

# AC

# ARQUITECTURA Y CRÍTICA

ARCHITECTURE AND CRITICISM

Fábrica de ilusiones: Coworking, arquitectura y la pacificación de la contracultura

Fecha Recepción: 4 julio 2018

*Factory of illusions: Coworking, architecture and the pacification of the counterculture*

Fecha Aceptación: 10 agosto 2018

PALABRAS CLAVE

Cowork | economías colaborativas | gentrificación | oficinas | trabajo

KEYWORDS

Cowork | Collaborative Economies | Gentrification | Offices | Labour

# Fábrica de ilusiones: Coworking, arquitectura y la pacificación de la contracultura

**Gonzalo Carrasco Purull**

Escuela de Arquitectura, Pontificia Universidad Católica de Chile

Santiago de Chile

[gcarrasp@uc.cl](mailto:gcarrasp@uc.cl)

## Resumen\_

Las tecnologías de la información y las comunicaciones, las economías colaborativas y las últimas crisis financieras han creado nuevas formas de organización de los espacios de trabajo, entre los cuales destaca el modelo de Cowork. Este sistema organizativo ha producido importantes transformaciones en los espacios de trabajo y en las ciudades, procesos que han venido a exacerbar las condiciones laborales de precariedad que afectan especialmente a las actividades vinculadas a la llamada industria cultural, incluyendo a la arquitectura, impulsando fuertes cambios en la organización de los espacios de trabajo y sobre las comunidades y barrios, y apoyando procesos de gentrificación. Se trata de un modelo que ha estado caracterizado tanto por el riesgo, la volatilidad y la incertidumbre económica como por la apropiación y la reificación de símbolos e imágenes provenientes de los principales movimientos contraculturales del siglo XX.

## Abstract\_

Information and communication technologies, collaborative economies and the latest financial crises have created new ways of organizing workspaces, among which the Cowork model stands out. This organizational system has produced important transformations in workspaces and in cities, processes that have exacerbated precarious working conditions that especially affect activities linked to the so-called cultural industry, including architecture, promoting strong changes in the organization of workspaces, communities and neighborhoods, and supporting gentrification processes. It is a model that has been characterized by both risk, volatility and economic uncertainty, as well as by the appropriation and reification of symbols and images from the main countercultural movements of the 20<sup>th</sup> Century.

OMA fue el modelo de espacio de trabajo más replicado por los despachos de arquitectura en la primera década del siglo. Este predominio duró hasta la gran crisis financiera del 2008, un hecho que afectó enormemente a los estudios de arquitectura europeos y norteamericanos, pero principalmente a los despachos de arquitectos jóvenes, quienes se vieron en la necesidad de encontrar, al igual que otros profesionales provenientes de la industria cultural, nuevas formas de organización para sobrevivir en un escenario marcado por la incertidumbre. Una de estas formas fue el *coworking*.

Si bien el concepto de *coworking* había sido acuñado por Brad Neuberg en 2005 (Foertsch & Cagnol, 2013), como fenómeno adquirió todo su potencial a la sombra de la última gran crisis financiera y el consiguiente surgimiento de lo que se ha llamado “consumo colaborativo” o “economía colaborativa”. Mientras Bernard De Koven había usado el término anteriormente como una alternativa a los sistemas jerárquicos de organización, Neuberg, a partir de su experiencia en el centro Spiral Muse de San Francisco, lo propuso como un modelo que pudiera reunir «la estructura y la comunidad de un trabajo de oficina y la libertad de un *freelancer*» (DeGuzman & Tang, 2011, p. 21).

Sin embargo, lo que hace que el modelo de *coworking* constituya una organización diferente al mero hecho de compartir espacios de trabajo radica en sus ideales y objetivos. En este modelo, al *freelancer* se le exige romper con las barreras de su aislamiento para encontrar, junto a otros emprendedores, el ambiente propicio para la generación de dos situaciones ideales: la sinergia y la serendipia colaborativa. Por una parte, se espera alcanzar la sinergia a través del potencial creativo que generaría la reunión de una comunidad de profesionales con intereses comunes, en un sistema de relaciones personales que promueve la horizontalidad y crea las circunstancias que posibilitan una mayor interacción, permitiendo tanto la retroalimentación y el surgimiento de nuevas posibilidades comerciales como el desarrollo de un proceso constante de aprendizaje que sustituya al tradicional modelo epistemológico basado en la especialización.

