

Manuela Crespi, directora de Manumau Visual Design

## “L’empresa és la meva vida, però no és la meva esclavitud”



**N**o m’agrada parlar en condicional, perquè tot es pot fer”. Manuela Crespi (Roma, 1972), aparentment fràgil però de mirada intensa i decidida, pronuncia aquesta frase entre rialles. Inconscientment, ha resumit la seva màxima vital, ja que la tenacitat ha marcat la trajectòria d’aquesta arquitecta que, amb poc més de 30 anys, dirigeix Manumau Visual Design, empresa de la qual és fundadora i una de les poques a Catalunya especialitzada en representacions i animacions d’espais naturals i arquitectònics en 3D.

Quan estudiava arquitectura a la seva Roma natal ja sospitava que el seu futur no es limitaria a fer plànols, sovint ensopits i sense vida. I és que viure al país de Miquel Àngel, Modigliani o Giacometti imprimeix una sensibilitat especial. “Sempre he tingut inquietuds artístiques”, reconeix la jove emprenedora. Després de passar per diversos despatxos d’arquitectes, va descobrir que les representacions en 3D conciliaven la seva formació i la seva passió, i li permetien transformar plànols avorrits en un quadre de realitat virtual que podia mostrar des d’un pis, amb tots els detalls de distribució, fins a un bloc d’oficines, un complex hotelier o un barri sencer.

Tant Crespi com el seu marit Maurizio Sole, també arquitecte, van intuir les possibilitats que oferia aquesta tècnica, una disciplina molt estesa al Regne Unit i als Estats Units, en mercats verges com Itàlia o Espanya. Així, al final del 2005 la parella, que ja feia set anys que vivia a la capital catalana, va fundar Manumau Visual Design i, des d’un petit estudi dins del viver d’empreses de Barcelona Activa que fa poc han canviat per un de més gran, van començar una cursa de fons per donar a conèixer el seu producte. Des d’un principi, Crespi s’hi va sentir com peix a l’aigua: “A més de l’art, m’agraden els números”, diu. De moment, les xifres són modestes –la facturació del 2006 va ser de 27.000 euros–, però els ulls de Manuela Crespi ho diuen tot: la tenacitat sempre guanya.

Des del seu estudi a Barcelona, Manuela Crespi està immersa en una cursa de fons per impulsar entre les empreses la tècnica de les representacions i animacions en 3D

**“POTSER EL PRINCIPAL OBSTACLE DEL NOSTRE SECTOR, MOLT NOU, ÉS LA Poca PREDISPOSICIÓ DE MOLTES EMPRESES A ENTENDRE LA IMPORTÀNCIA DE LA IMATGE VIRTUAL COM A COMPONENT DE MARCA. PER EXEMPLE, D’UNA PROMOCIÓ IMMOBILIÀRIA”**

### **Empresària als 33 anys. Atrevida?**

Va ser una decisió meditada. Es tractava, per una banda, d’una qüestió d’oportunitat, perquè és un sector encara per explorar, i, per l’altra, d’una qüestió de caràcter. Sentia que el món laboral em quedava petit. És cert que és difícil tirar endavant perquè mai no saps què passarà l’endemà, però això m’il·lusiona, també. A més, m’obliga a estar al dia, a fer una feina d’investigació constant per oferir el millor.

### **Va demanar un microcrèdit per començar el negoci. Quina valoració en fa, d’aquest sistema de finançament?**

Va ser una gran oportunitat, però, en el nostre cas, insuficient, i vam haver de completar la inversió inicial amb diners propis i de familiars. Els microcrèdits ajuden, sobretot pel que fa l’autoestima, perquè són un suport, però no sé si s’adapten al nostre tipus de negoci, per exemple. Per això, el que s’està intentant ara en els crèdits per a inversions és trobar el forat existent entre els 15.000 i els 100.000 euros.

### **Les dones són el col·lectiu que més sol·licita microcrèdits per engegar empreses. A què ho atribueix?**

A diversos factors. Hi té a veure la cultura d’Espanya. En general, als països llatins és una assignatura pendent donar més espai a la dona. A països com Suècia, per exemple, ja ho tenen superat i estan tornant a donar importància al paper de la dona com a mare, però nosaltres encara no hem aconseguit la fase prèvia. És per això que les dones espanyoles s’estan bolcant ara al món laboral. En el meu cas, s’hi suma que he tingut com a referent la dona dels vuitanta, treballadora, independent i autosuficient.

### **El fet de ser dona, jove i estrangera, i tenir un esperit emprenedor van ser els factors pels quals el 12 de març passat va rebre un dels premis a la dona emprenedora que atorga anualment la FIDEM. Quina valoració en fa?**

No me l’esperava, i fins al dia de la presentació dels guanyadors no vaig entendre per què me l’havien donat. El premi és una aposta sobretot generacional. El meu perfil –tinc poc més de trenta anys, un currículum sòlid i vinc de fora– representa les noves emprenedores. A efectes pràctics,

en un món en què costa molt trobar vies de publicitat efectives, el premi m’ha servit per tenir una certa visibilitat.

### **Així, no creu que, en el context actual empresarial, el fet de ser dona, jove i estrangera sigui un fre?**

No. És un mateix qui es crea barreres.

