

El espacio de trabajo y la Generación “Y”

Ariana Bekerman (*)

Fecha de recepción: agosto 2012

Fecha de aceptación: octubre 2012

Versión final: diciembre 2012

Resumen: La Generación “Y” ha traído consigo cambios en casi todos los aspectos de la vida: la tecnología, la cultura, la música, la educación, el trabajo. Esto ha afectado también al Diseño de Interiores, y los parámetros a tener en cuenta al proyectar un espacio laboral para ser habitado por la nueva generación.

Palabras clave: Diseño de interiores - trabajo - generación y - oficina - tecnología - flexibilidad - movilidad.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 198]

El Diseño de Interiores en los espacios de oficinas del siglo XXI

Existe un evidente cambio en los paradigmas del ambiente laboral. Empresas como Google, Capital IQ y Accenture generan transformaciones estructurales en su infraestructura, dinámica y comunicación interna. ¿Qué produce que empresas que encabezan sus rubros realicen cambios tan dramáticos? La respuesta es más sencilla y más compleja de lo que parece: la gente. Los nuevos potenciales empleados de las empresas pertenecen a una nueva generación con características distintas a quienes se venían contratando hasta ahora. Son la generación Y, nacidos entre 1980 y 2000, quienes están adentrándose en el mundo laboral.

La generación Y son los hijos de la generación de la post guerra, llamados *Baby Boomers*, debido al estallido de nacimientos después de la segunda guerra mundial (Molinari, 2011). Fueron criados de forma participativa y con un alto nivel en la toma de decisiones, dado que sus padres los criaron como a ellos les hubiera gustado ser criados. Valoran las capacidades diferenciadas, las elecciones vocacionales y todo tipo de participación.

Es una generación que está inmersa en información las 24 horas del día, conectada a medios de todo tipo, y están habituados a ser bombardeados por noticias violentas y extremas constantemente. Atravesaron el atentado del 11 de septiembre, el huracán Katrina, tsunamis, en vivo y segundo a segundo. Debido a todo esto, y sumado a las distintas crisis económicas que han visto atravesar a sus padres, esta generación busca el disfrute, el momento, el placer y la diversión, en todos los factores de la vida. No se disocia. Molinari (2011) define a la Generación Y como impaciente, innovadora, eficiente, escéptica, resiliente, espontánea, tolerante, amante de la justicia y valoradora de las relaciones personales.

Esta generación tiene parámetros completamente distintos a la hora de elegir un trabajo que sus padres. Estos parámetros los aplican a todas las áreas de su vida, ya que para ellos la vida deja de ser una dualidad, estudio-trabajo, casado-soltero, bien-mal, para pasar a ser una existencia integrada. En esta variedad de grises, todos los engranajes son necesarios para que la vida funcione, pero ninguno es más importante que otro, ni se superponen en sus funciones.

Bajo este razonamiento el trabajo pasa a ser un aspecto más de sus vidas. Éstas se manejan bajo criterios de in-

formalidad, redes, flexibilidad y movilidad.

Laboralmente estas variables se están viendo aplicadas a la dinámica de trabajo. La informalidad se ve en la vestimenta, el trato cotidiano, el tipo de reuniones descontracturadas, entre otras cosas. Los grupos de trabajo son cada vez más comunes, diferentes grupos para diferentes tareas, creando redes, incluso internacionales, gracias a internet.

La flexibilidad se observa en el uso de los tiempos. El llamado *flexitime*, donde se puede cumplir la jornada de ocho horas de 8 a 17hs, de 9 a 18hs, o de 10 a 19hs, con almuerzo intermedio de una hora. La movilidad muchas veces es una consecuencia, más que una iniciativa. La generación Y se mueve de trabajo o de puestos acorde a su interés, quiere experimentar.

Todas las nuevas dinámicas y variantes comunicacionales que se están aplicando, también se pueden traducir al espacio. Cambios en el Diseño de Interiores de los espacios laborales como traducción de las nuevas necesidades de los empleados Y.

El primer cambio que se observa es el referente al trabajo como parte de la vida. Los espacios de oficinas ya no son más cuestiones aisladas. Tienen un vínculo con el exterior, incluso con otras actividades. Se comienza a ver la integración con espacios verdes, salas de recreación o dispersión, y elementos de mobiliario y decoración que no hacen referencia a la oficina tradicional. Los límites entre el trabajo y el no trabajo comienzan a difuminarse eliminando barreras formales que denotan aislamiento y disociación del resto de la vida diaria. Se puede asociar esto con la aplicación cada vez mayor de materiales como el vidrio, los policarbonatos, acrílicos y resinas como la línea *3form*.

Los códigos informales, característica desestructurada de la generación Y, se observa en el *brandscaping*, es decir, en la identidad de marca aplicada al espacio laboral. Se ven los elementos gráficos deconstruidos para integrarse en la espacialidad. Tomando el ejemplo de Google, se ven los colores institucionales por un lado, aplicados al espacio y al mobiliario, las curvas llevadas a la fluidez espacial, y los valores de la empresa también traducidos en porcentajes de espacios cerrados y abiertos, espacios verdes, tipos de géneros utilizados, superficies, entre otros. Se ve mobiliario de autor, como el de *Vitra*, mobiliario no tradicional como los pufs o fiacas, y géneros pesados de tapicería, como brocados y

