

INTERIORISMO

Surge otra leyenda

El 5to piso del Mercado Urbano Tobalaba (MUT) cobró otros bríos con Diablo Vino & Fuego, el primer restorán de Casillero del Diablo, desarrollado en alianza con el empresario Jérôme Reynes y la dirección culinaria del chef Matías Arteaga. Su estética informal, cargada de contraste y guiños de humor, es obra de Valérie Reynes, bajada a tierra por Diagrama Arquitectos. Texto, Jimena Silva Cubillos. Fotografías, José Luis Rissetti.



En torno a un sillón isla, tipo *diner*, se armó el sector de comedor.

En la terraza destaca un mueble antiguo de una iglesia.

Movilizada por las ganas de crear nuevas experiencias para los consumidores de vino y generar un lugar único donde dar a conocer la esencia de dos de sus marcas más reconocidas a nivel mundial, Diablo y Casillero de Diablo, la Viña Concha y Toro comenzó a darle vueltas a la idea de tener un restorán urbano, orientado a turistas y público nacional.

Corría 2019, y aunque ya contaba con el apoyo y experiencia del empresario gastronómico francés Jérôme Reynes, socio fundador del grupo Melting Cook –que agrupa a 12

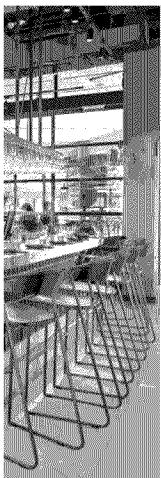
marcas de restaurantes–, el proyecto se entrampó por la crisis social y la pandemia. Sin embargo, hace un par de semanas, y tras casi un año de obras, Diablo Vino & Fuego fue inaugurado en el 5to piso del Mercado Urbano Tobalaba (MUT), en Las Condes y a pasos de Providencia.

Ahí, en una planta libre en forma de L y unos 500 m² totales –considerando un sector de terraza con mesas y *lounges*, y cinco balcones-terrazas– que recibieron con una estética industrial, desplegaron un novedoso interiorismo concebido por Valérie Reynes y materializado por Felipe Araya y Francisco

Mizón, de la firma Diagrama Arquitectos.

Según explica Sebastián Aguirre, gerente de marketing global de Casillero del Diablo, “el concepto apuesta por proponer un lugar mágico, vinculado a la imaginería de nuestras marcas y la leyenda del diablo que protege las bodegas. En Diablo todo sucede en torno al vino, el humo y el fuego, tanto el interiorismo como la carta trabajada por el chef Matías Arteaga, con carnes, pollos, pescados y verduras, principalmente a una parrilla a carbón”.

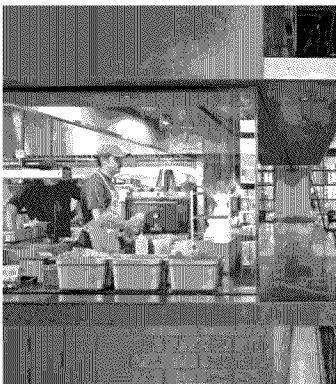
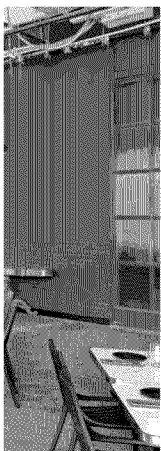
En cada ambiente se aprecia un juego de contrastes entre rojo y negro y una serie de elementos modernos y antiguos como las



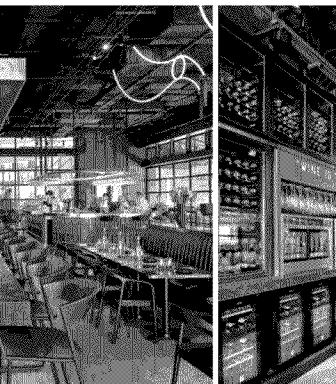
Un óvalo colgante acompaña a la barra, ambiente energético y más informal, donde se espera haya un constante ir y venir de personas.

Las puertas del acceso son de origen peruano, y sobre estas un logo realizado por el diseñador gráfico Edward Pearson.

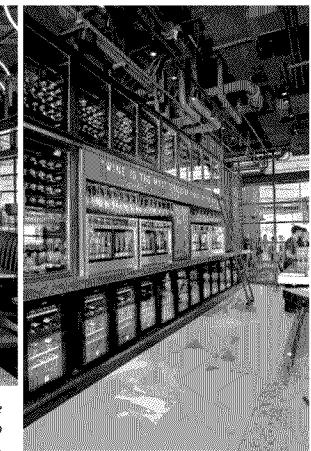
En el pasillo, entre el comedor principal y los baños, en el cielo, otra mención al diablo. Y en los muros, obras de Antonia Valencia, hechas con inteligencia artificial.



La cocina a la vista, con sus parrillas, un plus de este restaurante y bar de vinos.



Diablo tiene un wine dispenser autoservicio único en Chile.



puertas talladas del acceso y un gran candelabro de estética medieval, rescatado por Valérie Reyes del Parque de Los Reyes e intervenido con cintas led para simular los cachos del diablo o velas que se derriten con el calor. "Quisimos llevar el mundo del vino a las nuevas generaciones, a la gente joven que le gusta disfrutar, y en el contexto de un espacio sofisticado, moderno y cercano, alejado de lo serio y de mantel largo", agrega Aguirre.

El espacio interior cuenta el arquitecto Felipe Araya, está configurado a partir de dos zonas: una alrededor del fuego y el ámbito gastronómico y con la cocina a la vista, defini-

da por un sillón isla ovalado tipo *diner* de cuero rojo –ejecutado por Ángela Restrepo– y otra en torno al vino, con una barra que también es ovalada y tiene cubierta de cuarzo rojo y detalles en bronce, que funciona como zona de presentación del local.

Esta última cuenta con el sistema de dispensador de vinos por copas *Wire on Tap* (WOT), común en bares cerveceros, y un *wine dispenser* de 32 etiquetas, que una vez obtenida la patente de alcohol, funcionará con una tarjeta inteligente bajo 3 modalidades de autoservicio, incluyendo una de *gift card*. "Cada uno podrá escoger su vino y volumen, ge-

nerando un constante ir y venir entre el bar y las mesas, una dinámica y una circulación de comensales espontánea y versátil", precisan Valérie y Sebastián, quienes a la vez destacan que entre los guiños de humor en torno al vino o el diablo, se cuentan una especie de guía o lámpara colgada del cielo, en el recorrido a los baños, que recrea la cola del diablo. Así como cuatro obras alusivas a las mujeres y el vino, realizadas por la diseñadora Antonia Valencia, y el papel mural propuesto por Simone & Co., en tonos rojos y con sutiles representaciones de tridentes, colas y la cara del diablo. (@diablo.restaurant). VD