

AVENUE



Abril Mayo 09

ARA MALIKIAN
UN HOMBRE A UN
VIOLÍN PEGADO
HOTEL DU PALAIS
VIAJE A BIARRITZ

VEGGIE JUNGLE

DE JOSÉ MERCÉ A POMBO,
AMOR VEGETAL
NEW YORK FASHION WEEK
THE HOT SPOTS

GANDÍA BLASCO
AVENUE DESIGN

N18

AUSTRIA €9,50
BELGIUM €7
DENMARK KR95
FRANCE €8
FINLAND €13,50
GERMANY €10
GREECE €7,50
ITALY €6
NETHERLANDS €8,20
NORWAY KR110
PORTUGAL €4,50
SWEDEN KR5125
SWITZERLAND SFR13,20
UK L4,50

4,00€





ENTREVISTA A DIEGO GRONDA, MANAGING AND CREATIVE DIRECTOR DE ROCKWELL GROUP EUROPE

¿Qué es Rockwell Group y cuál es su filosofía?

Rockwellgroup es un grupo creativo multidisciplinario de diseño. Se compone de arquitectos, interioristas, diseñadores gráficos, industriales y de escenografía. También poseemos un departamento de *branding* y otro de tecnología. El punto de partida de nuestro diseño se basa en la experiencia de un potencial usuario. Esta filosofía nace a partir de nuestras observaciones sobre qué experimenta una persona al entrar en una estructura. Su experiencia va más allá de lo tangible. De allí, utilizamos distintos dispositivos para generar la experiencia deseada. Si usamos un hotel como ejemplo, un huésped comienza su "experiencia" antes de bajar de su coche. Así pues, nuestro enfoque tendrá en cuenta el paisajismo, la arquitectura, el interiorismo, el aroma, la temperatura de los distintos espacios, sonido o música, el arte, los accesorios, etc. Siguiendo este camino durante casi dos décadas, no asombra que compañías hoteleras como Starwood nos hayan elegido para crear nuevas marcas para su portfolio. Así es como nace W Hotels hace ya una década y Aloft el año pasado. En este momento los estamos ayudando a plasmar su primer hotel Le Meridian siguiendo el renacimiento de esta marca.

De hecho, el estudio crea una narrativa única y un entorno envolvente para cada proyecto. ¿Esa mezcla de tipologías es un ejemplo de vuestra manera de entender la arquitectura?

Si bien la gran mayoría de nosotros somos arquitectos de formación existen situaciones donde la palabra arquitectura nos limita. Nuestro desafío diario consiste en materializar una idea de la mejor manera posible sin limitación alguna *know-how*. Para nosotros, la originalidad de la idea es fundamental. Una vez creada, buscamos las disciplinas que mejor nos ayude a plasmarla. No asombra que para el nuevo restaurante de Jose Andrés en Washington DC estemos consultando a expertos en hidroponía y especialistas en sistemas industriales de agricultura combinados con nuestro departamento de tecnología y un par de interiorista. "*The original idea is King*" (lo único importante es la originalidad de la idea madre).

¿En qué año se funda Rockwell Group?

Hace más de veinte años en la ciudad de Nueva York. En esa época hablar de la 'experiencia' sonaba a ciencia ficción. Hoy es una palabra muy en boga (para bien y para mal...).

¿De qué parte o de qué proyectos se ocupa Rockwell Europe y que dirigis?

Hace ya una década que me asocié con Rockwell Group. En su momento, era una empresa con proyectos sólo en Estados Unidos con alguna que otra excepción. Mi experiencia anterior a Rockwellgroup era todo lo contrario. Si bien vivía en Nueva York, la mayoría de mis proyectos estaban en Europa, Medio Oriente y Asia. Esto me permitió materializar conceptos de distintas escalas en ciudades tan diversas como Londres, Múnich, Beirut, Dubai, Muscat, Nueva Delhi, Mumbai, Bangkok, Taipéi, Tokyo, etc. Cuando nos aliamos, mi rol fue el de abrir Rockwellgroup al mundo. Podemos estar muy orgullosos de mencionar que en este momento poseemos proyectos en los cinco continentes. Durante mis viajes por Medio Oriente y Asia, fui detectando que muchos de nuestros clientes tenían una visión peculiar de la práctica de diseño. Por un lado existían los que les seducía la parte pragmática y rigurosa de las empresas americanas. Por otro lado, había aquéllos que encontraban un diseño más refinado y exclusivo en Europa. También existían los que preferían trabajar con empresas pequeñas y había quienes sólo deseaban trabajar con empresas grandes. Así fue como decidimos con David fundar una empresa en Europa que posea lo mejor de los dos mundos. Rockwellgroup Europe llega a Madrid en el año 2004. Con una escala más pequeña que la empresa madre (no deseamos ser más de 20 diseñadores), estamos desarrollando proyectos en India para la cadena TAJ, en Argelia para Le Meridien, muy pronto abrirá W Vieques en el Caribe, en Qatar estamos desarrollando proyectos de distintas escalas, en Buenos Aires estamos construyendo un centro de ocio y oficinas de lujo, en Beijing un club de vino y, por último, aquí en Madrid, estamos dándole una nueva vida a algunas aéreas olvidadas del prestigioso hotel Palace. Rockwellgroup europe es una empresa boutique dentro de una empresa de gran escala. El año pasado abrimos RockwellGroup Middle East para asistir a los proyectos realizados por la empresa de Nueva York y Madrid.

