



LINEAS ROJAS

Aplicación y estudio de la figura del cliente en el ámbito docente

Detrás de un buen proyecto, siempre hay un buen cliente.

Líneas rojas: Aplicación y estudio de la figura del cliente en el ámbito docente.

Un proyecto arquitectónico se podría definir como un sueño compartido entre el cliente y el arquitecto, un camino por el que el arquitecto guía y acompaña al cliente a través de las distintas fases, desde las ideas iniciales a los últimos detalles. Cuando los intereses del cliente y los del arquitecto confluyen, el proyecto se desarrolla de forma satisfactoria para ambas partes. Para que esto se produzca, a lo largo de todo el proceso el arquitecto debe saber escuchar al cliente, entenderlo y comprenderlo de forma honesta y activa, siendo capaz de que el proyecto no solo absorba las necesidades del cliente, sino que mejore y gane interesante.

Sin embargo, en la práctica, son muchas las ocasiones en las que las prioridades del arquitecto y su cliente difieren, viéndose confrontados normalmente inputs cómo:

INPUTS DEL CLIENTE

- Economía/beneficio
- Comodidad
- Esquemas estándares/convencionales
- Gusto propio.
- Referencias descontextualizadas

INPUTS DEL ARQUITECTO

- Inserción en el lugar
- Recorrido/Promenade/Acceso
- Espacialidad/Relaciones espaciales
- Luz/Penumbra/Sombra
- Escala/Proporción
- Materialidad
- Paisaje

En mi experiencia como arquitecto, he podido comprobar la importancia del equilibrio en la relación entre el arquitecto y el cliente, y cómo la habilidad del arquitecto para armonizar sendos intereses, puede determinar el éxito o el fracaso de un proyecto. Por un lado, trabajando en un estudio pequeño en Londres, que recibía sus primeros encargos, puede observar, como, a pesar de las buenas intenciones del arquitecto, los proyectos se veían mermados, deformados y mutilados a causa de las presiones de los clientes, que eran, en la mayoría de los casos, promotores inmobiliarios. En este caso, el arquitecto, carecía de los recursos y las habilidades para, por un lado, defender el proyecto y sus virtudes y por otro, negociar las medidas a aplicar.

Por otro lado, trabajando actualmente en Olot, en un estudio consolidado y con una larga trayectoria, he podido observar como la relación con cliente también sigue siendo un factor determinante en la evolución de un proyecto. En este caso, he podido comprobar, como, tanto la experiencia de los arquitectos como su autoridad y carisma, les permite, en el caso de discrepancias con el cliente, ser capaces de llegar a un punto en los que ambas partes estén cómodas y conformes, y así poder progresar. En los casos más extremos, el arquitecto define sus líneas rojas, los límites establecidos que aseguran que la esencia del proyecto se conserva y no se desvirtúa. En este caso, el arquitecto se hace consciente de la entidad del proyecto y su esencia original, pudiendo llegar a ceder en todo aquello que quede fuera de estas líneas rojas. El compromiso con estas líneas rojas es absoluto hasta el punto que si se vieran traspasadas, el arquitecto se plantearía abandonar el proyecto, o replantearlo desde el origen, con una nueva base original y unas nuevas líneas rojas.

Sin embargo, a pesar de que la figura del cliente condiciona tanto el ejercicio de la profesión, en el ámbito docente está totalmente obviada. Los estudiantes de arquitectura aprenden a proyectar y desarrollar habilidades proyectuales al margen de esta realidad. Por tanto, no es extraño ver arquitectos recién licenciados con capacidades muy limitadas para lidiar con clientes, y frustrados viendo como la forma libre y utópica de proyectar que han adquirido en la carrera, no se acerca a la realidad que afrontan. Es desde las escuelas de arquitectura, donde debería empezar a tomar contacto con esta parte de la profesión, y así empezar la vida profesional, lo más preparados posibles. El reto de incluir la figura del cliente en una clase de proyectos puede parecer difícil puesto que, siendo un ejercicio hipotético, no implica cargas emocionales y económicas reales. Sin embargo, aunque difícil, también es necesario.

Por tanto, el objetivo de esta investigación es el de desarrollar y testar un método teórico-práctico que incorpore la figura del cliente dentro de la docencia de las escuelas de arquitectura. A través de esta metodología se busca que el alumno adquiera:

- Perder la “sordera arquitectónica”. Aprender a escuchar, entender y comprender al cliente honestamente y no oír solo lo que se quiere oír.
- La capacidad de explicar su proyecto a una persona que pueda desconocer conceptos y vocabularios propios y específicos de la arquitectura, de una forma behement, comprensible, apasionada, que consiga vender una idea de proyecto.
- La habilidad de negociar medidas y exigencias.
- La agilidad para responder dudas y comentarios del cliente, y proponer, si es necesario, otras soluciones en el transcurso de las reuniones.
- La flexibilidad necesaria para adaptar las exigencias del cliente a su proyecto, consiguiendo, no sólo que el proyecto no empeore, sino que adquiera todavía mayor interés y complejidad.
- Recursos para discenir y establecer las líneas rojas de su proyecto.

