

# Spaincontract



MEETING POINT/DIEGO GRONDA



# Diseño GLOCAL

El arquitecto Diego Gronda explica el concepto de 'diseño Glocal', una forma de crear espacios respetuosa con la cultura e idiosincrasia de cada lugar, con una visión moderna y global.

Durante las últimas dos décadas, el destino me ha llevado a crear proyectos de toda índole (mayoritariamente hoteleros) alrededor del mundo. A medida que me adentraba en la cultura de sociedades muy dispares a la nuestra, más me cautivaban las diferencias que nos separaban, pero, a la vez, nos unían. Es fascinante ser testigo de cómo todos los humanos sufrimos desafíos muy similares en nuestras vidas y como las distancias del pasado nos han llevado a crear soluciones muy dispares.

Actualmente vivimos en un mundo chato -como alguna vez lo definió Thomas Friedman-. Todas nuestras distancias y diferencias han colapsado en un mismo recipiente. Los contrastes se han matizado. El mundo se ha vuelto global y monótono. De esa hegemonía surge lo que los ingleses definieron como "GLOCAL DESIGN". La creación de un diseño global con una inspiración local al igual que un diseño local con una inspiración global.

Creo importante resaltar que esta práctica, que he desarrollado como director creativo de las empresas Tony Chi & Associates y RockwellGroup, no apunta a fusionar estilos. Esto último ha creado, en muchas ocasiones,

una serie de diseños donde las referencias, lo original y lo étnico, se funden en un lenguaje incomprensible.

Desde mi nueva empresa STUDIO GRONDA, nuestra visión es la de dejar bien claro las dualidades de cada inspiración. Creo que es importante no perder el contraste entre las referencias para poder crear un estilo respetuoso de cada cultura, pero con una interpretación moderna y global. Es justamente el ojo respetuoso que mira a una cultura desde fuera, el que rescata o muchas veces reinterpreta (respetuosamente) una cultura milenaria.

### **Muntajaa Al Waha: aldea nómada del siglo XXI**

Durante mis continuos viajes alrededor del mundo, muchas veces me encontraba con ciertos desafíos que encendían una chispa de creatividad. Durante la construcción del hotel St. Regis en Doha tuve la oportunidad de viajar a Qatar una docena de veces. Parte de lo que más disfruto de viajar es conocer culturas nuevas. Al poco tiempo de visitar Doha, tuve la curiosidad de conocer Qatar a fondo. Para mi sorpresa, este país cuenta con muy pocas carreteras y muchos de sus lugares más

mágicos solo son accesibles mediante un todo terreno y cruzando desiertos interminables. Realizando un estudio exhaustivo de la cultura local, descubrí oportunidades de desarrollar una experiencia hotelera nueva y rompedora sin dejar de respetar la cultura local. En Qatar, la forma de festejar autóctona es partir en todo terreno y acampar alrededor de una gran hoguera en la oscuridad del desierto nocturno. Por otro lado, Qatar se ha desarrollado de una manera explosiva y sus marinas se encuentran repletas de yates de gran lujo con pocos lugares a donde ir dentro del monótono Golfo Persa. Analizando todas estas circunstancias locales, creamos un nuevo concepto de hotel nómada que bautizamos Muntajaa Al Waha. Catorce carpas dispuestas en forma de óvalo presentan la oportunidad de dormir sobre el agua y dormir sobre la arena. Su conexión marítima le provee una serie de experiencias tanto acuáticas como desérticas. Una sociedad con Land Rover nos proveería la manera de conectar puntos remotos en el sur, oeste y norte del país. La escuela de conducción de Land Rover es la experiencia y la solución a la desconexión local. Hogueras dispuestas en el centro del óvalo iluminan y dan sentido al complejo durante la noche. Este un ejemplo de cómo



creamos una experiencia nueva dentro de un contexto local sin opacar la cultura local.