No obstante, si bien esos objetivos dados por las sinergias ya estaban presentes en otros sistemas de organización laboral, las promesas del *coworking* alcanzan su diferenciación en la búsqueda de la serendipia colaborativa, lo que lo acerca peligrosamente a prácticas predictivas carentes de evidencia. Definida como un hallazgo valioso que se produce de manera accidental o casual, la posibilidad de alcanzar fortuitamente un descubrimiento a partir de trabajar en un espacio de *coworking* es otra de las ideas audaces de la economía, la que se ha instalado a pesar de carecer de sustentación empírica. Esta fe en que el azar jugará a favor del surgimiento de una idea para un emprendimiento luego de beber un cappuccino junto a otros “creativos” o de asistir a la presentación de un emprendedor en formato *TED Talks*, es tanto el centro ideológico del modelo de *coworking* como su mayor fortaleza.

Asimismo, y de manera similar a otros productos de la economía colaborativa, el *coworking* encuentra posibilidades económicas en la administración de bienes privados que pueden compartirse, tal como ocurre con otros productos recientes del capitalismo de vanguardia (Uber o Airbnb, por ejemplo). No obstante, el *coworking* no es solamente una forma de usar un espacio de trabajo con gastos compartidos, sino que además es un estilo de trabajo que depende fuertemente de los espacios para facilitar nuevos contactos, oportunidades de negocio y colaboraciones formales e informales entre quienes comparten los recursos.

Esta fuerte dependencia respecto a los espacios ha venido a modificar el modelo que había popularizado OMA en los noventa, incrementando la dependencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones, así como las relaciones con los lugares donde estos espacios se emplazan. Predomina la variable espacial, que tal como subraya Martha Rosler «ha desplazado al tiempo como la dimensión operativa del capitalismo avanzado, globalizador y posindustrial» (Rosler 2017, p. 77), haciendo de la arquitectura de los entornos de *coworking* una pieza central en las sinergias que se espera construir. Por este motivo, no parece extraño que WeWork, el gigante del *coworking* global, haya anunciado en mayo que contrató a Bjarke Ingels como arquitecto en jefe de todas sus nuevas operaciones, tanto en Estados Unidos como

en el extranjero. Una elección que para Adam Neumann, cofundador y CEO de WeWork, resulta instrumental para que la compañía habilite sus edificios, comenzando por la antigua tienda de departamentos Lords and Taylor que ocupan en la Quinta Avenida. Neumann subraya la importancia de la arquitectura al señalar que «cuando comenzamos WeWork hace ocho años, sabíamos que el mundo no necesitaba otro edificio de oficinas, pero sí necesitaba espacios en los que las personas pudieran colaborar en proyectos, conectarse y crear juntos, y potencialmente cambiar el mundo» (Howarth, 2018).

Esta estrategia coincide en gran medida con las consideraciones arquitectónicas y urbanas que Richard Florida describió en su *best seller La clase creativa: La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*, donde pronosticaba cómo las ciudades del mundo serían transformadas por el surgimiento de

«un amplio grupo de profesionales creativos de los negocios y las finanzas, asuntos legales, servicios de salud y campos afines [que] se dedican a resolver problemas complejos que implican una importante parte de juicio independiente y requieren altos niveles de educación o capital humano» (2010, p. 35).

Esta clasificación consideraba un «núcleo supercreativo de personas en las áreas de la ciencia y la ingeniería, la arquitectura y el diseño, la educación, el arte, la música y el entretenimiento [cuyo] trabajo es crear nuevas ideas, nueva tecnología y/o nuevos contenidos creativos» (Florida, 2010, p. 35), descripción que resulta coincidente con los *freelancers* esperados en el modelo de *coworking*: diseñadores, programadores, arquitectos, editores, fotógrafos, publicistas, etc. Sin embargo, lo que define a esta clase creativa es, antes que nada, sus preferencias en estilos de vida y sus elecciones de consumo. De ahí que los espacios de *coworking* necesiten barrios proclives a ser transformados en función de estos objetivos de consumo, en el contexto de la ciudad entendida fundamentalmente como un conjunto de *amenities* o una "identidad" susceptible de ser rentabilizada, estrategia descrita por Sharon Zukin como un modo de revitalización urbana que