Rockwell ha sido el encargado de diseñar los escenarios de la última ceremonia de los Oscar, donde habéis dado la vuelta al concepto tradicional del Kodak Theatre en Hollywood & Highland Center. ¿Como funcionan los límites para Rockwell? ¿Buscáis la transgresión de los mismos, asumiendo los riesgos que esto implica?

Diseñar los escenarios para los Oscars fue un desafío maravilloso. Como fuimos los arquitectos del Kodak Theater, finalmente diseñar los escenarios para los Oscars completaban un círculo que comenzó hace ya una década. Teniendo un profundo conocimiento del edificio, pudimos reorganizar todas las butacas para crear un ambiente más íntimo. Para los seguidores de la ceremonia, este año habrán podido experimentar la cercanía e intimidad entre el escenario y las estrellas. Esa fue nuestra misión, hacer de los Oscars una comunión entre los espectadores de televisión y las estrellas. El resultado fue maravilloso. Existe la posibilidad de repetir este mandato el año que viene ¡De ser así, una vez más reescribiremos las reglas y traeremos algo aún más espectacular para la tele-platea!

A los arquitectos no les agrada que les pregunten por sus influencias, pero yo voy a insistir...

Por alguna razón que aún desconozco, yo de muy pequeño, antes de estudiar arquitectura, tuve enorme pasión por lo oriental. Durante mis años de formación, la interpretación del espacio fue siempre muy japonesa. Su concepción de la fluidez del espacio y su diálogo con el exterior de los edificios marcaron mucho mi carrera. Los japoneses tienen un enorme afán de perfeccionismo. Todo objeto o ritual debe ser bello. Su atención al detalle no tiene límite. De allí mi obsesión con poder diseñar todo; en el caso de una casa, ir desde el jardín a la arquitectura y del interiorismo al diseño final.

Siguiendo con los recuerdos, me interesaría conocer cuál fue tu primer encargo que se transformó de proyecto en obra construida. Cómo lo viviste, teniendo en cuenta que en la producción de un arquitecto este primer paso suele ocupar un lugar importante.

Como muchos arquitectos, mi primera obra construida fue una casa para mis padres. La tarea duró tres años debido a su complejidad estructural y la falta de tecnología para construirla en esos tiempos. El resultado fue una casa espacialmente japonesa pero con líneas

muy occidentales, aunque estaba muy lejos de la visión de mis padres. Sin embargo, la casa había sido diseñada basándose en los recortes de su memoria arquitectónica. La casa había sido diseñada siguiendo sus costumbres y rituales. Fue un encargo muy íntimo. Me es grato escuchar como mis padres elogian la casa. No a un nivel puramente arquitectónico. Sus comentarios están relacionados en cómo ellos interactúan con la casa. Esto para mí es lo que define a una obra; una interacción siempre innovadora entre el espacio y el usuario.

¿Qué importancia tiene y cómo intervienen las características del entorno y las pautas culturales del lugar donde definitivamente se instalará un edificio o un gran proyecto urbanístico?

El entorno y su cultura son primordiales a la hora de diseñar un proyecto. Estamos en este momento diseñando una isla en Qatar. Esta isla tendrá la peculiaridad de no poseer vivienda u oficinas. Tampoco tendrá un puente que la conecte a tierra firme. Éstas fueron las premisas que nos dio el cliente. Un esfuerzo conjunto de arquitectura, urbanismo, *branding* y tecnología fue necesario para poder crear la primera isla sostenible del Medio Oriente. Sólo podrá ser alquilada en su totalidad. Posee cuatro hoteles de lujo rodeando el spa más completo que se ha diseñado. Posee tres universidades 'ivy league'. Poseeré muy pronto el hospital más sofisticado del Medio Oriente. Por último, Qatar es un protagonista principal en los conflictos de la zona. Su deseo de ser un país neutral y mediador nos inspiró a crear una arquitectura que sirva a tal efecto.

¿Diseñas a solas, o más bien trabajas mano a mano con tu equipo?

Un buen equipo es lo más importante a la hora de diseñar edificios y espacios originales. Es importante una fuerte autocrítica. Nuestro enfoque de diseño está basado en la experiencia. Ésta, a su vez, depende al grupo demográfico que nuestro cliente desea atraer. Esto muchas veces implica pensar como una persona totalmente ajena a nuestras costumbres y/o valores -esto ocurre muy a menudo cuando construimos proyectos en lugares con culturas tan dispares como las asiáticas o árabes-. Este es el desafío que más nos atrae. La variedad es fundamental en nuestros grupos de diseño. Cuanto mayor diversidad de cultura, más aprendemos de nosotros mismos. Ésta es una constante en nuestro trabajo, ya sea en Bangkok, Sevilla o Nueva York.