### **Taj Mahal Palace Mumbai: renacer de un restaurante insignia tras los atentados terroristas de 2008**

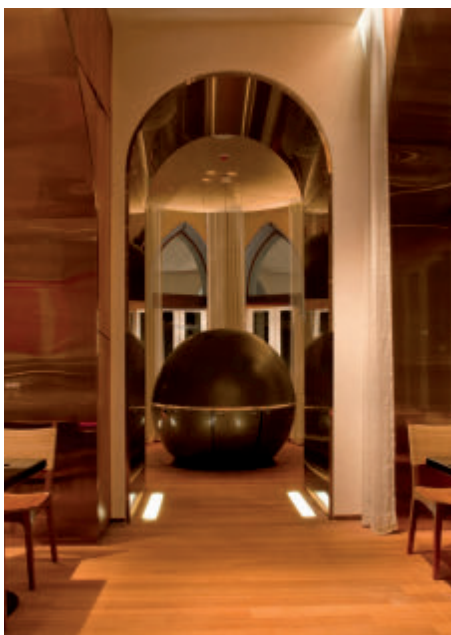
Durante muchos años, tuvimos la oportunidad de ayudar a redefinir el gran hotel indio Taj Mahal Palace en la ciudad de Mumbai. Lamentablemente en el año 2008, el hotel sufrió un atentado terrorista que dejó numerosas víctimas. Una de las áreas más destruidas por los ataques fue el legendario "Harbour Bar", primera licencia de alcohol en India y el famoso restaurante japonés del chef Morimoto: WASABI. Este último era lugar habitual de las estrellas de Bollywood. Su salón privado, inscrito en una pequeña torreta cilíndrica, era el lugar más emblemático del hotel. Una vez más, un exhaustivo estudio de la historia del hotel, su contexto y la cocina que lo definía nos aportó la idea de construir una mesa única en el mundo. Por un lado, quisimos crear un tributo al gran artista local Anish Kapoor (conocido por sus formas metálicas puras); y por otro lado, hurgamos en la cultura japonesa y en cómo la sopa de miso "recibe" o "cierra" una velada con un gesto que "abre" o "cierra" la tapa del recipiente. A partir de esta serie de observaciones, creamos una mesa que aparenta ser una esfera de bronce al arribo de los comensales. Una vez reunidos alrededor de la mesa, la parte superior se yergue para descubrir una mesa circular. La parte superior de la esfera se transforma en una gran lámpara y la parte inferior se divide en ocho sillas. El acto de apertura es muy dramático, con todos los elementos presentes en las películas locales.

### **Hotel Virgin Chicago**

Crear una marca nueva hotelera siempre es un desafío fascinante. Para la nueva marca de Sir



Restaurante Wasabi, Taj Mahal Palace.. Comedor privado abierto y cerrado/Wasabi Restaurant Taj Mahal Palace. Open & Close Private Dining Room



Richard Branson, se buscó un lenguaje contemporáneo y local para la ciudad de Chicago. Las referencias inglesas fueron pocas y siempre sutiles. Las habitaciones fueron concebidas como pequeños "pied a terre" locales con una serie de elementos que recuerdan más a un ambiente residencial que a uno comercial.

### **Hotel W Opera Paris**

Crear un nuevo hotel en París que proponga algo nuevo sin caer en los típicos clichés fue la meta principal de nuestra propuesta. Ubicado enfrente de la Opera Garnier y a pocos metros de los grandes museos, desistimos de toda referencia clásica. Nuestra narrativa combinaba la electrizante energía de la ciudad de Nueva York (cuna de W Hotels) y su reacción en el París del siglo XXI. Nuestro diseño final reunió a los grandes artistas de grafiti de la ciudad y les dio carta blanca para "intervenir" en los lugares más diversos del hotel. El grafiti se manifestó en cuadros, cojines, paredes y telas. El producto final es un hotel rompedor y moderno donde lo clásico del edificio, con su molduras y ornamentos, convive con paredes retroiluminadas y tapizados deconstruidos. Mis constantes viajes alrededor del mundo me han expuesto a cantidad de nuevas vivencias, colores e inspiración. Mis recolecciones de las distintas culturas jamás se mezclan en mi cabeza. Es la dualidad de lo local y lo global lo que crea el dialogo que marca un contraste. El contraste es crucial para concebir información y emoción de una forma original, respetuosa e innovadora.

Tres ejemplos de la importancia del producto en la estrategia comercial de cada empresa, y cómo, a partir de un buen producto, se pueden alcanzar metas nuevas donde el diseño es la herramienta aliada. ■



Hotel Muntajaa Al Waha, Qatar

# GLOCAL desing

Diego Gronda explains the meaning of the concept of Global Design', á way of creating spaces that respects the culture and idiosyncrasies of each place, with a global and modern vision.

During the last two decades, fate has led me to create projects ( in the majority, hotels) around the world. As I began to become more involved in cultures different to our one, the more I became captivated by the differences that separate us, but which at the same time, unite us. It is fascinating to see how all human beings suffer the same problems in their lives and how the distances of the past have forced us to create very different solutions.

We are living in a small village as was defined at one time by Thomas Friedman-. All our differences and distances have collapsed in the same bowl. The contrasts have been reduced. The world has become global and monotonous. Out of this hegemony has emerged what the English call "GLOBAL DESIGN". The creation of a global design with local inspiration that acts like a local business with a global inspiration.

I think it is important to highlight that this practice, that I have managed as Creative Director at the firms of Tony Chi & Associates y RockwellGroup, does not aim to merge styles. This latter firm has, on many occasions crea-

ted, a series of designs where the reference points, the original and the ethical, merge into an incomprehensible language.

From my new firm of STUDIO GRONDA, our vision is to make very clear the dual aspects of each inspiration. I think it is important not to lose the contrast between the reference points in order to create a respectful style representing each culture, but with a global and modern interpretation. It is precisely the respectful eye that views a culture from afar, which rescues and often reinterprets (respectfully) a thousand year old culture.

