



Divulgação

Diego Gronda: contágio pela cultura de uma cidade ou país antes de desenhar um projeto

# Projetos entre as estrelas

Designer de hotéis e restaurantes de luxo espalhados pelo mundo, arquiteto argentino sonha em ver sua marca numa obra no Brasil

Por Mari Campos

**D**iego Gronda é argentino, de Buenos Aires, mas passa a maior parte do ano em Madri ou em aviões cruzando os céus mundo afora para conferir detalhes da execução de seus projetos. Como diretor criativo do Rockwell Group Europe, projeta hotéis, restaurantes, spas, shoppings, edifícios comerciais e até ilhas artificiais em destinos espalhados por França, China, Índia, Estados Unidos, Tailândia e tantos outros lugares — e sonha em ter uma grande obra no Brasil. Foi numa visita ao Museum of Modern Art (MoMA), em Nova York, ainda no colégio, que ele se deu conta de que queria ser arquiteto. Hoje diz que “se contamina com cada cultura antes de desenhar um novo projeto em outra cidade ou país”. Ultimamente, tem trabalhado lado a lado com Robert de Niro em seus hotéis Nobu e com Richard Branson, o magnata da Virgin, para tornar real o primeiro hotel de uma nova bandeira do grupo, em Chicago. Diego Gronda pode ainda não ter seu nome reconhecido de imediato, mas vale tê-lo em mente: o novo queridinho do design da hotelaria de luxo (W Paris-Opéra, Taj Mahal Palace Mumbai, Arts Hotel em Barcelona...) veio para ficar.



No lounge do W Paris-Opéra, Gronda busca o diálogo entre a arquitetura clássica e a inspiração de NY

■ **De hotéis e restaurantes a museus e cenários para a entrega do Oscar você e o Rockwell Group já fizeram um pouco de tudo. Como é o seu processo criativo?**

Existe um ponto em comum que conecta quase todas as questões do design: o usuário. Quando você se define como “designer de experiências”, no fundo está dizendo que a resposta para sua busca está sempre ligada ao seu consumidor. Por isso mesmo acho curioso o pouco que se estuda psicologia e sociologia nos cursos de arquitetura nos cinco continentes — não há muitos arquitetos realmente conscientes do quanto condicionam a vida dos usuários de suas obras. Pelo lado exterior, um edifício geralmente é considerado bonito ou feio, harmonioso ou abominável. Juízos estéticos. Mas é no interior deles que descobrimos se uma clínica é realmente funcional,

se um hotel é confortável ou se as pessoas se movem de maneira pacífica num aeroporto.

■ **Como isso se aplica ao design de hotéis?**

A experiência de um hóspede em um hotel está condicionada mais pelo seu interior do que pela arquitetura exterior — uma realidade muitas vezes ignorada. Quando você está obcecado em criar experiências holísticas, seja num hotel, spa ou aeroporto, deve estar consciente de todas as coisas que afetem o usuário em particular.

■ **Que tipo de projeto você ainda não fez, mas gostaria de fazer?**

Adoraria projetar espaços que me ensinem coisas que desconheço. Gostaria de projetar uma nave espacial para turistas, como já fizeram Marc Newson e Philippe Starck, compreender como o design se

adaptaria a esse novo tipo de usuário e à ausência de gravidade — porque uma coisa é projetar o interior de uma nave para astronautas e outra bem diferente é projetá-la para turistas. O design pode dar respostas que complementem a experiência turística.

■ **Que contribuições o mestrado na Parsons The New School for Design, em Nova York, trouxe para o Diego Gronda de hoje?**

Nova York foi meu “mestrado de vida”. Foi a fusão da formação acadêmica (*arquitetura e filosofia*) com uma cidade explosiva. Nova York é o maior laboratório de experiências que existe e é dessa combinação que deriva minha visão do mundo. A resposta a qualquer dilema, arquitetônico ou não, pode ser descoberta na cidade, na cultura, na religião... Por isso mesmo não é usual que eu tente convencer as pessoas a pensarem como eu. Pelo contrário. Acredito mais no silêncio existente entre as palavras do que nas palavras em si.

■ **Como começa um projeto de hotelaria?**

Costumo partir do conceito de que quase tudo já foi feito hoje em dia. Meu ponto inicial é a premissa de que os usuários estão em muitos casos cansados do que foi feito até o momento; o que eu estiver projetando vai ter de trazer algo novo — e quando digo isso não estou me referindo à mera estética. Penso em trazer algo novo para a experiência daquele hotel. Ideia e conceito são quase tudo e são gerados muitas vezes de inspiração que vem de fora da área desse problema. Por exemplo, projetar um novo spa pode incluir estudar coisas tão diferentes entre si quanto aviação, horticultura, política ou videoarte.

