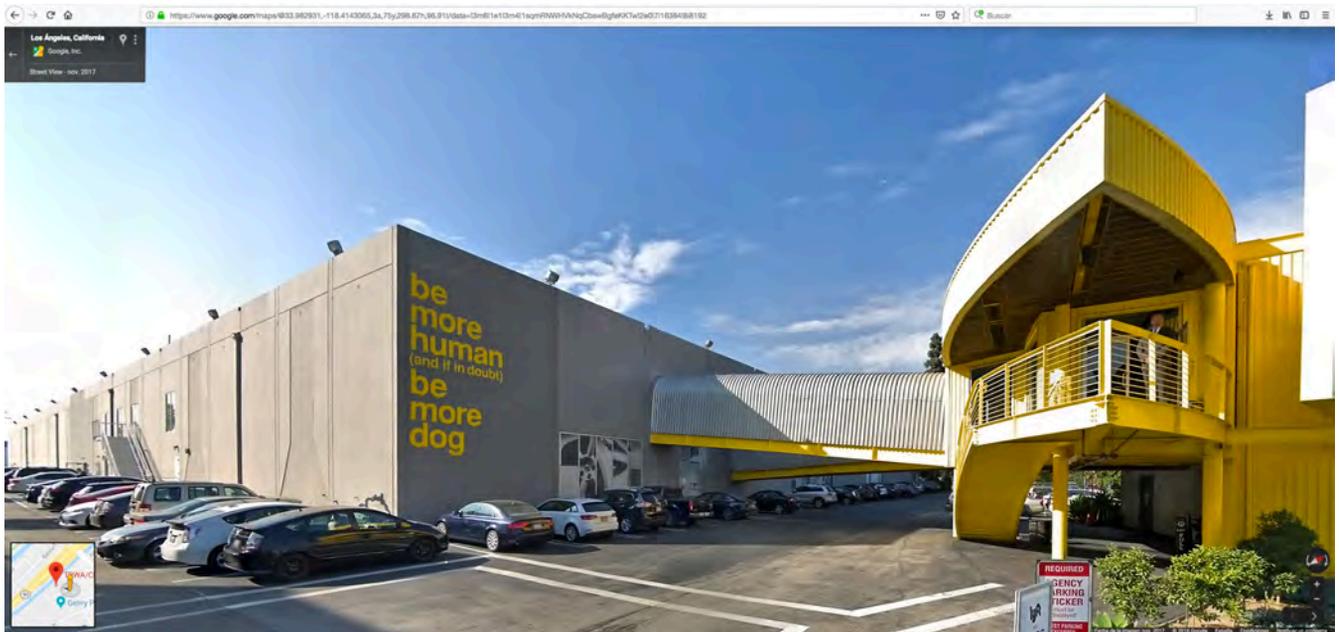


ALL-AT-ONCE & ALL-IN-ONE: la ilusión de libertad como categoría arquitectónica en corporaciones creativas y tecnológicas



Palabras clave

Libertad
Edificio
Crítica
Diseño
Ensayo

Desde que los dadaístas demostraran que la libertad individual puede ser productiva - es decir, que la producción puede no requerir disciplina - la pregunta que faltaba por responder era cómo capitalizar a ese individuo libre. Este artículo plantea que han sido las empresas tecnológicas, junto a la arquitectura de sus edificios corporativos, las que han logrado capitalizar esa idea de emancipación por medio de espacios de trabajo que dan la ilusión de libertad.

El 31 de enero de 1999, el periódico *Los Angeles Times* publicaba la siguiente reflexión de Nicolai Ouroussoff (en aquel momento crítico de arquitectura del periódico) en referencia a la nueva sede de la compañía publicitaria T BWA/Chiat/Day (Los Ángeles, Clive Wilkinson Architects, 1998):

Hoy, la ilusión necesaria – para usar la frase elegida por Noam Chomsky – es la de la libertad. El hombre existe como parte de una vasta red de pensamiento, donde se fomenta el intercambio fluido de ideas, donde la flexibilidad y la comunicación – no la segregación – es la norma. La pregunta, por supuesto, es si esa libertad es real u otra ilusión bien fabricada. Parte de la respuesta se puede averiguar en este almacén (Ouroussoff, 1999).