## Muntajaa Al Waha: XXI Century nomadic small village

During my continuous trips around the world, many times I have encountered certain challenges that lit a spark of creativity. During the construction of the St. Regis Hotel in Doha, I had the opportunity to travel to Qatar a dozen times. Part of what I enjoy most about traveling is meeting new cultures. Shortly after visiting Doha, I was curious to get to know Qatar profoundly. To my surprise, this country has very few roads and many of its most magical places are only accessible by a 4X4

landrover and by crossing endless deserts. By undertaking a comprehensive study of the local culture, I found opportunities to develop a new and groundbreaking hotel experience while respecting the local culture. In Qatar, the native way of celebrating is to take off in a 4x4 car and camp around a large bonfire in the dark desert night. Moreover, Qatar has developed explosively and its ports are full of luxury yachts but with few places to go within the monotonous Persian Gulf. Analyzing all these local circumstances, we created a new nomadic hotel concept that we baptized Muntajaa Al Waha.

Fourteen tents arranged in an oval shape provide the the opportunity to sleep over water and sleep on the sand. Its maritime connections provide a series of both aquatic and desert experiences. A partnership with Land Rover provide us with the way to connect remote sites in the south, west and north. The Driving School at Land Rover provides the experience and the solution to the local traffic issues. Bonfires arranged in the center of the oval illuminate and give meaning to the hotel complex at night. This is an example of how



Gerente y Director Creativo de Rockwell Group Europe, el arquitecto Diego Gronda ha trabajado en algunas de los sectores más fuertes de la industria del contract, creando espacios distintivos y desarrollando también identidad corporativa para hoteles, resorts, spas y restaurantes de todo el mundo. Asimismo, ha diseñado oficinas y edificios residenciales, y espacios culturales y comerciales. Algunos de sus proyectos más recientes son el Nobu Hotel Riyadh (2014), las habitaciones y espacios públicos del Taj Mahal Palace & Tower, Mumbai (2013); o la reovación del Ritz-Carlton South Beach, Miami (2013).

Managing and Creative Director of Rockwell Group Europe, the architect Diego Gronda has worked in some of the most demanding sectors of the contract industry, creating distinctive spaces and developing corporate identity for hotels, resorts, spas and restaurants worldwide. He also designed office and residential buildings, and cultural and commercial spaces. Some of his most recent projects have been the Nobu Hotel Riyadh (2014), the rooms and public spaces at the Taj Mahal Palace & Tower, Mumbai (2013); the renovation of the Ritz-Carlton South Beach, Miami (2013).





Virgin Hotel Common Club Island bar, Chicago

to create a new experience in a local context without overpowering the local culture.

### **Taj Mahal Palace Mumbai: rebirth of a flagship restaurant after the terrorist attacks of 2008**

For many years, we had the opportunity to help redefine the great Indian hotel of the Taj Mahal Palace hotel in the city of Mumbai. Unfortunately in 2008, the hotel suffered a

terrorist attack that caused many victims. One of the areas most damaged by the attacks was the legendary "Harbour Bar", the first liquor license in India and the famous Japanese restaurant of the chef Morimoto: WASABI.

The latter was the hang-out spot for the Bollywood stars. Its private lounge, situated in a small cylindrical turret, was the flagship point of the hotel. Again, by undertaking a compre-

hensive study of the hotel's history, its context and its cooking gave us the idea of building a single table for the world. On the other hand, we wanted to create a tribute to the great local artist Anish Kapoor (known for his pure metallic shapes); and secondly, we wanted to delve into Japanese culture and show how the miso soup "opens" or "closes" an evening with a gesture that "opens" or "closes" the top of a container. From this set of observations, we created a table that looks like a bronze sphere above the guests. Once gathered around the table, the top rises to reveal a circular table. The top of the sphere becomes a lamp and the bottom part divides into eight chairs. The opening ceremony is very dramatic, with all the elements of local films.

### **Virgin Hotel Chicago**

To create a new hotel brand is always a fascinating challenge. For the new brand of Sir Richard Branson, we sought a contemporary and local languages for the city of Chicago was sought. The English references were few and always subtle. The rooms were designed as small "pied a terre" places with a number of elements that evoke a residential rather than a commercial environment.

### **Hotel W Paris Opera**

To create a new hotel in Paris that proposes something new without falling into a cliché was the main goal of our proposal. Located opposite the Opera Garnier, and just meters from major museums, we resisted making any classical reference. Our narrative combined the electrifying energy of New York City (birthplace of W Hotels) and its reaction in Paris of the XXI century. Our final design brought together the best graffiti artists of graffiti in the city and gave them carte blanche to "intervene" in the most diverse places in the hotel. The graffiti was expressed in paintings, pillows, walls and fabrics. The final product is a groundbreaking, modern hotel where a classic building, with its moldings and ornaments, lives alongside with backlit walls and deconstructed upholsteries.

My constant travels around the world have exposed me to many new experiences, colors and inspiration. My memories of different cultures never get mixed up in my head. It is the duality of the local and the global that creates the dialogue that in turn marks a contrast. The contrast is crucial for designing and creating the information and emotion of the original in a respectful and innovative manner. ■