### **Un dels seus objectius era conciliar la vida laboral i familiar. Ho ha aconseguit?**

Estic les 24 hores del dia amb el meu marit i no tenim fills. Tot i així, l’empresa és la meua vida, però no és la meua esclavitud. Si m’he posat en aquest projecte és perquè m’ajuda a ser lliure. En aquest cas, ser lliure vol dir també ser responsable.

### **Quin ha estat el principal obstacle que ha hagut de superar en l’any i mig que fa que va crear Manumau?**

Potser el principal obstacle del nostre sector, molt nou, és la poca predisposició de moltes empreses a entendre la importància de la imatge virtual com a component de marca. Per exemple, d’una promoció immobiliària.

### **Per què un empresari de la construcció ha de crear marca si el seu producte es ven sol?**

Això és el que es pensen molts. Però ara a Espanya, per exemple, amb els escàndols de la construcció i l’especulació immobiliària, moltes empreses contempen la necessitat de crear una marca que es relacioni amb una imatge positiva, que les vinculi amb la qualitat. I aquí el nostre paper és molt important.

### **Les representacions virtuals són, doncs, nous instruments per fer front a la crisi del sector immobiliari?**

Ara, el sector es troba en una fase de desacceleració i la tècnica 3D li faria vendre més. Però és que no es tracta només d’una qüestió de quantitat, sinó de qualitat: de la mateixa manera que en el món de la publicitat no pots anar amb una fotocòpia en blanc i negre, arribarà un moment que per vendre un pis no podràs anar només amb un plànol. Les persones fan hipoteques a les quals destinen

tot el seu sou. Per tant, has d'aconseguir fer-los somiar.

### **I es pot fer somiar també quan es tracta de vendre una ciutat?**

Absolutament. Li va passar a Londres. Tota la imatge de la ciutat s'ha renovat en els últims anys al voltant d'una atracció, el London Eye. Abans del 2000 es van fer moltes imatges virtuals i, quan només hi havia plànols i obres, ja s'estaven venent conceptes com modernitat, avantguarda o cosmopolitisme.

### **Al mercat anglosaxó existeix la figura de l'especialista o persona responsable de les representacions dels projectes arquitectònics. Què passa a Espanya?**

Els països anglosaxons tenen la tradició centenària de *representar* els projectes, aspecte que el mercat llatí no ha incorporat fins fa ben poc. Com a conseqüència, aquí hi ha encara un problema de professionalització. Per exemple, es pensa que tots els que surten del món de la informàtica o que han fet algun cursset poden fer *renders* (representacions estàtiques). Nosaltres reivindicuem que cal venir del món de l'arquitectura.

### **Ha pensat aprofitar l'auge de les 3D i la realitat virtual que s'està donant en l'àmbit de l'oci per entrar en aquest sector?**

Quan em pregunten què faig, sempre dic: recreacions d'espais virtuals 3D. Això pot tenir moltes sortides, no només en l'arquitectura. Precisament, ara estem buscant àngels inversors que vinguin del món de la publicitat, un sector que hem pensat que podria donar sortida a la nostra feina. Però tot just ho estem estudiant perquè tampoc no volem entrar en un àmbit massa especialitzat ni dispersar-nos més del necessari.

### **Arquitecta, artista, empresària. On rau la seva veritable vocació?**

En el negoci, per mi no hi ha vocació. És cert que sóc artista, creadora... Però si vols treure'n profit econòmic, no has de tancar les portes a res ●



## La fi de les maquetes

Fins ara, els espais arquitectònics es reproduïen en maquetes de guix que semblaven tretes de ciutats de joguina. En canvi, amb les representacions virtuals es creen bocins de realitat cada cop més complexos. Les eines utilitzades són la tecnologia punta i unes ments creatives capaces de treure'n el màxim profit, com les de Manuela Crespi i Maurizio Sole, socis de Manumau Visual Design. Tan reals com una fotografia són les estacions de tren que ha reproduït aquesta parella per als promotors del TGV a Itàlia. O més encara, el disseny totalment inventat d'una ciutat del futur que els va fer guanyar un concurs de la revista anglesa *3D World*.

Si la tecnologia s'ha de convertir en l'element diferenciador de l'empresa catalana, cal apostar fort. Per això, el tàndem Crespi-Sole ja ha ultimat una eina, que anomenaran Real Time, que els permetrà jugar amb la interactivitat. Així, l'usuari podrà fer passejades virtuals per les instal·lacions i, fins i tot, configurar allò que l'envolta canviant-li el material o el color. El desenvolupament d'aquesta aplicació arriba en un moment en què Espanya comença a ser receptiva a empreses com Manumau.

I és que molts concursos internacionals ja inclouen a les bases l'obligació de presentar els projectes acompanyats d'una representació en 3D. Per tant, "si els petits despatxos volen competir amb els grans d'arreu del món hauran de presentar bones imatges", defensa Crespi, que ha vist com alguns dels seus treballs s'introdueixen en nous àmbits, com el de les presentacions de ciutats candidates a convertir-se en seus d'esdeveniments. Un dels últims projectes ha estat una animació per al concurs d'espectacles de l'Expo de Saragossa. Té una durada de 30 segons i va costar uns 10.000 euros. Un preu raonable, tenint en compte que les aparatoses maquetes de guix poden ser cinc vegades més cares. I mil vegades més limitades.

SÍLVIA RIERA / FOTOS: OJO X OJO