

VidaPadre:

UNA MIRADA AL INTERIOR

HOTELES, RESTAURANTES, CENTROS DE SPA Y HASTA UNOS CINES EN LA INDIA. LOS DISEÑOS DE DIEGO GRONDA SON SOLICITADOS EN TODO EL MUNDO **POR MARÍA G. AGUADO**

● Cuando uno menciona la palabra 'lujo' a un gran diseñador, la respuesta suele contener grandilocuencia. Al preguntárselo a Diego Gronda (Buenos Aires, 1968) encontramos reflexión. Para él, el tiempo es el verdadero lujo. Expandirlo sin jugar a ser Dios, solo aportándole calidad, es lo que ha hecho que en su carrera haya creado desde cero numerosos hoteles, spa y 120 restaurantes para ser exactos. El último de ellos ha sido Saddle (Madrid), y en su construcción se plasma el saber hacer de Studio Gronda. "Vemos el diseño desde un punto de vista no solamente estético, sino de uso y de negocio, palabras que los arquitectos generalmente no incorporamos a nuestro discurso. Estudiamos quién lo va a utilizar y cómo va a trascender en el tiempo", comenta. En la era de la inmediatez buscan crear "estructuras vivas" —así se refiere él a sus proyectos—. Por eso nunca termina un proyecto: "Yo no acabo y le doy la mano al cliente. Sigo comiendo en Saddle y haciendo comentarios para mejorarlo". Ese mismo trabajo de campo lo aplica en el diseño de hoteles. "Tuve que diseñar un hotel en Tokio y para hacer entender al cliente lo que era el lujo allí, me quedé durante diez días en diez hoteles distintos y le invitaba a la habitación para que vieran cómo el Mandarin Oriental interpretaba el lujo, o el Four Seasons, o el Península... El lujo hay que vivirlo, es una experiencia. Por eso el sistema de estrellas está

obsoleto", afirma. Una conexión del espacio con el usuario, una especie de romance que comienza con "el diseño invisible", los pequeños detalles que seducen al usuario poco a poco.

EL FUTURO ES HÍBRIDO

Su zona de confort es el sector hotelero y la restauración. Pero cuando un cliente le propuso crear nueve cines en India, aceptó. ¿Cómo se diseña un espacio que

pasa la mayor parte del tiempo a oscuras? Para Diego fue un reto porque no hace entretenimiento, pero en India el cine es otra historia. "Allí es una experiencia que va más allá de la película: parece el lobby de un hotel, hay hasta estrellas Michelin dentro. Salen dos o tres veces de la película, hablan con amigos... Es un acto social. Así que en la sala metimos la mejor butaca que pudimos diseñar, reclinable,

giratoria, con botón de llamada para pedir comida, un iPad... Como un asiento de *first class*", cuenta. Entre tanto lujo, Diego remarca la importancia de la humildad para valorar el talento de su equipo, que "es lo más importante que tengo en este despacho", y para desterrar la idea de disciplina menor que parece definir al interiorismo en comparación con la arquitectura. "Si pudiésemos encontrar un verdadero equilibrio de sinergias entre esas dos disciplinas, tendríamos un mundo con menos edificios, más eficientes y preparados para lidiar con el cambio constante. Seríamos más sostenibles". ■



Diego Gronda, posando en exclusiva para *Esquire* en las oficinas en Madrid de Studio Gronda.

“El lujo hay que vivirlo, es una experiencia. Por eso el sistema de estrellas está obsoleto”