

Idees contra la crisi

ÒSCAR GUAYABERO



Que un despatx d'arquitectura es vegi obligat a reduir personal no és cap novetat, tal com està el sector. Que l'estudi aprofiti per reiventat-se i incorpori noves maneres de treballar de manera col·lectiva, transversal, i aposti pel que els anglesos anomenen *coworking*, ja no és tan comú. Grup Idea és una empresa que es dedica al que ells anomenen *arquitectura corporativa*, "un terme fàcil d'entendre però difícil d'explicar", diu Lluís Saiz, soci d'Idea. Això els porta a fer des d'una botiga de Nike, premiada per l'ús del vidre, a un *show room* per a IBM i un *call center* del RACC. En realitat, al voltant d'Idea hi ha un munt de serveis a les empreses, d'enginyeria a seguiment d'obres, de *management* a reformes, sense oblidar, és clar, l'arquitectura.

El coneixement es pot distribuir en xarxa; per què no som capaços de treballar així?

Estem a la seva seu, al costat de Via Laietana, un edifici singular. De fet, l'arribada a aquest palauet va marcar el punt d'inici d'un canvi estructural que fa d'Idea un estudi atípic. En el seu despatx conviuen els arquitectes i enginyers de l'empresa amb altres que lloguen taules i serveis. Són professionals que es dediquen a fer *renders*, disseny gràfic, publicitat o informàtica. "Vam pensar que valia la pena incorporar tota la capacitat creativa d'aquestes persones amb qui compartim l'espai", m'apunta Miquel Àngel Julià, membre d'Idea i responsable d'Idea Lab. Idea Lab és una secció d'Idea que intenta explorar més enllà del dia a dia i trobar noves maneres d'establir processos de treball. "Abans, quan treballàvem de manera lineal, ens anàvem passant el projecte entre dues o tres persones; ara poden intervenir-hi de manera simultània fins a vint-i-cinc. Òbviament, hi ha molta més feina per establir paràmetres de treball, però alhora els resultats són més incerts i, per tant, a vegades més interessants".

Llavors va arribar la crisi, i encara que a Idea ja havien començat els canvis, van haver d'adaptar-se a la nova situació. "Nosaltres treballem molt per a entitats bancàries. Quan em pregunten com han de ser les no-



Seu d'Idea; a sota a l'esquerra, Idealoft (+Idealab) i, a la dreta, Ideacoworking

ves sucursals els dic que posin una persona a l'entrada demanant perdó a tothom que hi entri. Alguns bancs han entès que s'ha acabat el cicle en què la gent sentia respecte, fins i tot por, en anar al banc, ara la gent va al banc si no li queda més remei". Li pregunto per aquesta nova tendència que diu que la gent no compra coses, compra experiències. "Quan tenim productes o serveis molt similars a tot arreu, el que et fa decidir

per anar a un lloc o a un altre és la vivència quan ets a la botiga". I quin paper pot tenir l'arquitectura en aquest nou paradigma de consum? "Nosaltres hem de posar el camp de joc i hem de fer que sigui el més flexible possible, perquè la gent el que busca a les botigues és el tracte humà". Alhora, la mateixa crisi és la que els ha portat a intentar rendibilitzar els espais propis d'Idea. I arran de cedir espais apareix el *cowor-*

king. "A vegades deixem l'espai polivalent a canvi que qui ve comparteixi part de la seva experiència, sigui en el camp que sigui", apunta Lluís. Això suposa que la gent que treballa a Idea s'ha tornat més flexible i que els equips de treball es creen per projectes i no per disciplines.

Surto d'Idea i vaig a fer un cafè. M'agraden els llocs on quan entres et saluden, en Lluís m'ha dit que en els bancs hauria de passar el mateix. Mentre fullejo el diari veig que, realment, estem fotuts, no cal negar-ho, però alhora seguim necessitats d'un lloc per treballar. Idea és alhora un generador de sinergies i de noves oportunitats de feina. Però, sobretot, el que sembla més suggerent és la transversalitat i el creuament disciplinari. I un concepte tan allunyat del que entenem com a corporatiu com és el troc. D'alguna manera penso que estudis com els que acabo de veure estan explorant el que en diuen la *intel·ligència col·lectiva*, el *capital col·laboratiu* o el *banc del temps*. La gent deixa de relacionar-se a partir dels diners per intercanviar experiència. I no parlo d'experiments sociològics al marge del mercat. El coneixement té la facultat de poder-se distribuir en xarxa, com internet. Per què no som capaços de treballar d'aquesta manera?

Decideixo fer-los una visita d'aquí a un temps per veure com aquestes estructures, tipus *wiki*, han generat resultats. Tinc molta curiositat per saber si els projectes que surtin d'aquí respiraran aquesta nova manera de fer. I, sobretot, si els clients seran capaços d'entendre-ho. Em quedo amb la seva resposta quan els he preguntat quin canvi ha suposat per a l'arquitectura corporativa la crisi: "Pensar, pensar molt. Si abans es repetien fórmules sabudes amb més pressupost i arquitectes de renom, ara s'està recorrent a experts en sociologia, sostenibilitat, etcètera". Vaja, que abans feien vestits i ara fan barrets. Abans es guarnia el cos i ara es protegeix el pensament. No em sembla un mal pla, tant de bo la crisi servís per a això.*



Arquitectura