

ESPECIAL

# DECORACIÓN

espacioliving.com

Revista **Living**



## DIEGO GRONDA

ARGENTINO GLOBAL

Director creativo de *Rockwell Group Europe*, este arquitecto diseña desde hoteles hasta restaurantes que hacen vivir experiencias únicas.

► PÁG. 6

## ONCE

Preparamos una guía para sacarle el jugo a un barrio con mucho para ofrecer y a buen precio: desde géneros de cortinas y tapicería hasta artículos de bazar y cotillón.

► PÁG. 8

## TENDENCIA

Color y texturas suaves y envolventes, una constante en los mejores diseños que se vieron en la última edición de la Feria del Mueble de Milán.

► PÁG. 11



Una cabaña en Villa La Angostura explora todas las posibilidades de la madera (Pág. 18)

*El valor  
de lo  
auténtico*



# Maestro del tiempo

El arquitecto argentino Diego Gronda, director creativo de *Rockwell Group Europe*, diseña desde hoteles hasta terminales de aeropuerto en geografías tan diversas como Estados Unidos o Qatar. Su último proyecto, en Puerto Madero, sigue la consigna del resto: crear experiencias únicas. TEXTO: LUCRECIA ÁLVAREZ



PARA EL ARQUITECTO DIEGO GRONDA, QUIEN CON SÓLO 42 AÑOS LLEVA 20 diseñando los más heterogéneos espacios, hoy, lujo es tener tiempo. En ese sentido, trabaja día a día “creando experiencias”, como él mismo lo define desde su oficina en Madrid. Especialista reconocido internacionalmente en diseño de interiores, llegó a esa disciplina por pura casualidad, gracias a una beca de IFC (International Finance Corporation, una rama del Banco Mundial) que ganó mientras estudiaba Arquitectura en la UBA. De un día para otro, se encontró abordando sucesivos proyectos de interiorismo y, sin embargo, abandonó esa promisoriosa carrera local para ir a Nueva York a hacer una maestría que combinaba filosofía, arquitectura y sociología en el Parsons School of Design. Sin siquiera saber que existía, Gronda ganó el premio a la excelencia académica de la AIA (American Institute of Architects) –fue el primer latinoamericano en recibirlo–, y poco podía imaginar las puertas que ese galardón le abriría. Rápidamente, se convirtió en una figura codiciada por los *headhunters* y, pudiendo elegir, ingresó en el estudio de Tony Chi, uno de los mejores interioristas del planeta. El joven arquitecto comenzaba a desplegar sus alas: literalmente, antes de los 30 ya había dado varias vueltas al mundo.

## ¿De qué modo se logra empatizar con clientes de todas partes?

Hay que ir aprendiendo los rituales de cada cultura, un desafío intelectual agotador, pero fascinante. Creo que el ser argentino me ha dado herramientas: cuando uno tiene que aplicar diseños sofisticados en países en vías de desarrollo, debe adaptar el discurso a sus parámetros.

## ¿Hay una definición global de lujo?

Creo que es más bien cultural porque, si bien ahora todos nos estamos acercando, las culturas viven desfasadas en el tiempo. En los 90, en Dubái, el lujo pasaba por las canillas de oro sólido con forma de pato, y el valor del diseño estaba dado por cuánto había costado. Ahora, demostrar que se ha gastado mucho no es interesante, sino haber logrado un concepto maravilloso por la menor cantidad de dinero.

## ¿Y cómo se crea lujo desde el diseño?

Con espacios que emocionan, que educan y que estimulan. El diseño que emociona apela al espíritu: tener tiempo es un lujo pero, como no soy físico, sólo puedo estirarlo de manera psicológica, aislando a la persona de sus problemas y transportándola a un espacio distinto, de donde salga feliz. El diseño que educa apela a la mente: usamos

Arriba, el W Hotel en la isla de Vieques, Puerto Rico. Acá, el complejo de oficinas y shopping Juana Manso 969, el primer proyecto de Rockwell Group en nuestro país, llevado a cabo en colaboración con el estudio de Mario Roberto Álvarez.



muchísimo el concepto de relato, para que ese lugar tenga sentido en la ciudad que habita, por ejemplo. Finalmente, el diseño que estimula apela a los sentidos. ¡Cuántas veces hemos visto sillas metálicas hermosas en las que una mujer con minifalda está incómoda! Pero, además de lo funcional, hay otros factores que influyen en el comportamiento, por eso controlamos desde el color del ambiente hasta su temperatura, nivel de ozono, de oxígeno y de humedad.

**¿No es utópico pretender la inmersión del cliente en una experiencia cuando la tendencia es estar conectados permanentemente?**

Luchar contra eso es absurdo, pero los que tenemos más de 30 necesitamos recogerlos, escapar del ruido, de internet y de las noticias en tiempo real. Simplemente, tenemos que reconocer la limitación de que no pertenecemos a esa cultura. Yo ya estoy pensando en un ambiente nuevo en las casas: un espacio donde aislarse, sin wi-fi, ni teléfono, ni timbre... Un lugar para estar *off line*.

**¿La belleza es un objetivo?**

La innovación es un objetivo. Hay muchísima gente talentosa que puede hacer cosas lindas, pero, para nosotros, eso está descartado: por supuesto que lo que hagamos será agradable, pero necesitamos redefinir cómo se va a habitar un espacio.

**El concepto de innovación puede ser tramposo si se basa simplemente a la extravagancia.**

Ese tema, muy debatible, para nosotros es terriblemente importante. Llamar la atención -con buen o mal diseño- es muy fácil. Lo difícil es crear un espacio que asombre la primera vez y que vuelva a sorprender la segunda y la tercera. Creo que es precisamente eso lo que nos diferencia: la capacidad articular los espacios, porque esa sensación de descubrimiento permanente es lo que hace que la gente siga visitando un local.



El restaurante Adour Alain Ducasse en el hotel St. Regis de Nueva York: sobre el cuero de la barra se proyecta un menú interactivo para elegir el vino con un movimiento de la mano (arr., der.). El camión del proyecto *Food Revolution*, del chef británico Jamie Oliver, fue diseñado para llevar a todo EE.UU. su campaña de hábitos alimentarios saludables. De modo que la terminal de la aerolínea JetBlue, en el aeropuerto JFK, fuera un lugar que redujera el estrés de volar, los integrantes de Rockwell Group Europe (Diego Gronda es el segundo abajo, desde la izq.) convocaron al mejor coreógrafo de Broadway.



**neoda**  
MUEBLES PARA TU NIDO  
www.neoda.com

Buenos Aires Design  
Av. Pueyrredón 2501, Cap. Fed. - T 5777 6065 - Local 65  
La Imprenta  
Soldado de la Independencia 999 - T 4773 8112  
Fábrica y Profesionales - T 4523 6716/6725



20% - Junio y Julio