Para el desarrollo de la investigación se requerá la colaboración de la facultad de arquitectura de la Universidad de Columbia, puesto se pretende testar de forma práctica la figura del cliente dentro de la docencia. En una clase de Proyectos Arquitectónicos, con alrededor de 15-20 alumnos, se planteará un programa igual para todos y se les asignará un cliente:

- Alumnos: Estudiantes de arquitectura de cuarto o quinto año, que ya hayan adquirido cierta madurez arquitectónica, y ya tengan habilidades para proyectar.
- Programa: Vivienda unifamiliar entre 200-250 m² en una parcela cercana a New York (a establecer)
- Cliente: Se asignará un cliente cada 3 alumnos, de forma que el cliente valorará y podrá comparar tres propuestas diferentes. Se necesitará un total de 6-7 clientes. Se buscará tener un espectro amplio de la sociedad representado en los clientes (diferentes edades, profesiones y realidades socio-económicas). Los clientes no podrán ser otros alumnos de arquitectura, profesores de arquitectura, o arquitectos. Para obtener la colaboración de la figura del cliente, se publicará desde la Universidad un anuncio público para colaborar en el proyecto de investigación, del cual se valorarán y aceptar los mejores candidatos. En el caso de que no hubiesen los suficientes interesados, se podría recurrir a personal no docente de la universidad. Los “clientes” serán monitorizados, y se les dará tres premisas:
 - La vivienda será su única vivienda.
 - La vivienda deber contemplar no su necesidades actuales, sino también las posibles necesidades en los próximos veinte años.
 - Adquirirán una hipoteca para costear la vivienda (Cuantía a establecer según la realidad socio-económica del “cliente”.

Las fases del proyecto serán:

Fase 1:

Duración: 8 semanas

Descripción: En esta primera fase el alumno tendrá una gran primera y única reunión, en la que podrá conocer al cliente, preguntarle sobre sus necesidades y exigencias, comprender su realidad socio-económica, y entender cuáles son sus sueños y expectativas para esta vivienda. Después de esta entrevista, desarrollará el proyecto, sin entrevistarse más con el cliente, únicamente con las correcciones habituales de la asignatura. Durante esta fase, el estudiante desarrollará el proyecto hasta llevarlo al nivel de "anteproyecto". Tanto en la entrevista con el cliente, como en el desarrollo del proyecto en aula, yo estaré presente para hacer registro del primer acercamiento al cliente, preguntas hechas, valoraciones sacadas, así como el posterior desarrollo del proyecto. Esta fase es esencial, puesto que el alumno deberá recoger todos los "inputs" del cliente para elaborar su idea de proyecto, así como aplicarlos en el desarrollo del mismo. Al final de esta fase, se establecerá una entrega del proyecto que será valorada y guardada.

Fase 2:

Duración: 12 semanas

Descripción: En esta fase el alumno retomará el proyecto, y lo seguirá desarrollando, esta vez, con reuniones con el cliente cada dos semanas. En estas reuniones, en las que yo estaré presente, el alumno deberá explicar el proyecto al cliente, conocerá su opinión, su valoración, y escuchará sus demandas y peticiones de cambios. En su mano estará negociar con el cliente las medidas a incorporar, y la habilidad para aplicarlas al proyecto sin que su proyecto empeore. Al mismo tiempo que va adaptando el proyecto a la visión y exigencias del cliente, deberá ir desarrollándolo hasta el nivel de proyecto básico, para lo cual también deberá contar con la opinión, gustos y necesidades del cliente. En esta fase, los alumnos deberán ser capaces de definir sus líneas rojas, y defenderlas en beneficio del proyecto. En esta fase, también estaré presente tanto en las entrevistas con los clientes como en el desarrollo para tomar registro de los avances en la metodología. Al final de esta fase, se establecerá una entrega del proyecto.

Durante esta fase se impartirán tres clases teóricas:

- Buenos proyecto, grandes clientes: Dónde se explicará proyectos construidos (vivienda en particular) donde la relación del arquitecto con el cliente fue esencial para alcanzar una gran obra de arquitectura.
- El arquitecto como cliente: Dónde se explicarán proyectos (vivienda propia en particular) donde el cliente es el propio arquitecto.
- Antes vs. Después: Se explicarán proyectos (sobretudo concursos de arquitectura) en el que resultado final construido dista, para bien o para mal, de la propuesta planteada en el concurso.

Estas clases serán preparadas e impartidas por mí, y formarán parte de la investigación.

Fase 3:

Duración: 4 semanas.

Descripción: En esta última fase, ambos proyectos, el recogido en la fase 1 y el recogido en la fase 2, se expondrán de forma que puedan ser evaluados y comparados. De estas sesiones, se podrán sacar conclusiones del proceso, tanto de los alumnos como de los clientes. Durante esta fase, me entrevistaré con alumnos, clientes y profesorado para tomar registro de impresiones, experiencias, y valoraciones finales, que recogeré junto con todos los datos y progresos del proceso.

Teniendo esto en cuenta, los dos objetivos principales serían, por un lado, verificar si un programa docente en el que la figura del cliente se ha incorporado, es posible y útil para el aprendizaje de los estudiantes, y por otro, en el caso de que así sea, elaborar una hoja de ruta para que este programa pueda ser incorporado al resto de escuelas de arquitectura.

Detrás de un buen proyecto, siempre hay un buen arquitecto.