«aspira a una síntesis de arte e industria, o de cultura y capital, en la cual la diversidad es controlada, conocida e incluso utilizada. Pero primero, la aparente reconquista del núcleo urbano por parte de la clase media es en realidad una reconquista para los usuarios de la clase alta. Segundo, los centros de las ciudades se convierten en simulacros a través de lugares que han sido preservados y ornamentados en ese sentido (...) Tercero, los proyectos de revitalización que reivindican lo distintivo – sea por especificidad histórica o por atributos estéticos – se vuelven una parodia de lo único» (1982, p. xiii).

En Chile, la introducción de los espacios de *coworking* fue promovida por el gobierno de Michelle Bachelet, quien subsidió su creación, fijando como meta crear al menos uno de estos lugares por región. En ello se han involucrado instituciones como Corfo, que apoya a 26 *coworks* en el país. A partir de entonces el crecimiento ha sido vertiginoso, existiendo en la actualidad alrededor de 160 espacios de *coworking* en territorio nacional, la mitad de ellos en la Región Metropolitana (Tirado, 2018). Este escenario ha visto el desembarco de empresas de cobertura internacional como Regus, la ya mencionada WeWork, Urban-Station y Co-Work Latam (solo esta última ofrece seis mil metros cuadrados de espacios de trabajo). Junto a esta oferta se encuentran proyectos que incluyen desde experiencias pioneras (como la que ofrece IF Chile) hasta espacios administrados por empresas que provienen del mundo financiero o de las telecomunicaciones (el Work Café del Banco Santander, por ejemplo). Pero también han surgido muchos nuevos emprendimientos de diversa escala y complejidad, desde la oferta de espacios de trabajo y asesoramiento a proyectos *startup*, hasta espacios mínimos de *coworking* habilitados bajo el formato de *lounge* en cafés, pasando por instancias que ofrecen únicamente un lugar con servicios compartidos. Una simple mesa, una conexión WiFi y la provisión abundante de café aparecen como requisitos básicos para poner en funcionamiento *coworkings* en su versión chilena.

Estos emprendimientos comparten un denominador común: elegir con cuidado la localización, decantándose usualmente por emplazamientos que coinciden con la

distribución espacial de los altos ingresos en la capital, alrededor del eje Alameda-Providencia-Las Condes. Se agrupan en torno a enclaves de poder político y financiero, como el sector barrio cívico (Palacio de La Moneda-Bulnes) y el barrio Lastarria-Santa Lucía en el centro de Santiago. Mientras, al Oriente, antiguos barrios patrimoniales y distritos comerciales próximos a los cuarteles generales de los grandes grupos económicos han convertido a las comunas de Providencia y las Condes en las predilectas por las empresas de *coworking*. Así, estos espacios proliferan en el Barrio Italia, el sector de la Avenida Costanera Andrés Bello (entre las estaciones de Metro Salvador y Los Leones), así como alrededor del rascacielos Gran Torre Santiago, ícono del complejo Costanera Center. En Las Condes, dos importantes centros se hallan en el barrio El Golf y en torno al sector de Nueva Las Condes, enclave de negocios que desde la década pasada ha ido convirtiéndose en uno de los polos más activos de la economía local.

Como organización programática, los espacios de *coworking* requieren no solo de espacios de trabajo adaptables, sino también de espacios para eventos, talleres y zonas de descanso como cafeterías, entregando servicios a quienes pagan una mensualidad y a vecinos y empresas públicas y privadas que los utilizan en forma eventual. No obstante, estos espacios no son necesariamente flexibles en términos arquitectónicos, sino que gozan más bien de una flexibilidad económica. Es decir, se reconfiguran de acuerdo a las actividades que permite la tarifa contractual fijada<sup>(1)</sup>.