■ **O W Hotel Paris-Opéra já nasceu como referência de design na capital francesa. Como foi esse processo de criação?**

O hotel está inserido em três edifícios da era Haussmann a poucos metros do Palais Garnier, que abriga a Ópera Nacional de Paris. Todos os exteriores e parte dos interiores estão protegidos pelo patrimônio histórico. Mas não buscamos a solução óbvia de criar um interior extremamente chocante, como é comum nesse tipo de projeto. Decidimos estabelecer um diálogo entre a arquitetura acadêmica do edifício francês e a energia tão particular e inspiradora da cidade de Nova York (*onde a marca W surgiu, em 1998*), com a criação de um centro de luz pulsante que batizamos de The Spark, e que está em cada detalhe, do chão ao teto. Com ele ganhamos ano passado o Gold Key Award, uma espécie de Oscar do design de interiores, como melhor design de hotel boutique e de lounge bar.



■ **Você trabalhou e trabalha lado a lado com geniais e geniosos chefs como Gordon Ramsay, Nobuyuki Matsuhisa, Jose Andrés e Alain Ducasse. Projetar restaurantes é muito diferente de hotelaria?**

Cada chef tem sua personalidade. Alguns não opinam sobre o design e outros querem fazer parte de tudo. Mas, de um modo geral, a visão de cada um desses gênios está baseada em sua visão da experiência de seus clientes. No El Bulli, de Ferran Adrià, por exemplo, o design não se intrometia em nada na experiência gastronômica: o entorno arquitetônico era o mais neutro possível. Já o restaurante que desenhamos para Alain Ducasse na Quinta Avenida, em Nova York, tem o primeiro bar de vinhos virtual do mundo: o cliente simplesmente move suas mãos sobre o balcão de couro e a carta de vinhos é projetada. Ali o entorno arquitetônico tem o seu peso.

Ambiente intimista em Doha: restaurante de Gordon Ramsay no St. Regis



Divulgação

O bar Jaleo, comandado pelo chef Jose Andrés no Cosmopolitan, em Las Vegas

■ **Como as viagens inspiram seus projetos?**

Se eu pudesse nascer de novo e mudar algo na minha vida, pediria por uma memória melhor: sou extremamente desmemoriado para o que leio ou escuto. Por outro lado, meus olhos são como uma câmera fotográfica. Registro todos os detalhes do que vejo durante as viagens; elas são meu alimento, minha biblioteca, meu descanso da agitação que é o mundo. Aproveito muito as longas viagens à Ásia, nas quais vejo passar todo um dia pela janelinha do avião. Muitos desenhos são gerados assim. Fico feliz que ainda não haja acesso à internet na maioria desses voos, assim é possível abstrair-se do mundo e deixar a mente “voar”. Acredito muito nas coincidências do acaso — procuro caminhar por ruas novas e descobrir cantinhos nas cidades que nem os moradores conhecem. Adoro me perder e faço isso com muita frequência, sobretudo em Tóquio, Muscat e Beirute. Minha inspiração surge em lugares distintos, da conexão en-

tre as coisas, seja um saco de lixo pendurado numa cerca ou a simples sombra debaixo da árvore.

■ **O que pode adiantar para a Oh! sobre seus novos projetos para os hotéis Nobu e Virgin?**

Para os Nobu Hotels em Londres e no Oriente Médio (*o primeiro abriu no início do ano em Las Vegas*) queremos criar uma experiência que recupere muitos dos rituais maravilhosos da cultura nipônica — ainda que a arquitetura não vá ser japonesa. E para a nova marca de hotéis de Richard Branson pretendemos criar o “iPhone dos hotéis”: intuitivo, simples e belo, sem caprichos, sem superficialidades e, principalmente, prático e funcional.

■ **Há planos a curto ou médio prazo de desenvolver um projeto de hotelaria no Brasil?**

Minha relação com o Brasil começou em 1985, quando eu tinha 17 anos e passei minhas primeiras férias de verão em Santa Catarina. Depois estudei muito sobre Niemeyer na universidade. Sempre fui fascinado pelo país e pela *joie de vivre* dos brasileiros; acho apropriada a atitude brasileira. Em várias ocasiões estive a ponto de projetar um hotel no Brasil — a mais recente foi em Paracuru, no litoral do Ceará — mas não deu certo. Admito que me dói profundamente não ter realizado ainda nenhum projeto no Brasil. É curioso que Rio e São Paulo continuem com uma proporção baixa de spas, restaurantes e hotéis de luxo, considerando-se a enorme quantidade de brasileiros que viajam a grandes cidades da Europa e dos Estados Unidos e consomem esses produtos. Mas amo o Brasil e nada me faria mais feliz que finalmente poder trabalhar no país. ☺

6 **Aproveito muito as longas viagens à Ásia, nas quais vejo passar todo um dia pela janelinha do avião. Muitos desenhos são gerados assim**



Diego Gronda, arquiteto

SUAS ESCOLHAS DEFINEM SEU CORPO.



ENTÃO, ESCOLHA O MÉTODO QUE CONQUISTOU O MUNDO.



O Método HYPOXI reduz a gordura localizada e as celulites sem risco, sem dor, sem química e com resultados reais, visíveis e duradouros. Não é mágica, é tecnologia de ponta e exclusiva.

Av. das Américas 500 bl. 08 lj. 131 - Shopping Downtown - Barra - Tel. (21) 2483-8287 | www.hypoxi.com.br