido su particular travesía del desierto con un problema de sobreoferta, del que sólo han logrado escapar en los últimos meses.

Ferran Adrià abrió la puerta a la posibilidad de mezclar el arte con la cocina, y lo mismo han hecho los bodegueros con los vinos de expresión, que han descubierto al mundo los Priorato y Somontano, entre tantos otros.

"Era cuestión de tiempo que los empresarios turísticos se subieran a esa ola", afirma Juan Valls, director general de Silken, uno de los grupos que más claramente ha apostado por esta vía. "Hay un espacio para los hoteles vacacionales, y dentro del turismo urbano para las cadenas de gama alta tradicionales; pero también un nuevo nicho de mercado para un público cosmopolita que busca otro tipo de experiencia", dice.

Lejos de detenerse, el goteo de nuevos proyectos no cesa. Los hay alejados de los cinco estrellas, como el Camper de Barcelona, propiedad de la firma mallorquina de zapatos del mismo nombre. Otros, en la línea de la Puerta América madrile-

Los Mariscal, Jean Nouvel o Zaha Hadid aportan grandes dosis de encanto

ño, ideado por 19 arquitectos y diseñadores —que incluyen nombres como la iraní Zaha Hadid (premio Pritzker), los británicos Norman Foster y David Chipperfield o los citados Nouvel y Mariscal—, que ha creado escuela pese a que cuenta con tantos partidarios como firmes detractores.

Barcelona, siempre a la vanguardia, está a la espera de dos nuevas aperturas: el Hotel Vela, un proyecto de Ricardo Bofill, y un establecimiento de la cadena Habitat con la firma de Dominique Perrault.

Pero ni siquiera las nuevas tendencias son ajenas a los problemas y a las críticas. Las grandes cadenas españolas e internacionales siguen sin apostar mayoritariamente por estos hoteles-espectáculo. Y los empresarios que sí lo hacen apuntan hacia otros problemas. "A pesar de que el fenómeno tiene una buena salud indudable, seguimos sin saber vender en el mercado anglosajón, especialmente a los americanos, que son grandes consumidores de los hoteles de cinco estrellas", apunta el consultor Bruno Hallé.

Para los defensores de la democratización del lujo queda otro pequeño detalle: el precio. Una noche en el hotel de Gehry en La Rioja cuesta 500 euros. Una *suite*, 800. Eso también es *glamour*.