Por otra parte, los espacios para eventos, talleres y lugares de reunión también son determinantes para el modelo del *coworking*, ya que dan la apariencia de que siempre están "pasando cosas". Estos eventos cambian el modelo tradicional de la administración de estos lugares, ya que el modelo de rentista es reemplazado por el de gestor cultural.

Las actividades que allí ocurren determinan la relación que estos espacios establecen con sus entornos urbanos, reconfigurando lo que se entiende por espacio público.

(1) Por ejemplo, WeWork ofrece planes que van desde el arriendo de un piso o un edificio completo hasta el alquiler de un *hot desk*, es decir, un lugar de ocupación eventual. Obviamente, también ofrece alternativas intermedias, como oficinas cerradas convencionales e incluso escritorios en espacios compartidos.

Los espacios de *coworking* se transforman en lugares de acceso abierto mediante pago o, en su defecto, abiertos, pero con una ocupación intensiva de publicidad o *branding*. Para Zukin, estos son «eventos especiales en entornos agradables (...) que recrean la vida urbana como un ideal civilizado (...) [con] estrategias tanto sutiles como explícitas para fomentar la docilidad de un público que ya está habituado a pagar por una experiencia de calidad» (1982, p. 58).


Uno de los aspectos centrales para definir la arquitectura de estos espacios pasa por la creación de una atmósfera proclive a la innovación. Se busca un carácter que responda a una muy particular ampliación de lo que se entiende por creatividad. Respecto a esto, no se ha dado la suficiente importancia al rol que han tenido los discursos del *management* gerencial sobre el arte y la arquitectura (Boltanski & Chiapello, 2002). Y es que el *management* gerencial, esa especie híbrida de sociología, conductismo, filosofía y religión, más próxima a la autoayuda que a la economía como ciencia, es una de las formas ideológicas relevantes a la hora de evaluar el impacto del tardocapitalismo sobre las relaciones sociales y las transformaciones ocurridas en buena medida por la apropiación, resignificación y pacificación de diversas expresiones del arte radical. Según Rosler (2017), desde los sesenta se ha ampliado enormemente la cantidad de personas que se sienten artistas o que consideran que realizan actividades asociadas al arte o la creatividad. Para Zukin, por su parte, esta ampliación responde a una nueva visión del arte más bien como "un modo de hacer" antes que un "modo de ver" (1982). Lo que no solo trajo su codificación a una profesión que es posible enseñar, sino que también hizo surgir la promesa de que cualquiera puede ser artista, es capaz de resolver un problema complejo y puede llamarse "creativo" (Zukin, 1982). La creatividad dejó así de ser un asunto propio de visionarios para convertirse en una herramienta para sobrevivir en una economía fuertemente competitiva. Ahora es una práctica que puede ser enseñada en *workshops*, *talks*, *labs*, diplomados o universidades y que ha tenido en los espacios de *coworking* uno de sus *locus* ideales de incubación.

En este contexto de apropiación, la arquitectura ha dado forma a espacios proclives a este "El Dorado" que resulta

ser la serendipia colaborativa. Para alcanzar estos objetivos, ha tenido que trabajar desde la apropiación y pacificación de muchas ideas y espacios radicales de los movimientos contraculturales del siglo XX. Lo lúdico situacionista devino en ambientes *cool* o relajados; los movimientos de ocupación *punk* se transformaron en naves industriales *chic*; las comunas hippies y el arte *povera* se trocaron en ambientes de materiales reciclados. Pero, sobre todo, la apropiación se produjo a través del modelo de la Factory de Andy Warhol, un espacio sin utopía que, bajo el alero del Pop Art, daba pie a lo impredecible.