madrass, en las salas de reunión o de espera del cliente. La horizontalidad es una característica que se opone a la jerarquía tradicional empresarial. Las pirámides comienzan a ser más bajas y de base mayor. Dando como resultado puestos de trabajo con las mismas responsabilidades pero con distintas funciones. Grupos multidisciplinarios e intercambio, esto llevó a plantas libres. Espacios donde los grupos de trabajo pueden armarse y desarmarse, donde se pueden intercambiar lugares y donde los jefes son parte de la zonificación. Los accesos son abiertos y fluidos, la socialización pasa a ser parte del diseño de las plantas. Las instalaciones e iluminación se piensan también en función de constantes cambios. Las visuales son libres, los elementos transparentes y translúcidos dividen zonas sin aislar por completo. Los grupos y redes pasan a ser un ítem fundamental. Los espacios comienzan a pensarse en función grupal. Salas de conferencias, salas de reunión, salas de esparcimiento, salas comedor. Las mesas redondas u ovaladas son el centro de estos lugares donde todos los integrantes son iguales ante el conjunto. También se piensa en grupos a distancia, como las salas de videoconferencia. Los países ya no son un límite para cumplir objetivos y realizar encuentros, programas como *Skype*, *Hangout*, e intercomunicadores internos facilitan esta tarea. Por otra parte están las salas destinadas a la creatividad, salas sin tecnología, calmas, con colores e iluminación similar al exterior, realizadas a través de estudios en neurociencias, para despertar el potencial creativo de los empleados. La flexibilidad y movilidad son dos conceptos que vienen de la mano. La flexibilidad permite que el mobiliario se adapte y la movilidad que los datos sean transferibles. Por lo cual se puede trabajar en el cubículo, en el pasillo, en el parque, en la casa, o en donde uno esté. El *wi-fi* permite la conexión con los grupos de trabajo y la tecnología de guardado de datos cada vez con mayor capacidad, llevarlos a cualquier parte. Esto permite adaptar recursos existentes a la gente, y la movilidad y pasaje de herramientas a quien las necesite. Esto fomenta el reciclado, la refuncionalización y la sustentabilidad. Empresas como Knauf integran en sus materiales tecnologías placas acústicas, ignífugas, sanitarias, e incluso parámetros de sustentabilidad de normas *LEED*, y accesorios como *routers wi-fi*.

La diversidad y la adaptabilidad son virtudes para esta generación. Cada persona requiere espacios diferentes con características diferentes, formas, colores, tecnología. La posibilidad que brindan los nuevos espacios de trabajo, adaptables y flexibles, generan mayores posibilidades de captación a personas con distintas necesidades y formas de trabajo. El espacio de trabajo no se constituye sólo por los arquitectos y diseñadores de interiores, sino que también por la gente que habita ese espacio, que se construye y se deconstruye a través de sus integrantes. Las necesidades de proyectos, grupos y objetivos generan nuevos espacios y formas de habitar. La generación Y vive su ambiente laboral integrado a todo en su vida, por ende el espacio debe integrarse también. Debe ser confortable y disfrutable. El Diseño de Interiores evoluciona junto al avance generacional. Los espacios se proyectan y organizan en

torno a las nuevas necesidades culturales y sociales, y los espacios laborales de oficinas no son la excepción. Es importante para los interioristas tener en cuenta las características de la nueva generación, y sus preocupaciones sociales y ambientales, a la hora de proyectar y realizar una búsqueda de materiales y funciones. También es importante el manejo interdisciplinario para poder compartir con los diseñadores gráficos la aplicación de la imagen de marca en el espacio, o *brandsapping*, de formas nuevas y distendidas, para fomentar la pertenencia y el concepto de grupo.

El espacio de trabajo no puede ser visto más como un hecho dissociado al resto del día. Tiene que adaptarse al flujo constante y cambiante de la generación Y. Para esto deben incorporarse los conceptos de movilidad y flexibilidad desde la etapa de primeros bocetos, y mantenerse hasta los últimos detalles de obra.

El espacio de oficinas ya no puede ser proyectado para mantenerse igual al momento que se entrega la obra, sino que se debe entender que mediante el uso irá cambiando, y se irá adaptando a las distintas personas que lo habiten. A diferencia de una vivienda, la rotación laboral es cada día mayor, los espacios deben ser plausibles de cambios, y los diseñadores deben abrazar el concepto de adaptabilidad. Un buen proyecto de espacio laboral ya no será aquel que pueda perdurar en el tiempo, y luego deba ser cambiado por el diseñador, sino aquel que pueda evolucionar en el tiempo junto a sus habitantes, sin la intervención directa del interiorista, porque éste ya lo pensó desde el comienzo.

Referencias bibliográficas

- Molinari, P (2011). *Turbulencia Generacional*. 2da Edición. Temas: Buenos Aires.
- Van Meel, J, Martens, Y, Van Ree, H. (2012). *Como planificar los espacios de oficinas*. Editorial Gustavo Gili: Barcelona.

Abstract: Generation Y has brought changes in almost every aspect of life: technology, culture, music, education, work. This has also affected the Interior Design, and parameters to consider when designing a work space to be inhabited by the new generation.

Key words: Interior design - work - "Y" generation - technology - flexibility - mobility - office.

Resumo: A Geração Y trouxe consigo mudanças em quase todos os aspectos da vida: a tecnologia, a cultura, a música, a educação, o trabalho. Isto afetou também ao Design de Interiores, e os parâmetros a ter em conta ao projetar um espaço de trabalho para ser habitado pela nova geração.

Palavras chave: Design de interiores - trabalho - geração "Y" - escritório - tecnologia - flexibilidade - mobilidade.

(*) **Ariana Bekerman:** Diseñadora de Interiores (Universidad de Palermo). Maestro Mayor de Obras. Profesora en la Universidad de Palermo en el Departamento de Espacios en la Facultad de Diseño y Comunicación.