No obstante, el modelo de *coworking* parece estar viviendo tiempos difíciles, mostrando las primeras señales de sobrecalentamiento de una economía que tiene todos los visos de ser una "burbuja" a punto de estallar, fenómeno recurrente en el tardocapitalismo, sobre todo después del desastre de las empresas punto com. Es así como un gigante del *coworking* de la talla de WeWork presentó hacia el primer semestre de 2018 una deuda de 15.000 millones de Euros por concepto de alquiler (Cortés, 2018), aproximadamente 3.000 millones de Euros más que el PIB de Nicaragua (Cortés, 2018). Situación que, a pesar de los 4.000 millones de Euros inyectados por inversores privados y un crecimiento que ha llegado al millón y medio de metros cuadrados de espacio de trabajo disponible, no ha permitido reducir sus gastos (Cortés, 2018). En 2017, WeWork alcanzó pérdidas netas de 800 millones de Euros, viéndose en la obligación de comenzar una venta de bonos para conseguir liquidez (Cortés, 2018). Malas noticias que también llegan desde España, donde ya en 2016 el 38 por ciento de los espacios de *coworking* han tenido que cerrar, señal que la Encuesta Global de Rentabilidad de *Coworkings* del 2017 no ha venido más que a reafirmar, como demuestra el hecho de que el 60 por ciento de estos espacios no son rentables (Cortés, 2018). Estas cifras corren el velo de la ilusión implícita en este modelo, estrellándolo contra las dificultades de un negocio cuyos ingresos son variables, así como el volumen de *coworkers*, lo que lleva a una lucha constante por mantener los gastos fijos bajo control. En España solamente, el 40 por ciento de estos se destina únicamente a pagar el alquiler de los espacios (Cortés, 2018). Chile todavía está en el primer momento de euforia por este modelo, pero no es de extrañar que en el futuro próximo se experimenten efectos similares.

En tanto espacio arquitectónico y como futuro espacio de trabajo para arquitectos, el *coworking* se constituye en una de las últimas expresiones que ha tenido el capitalismo de vanguardia en su impulso por utilizar la cultura como medio a través del cual reproducirse, con consecuencias tanto urbanas como arquitectónicas, preparando los escenarios para la normalización de la precarización laboral en arquitectura y otras disciplinas de la industria cultural. Este proceso de reproducción ideológica recuerda lo advertido por el filósofo Maurizio Lazzarato en relación con el desarrollo de la empresa posfordista:

«Si no se ve ya la fábrica no es porque haya desaparecido, sino porque se ha socializado, y en este sentido se ha vuelto inmaterial: de una inmaterialidad que continúa de todas maneras produciendo, ¡con toda seguridad!, relaciones sociales, valores, beneficios» (2006, p. 63). 

#### REFERENCIAS

- BOLTANSKI, L., & CHIAPPELLO, È. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid, España: Akal Ediciones. Recuperado de <http://biblioteca.aranjuez.es/i18n/consulta/registro.cmd?id=100607>
- CORTÉS, J. (2018, julio 2). La burbuja del 'coworking': crónica de un negocio difícil. *El País (Edición Electrónica)*. Recuperado de [https://retina.elpais.com/retina/2018/07/30/tendencias/1532946509\\_997689.html](https://retina.elpais.com/retina/2018/07/30/tendencias/1532946509_997689.html)
- DEGUZMAN, G. V., & TANG, A. I. (2011). *Working in the Unoffice. A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits*. San Francisco, CA: Night Owls Press.
- FLORIDA, R. (2010). *La clase creativa: la transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Madrid, España: Paidós.
- FOERTSCH, C., & CAGNOL, R. (2103, septiembre 2). The History Of Coworking In A Timeline. Recuperado de [www.deskmag.com/en/the-history-of-coworking-spaces-in-a-timeline](http://www.deskmag.com/en/the-history-of-coworking-spaces-in-a-timeline)
- HOWARTH, D. (2018, mayo 8). Bjarke Ingels joins WeWork as chief architect. Recuperado de [www.dezeen.com/2018/05/08/bjarke-ingels-big-chief-architect-wework-co-working-news/](http://www.dezeen.com/2018/05/08/bjarke-ingels-big-chief-architect-wework-co-working-news/)
- LAZZARATO, M. (2006). Estrategias del empresario político. *Brumaria*, (7), 63-70.
- ROSLER, M. (2017). *Clase cultural: arte y gentrificación*. Buenos Aires, Argentina: Caja Negra.
- TIRADO, P. (2018, marzo 19). Espacios de *cowork* en Chile suman cerca de 160 y la mitad se concentra en Santiago. *El Mercurio Online*. Recuperado de [www.economianegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=452294](http://www.economianegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=452294)
- ZUKIN, S. (1982). *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.