A pesar de que Ouroussoff planteaba su pregunta en relación a la oposición entre realidad e ilusión, el presente artículo centra su objeto de investigación en relación a la primera parte del párrafo, por el cual «hoy, la ilusión necesaria (...) es la de la libertad». Por lo tanto, el argumento no pretende examinar la existencia de una libertad real en oposición a una irreal, sino que se centra en las formas en que la ilusión de libertad configura una categoría propia de la realidad contemporánea.

El artículo incide en las retóricas y en los marcos tecnoeconómicos que habilitan y legitiman dicha ‘ilusión de libertad’ como un recurso arquitectónico válido, valioso y prestigioso, específicamente en el ámbito de las corporaciones creativas y tecnológicas. Para ello, se apoya en los conceptos *all-in-one* (todo en uno) y *all-at-once* (todo junto) como base del análisis de la sede de T BWA/Chiat/Day en Los Ángeles, en la medida en la que revelan un edificio abarcador, espacial y temporalmente. La segunda parte expone cómo las nuevas sedes de las grandes empresas tecnológicas norteamericanas (Google, Amazon, Facebook) suponen una profundización en dichos conceptos.

FIG1 Acceso a la sede de T BWA/Chiat/Day, Los Ángeles, California / Access to T BWA/Chiat/Day headquarters, Los Angeles, California
Fuente / Source Google Street View

All-at-once: la ruptura de la temporalidad moderna en el espacio de trabajo

Fundada en 1968, Chiat/Day Advertising se convirtió a lo largo de la década de los ochenta en una de las compañías de publicidad más reconocidas cuando produjo, en 1984, el aviso para Apple Computers que anunciaba la ruptura con el futuro orwelliano de la novela *1984* (Saval, 2014). Años más tarde, produjeron para la misma compañía el icónico spot que instaba a los compradores a 'pensar diferente' (*think different*). A finales de siglo la compañía también había alcanzado cierto prestigio por su capacidad de innovación en el ámbito del diseño de oficinas, en el que habían trabajado con arquitectos como Gaetano Pesce, Rem Koolhaas o Frank Gehry (Anderton, 1998). La sede permanente que Gehry diseñó para la compañía (Venice Beach, Los Ángeles, 1985-1991) tuvo una enorme repercusión en una disciplina arquitectónica plenamente inmersa en la postmodernidad estilística, llegando a ser calificada como «su edificio postmoderno más logrado hasta la fecha» (Jencks, 1992:63). La sede, en la que también participaron los artistas Claes Oldenburg y Coosje van Bruggen, se caracterizó por una figuración que permitió que unos gigantes binoculares albergasen una sala de reuniones y se convirtieran en un pórtico de entrada que expresaba, literalmente, la capacidad de visión de la compañía (S/A, 1990).

Asimismo, en 1995, Jay Chiat – empresario/gurú en el campo de la publicidad y cofundador de la empresa – puso en marcha junto a Gaetano Pesce un experimento espacial llamado 'oficina virtual' [*virtual officing*], en el cual ningún trabajador contaba con un espacio personal fijo o permanente. Así, cada mañana al llegar al lugar de trabajo, los empleados de la compañía debían acercarse a su casillero y extraer sus herramientas de trabajo, ordenadores y teléfonos portátiles para después acomodarse un lugar en el que trabajar individualmente o en grupo. La estrategia de organización de la 'oficina virtual' estaba pensada para liberar a los empleados de la alienación de las implacables rutinas, del sentido de propiedad espacial, así como de un posible conformismo creativo inducido por la inmovilidad física en el lugar de trabajo. Apoyado en la potencia de las tecnologías, permitiría a los empleados «trabajar en cualquier lugar, y en cualquier momento» (Anderton, 1998). De esta forma, la oficina se convertía en una manifestación espacio-temporal literal del mantra capitalista que motiva el abandono de las 'zonas de confort', eliminando precisamente el confort de la mesa y el horario permanente con el objetivo último de mejorar la calidad de su producción: las ideas.

Para la sede de TBWA/Chiat/Day inaugurada en 1998¹, en lugar de repetir el éxito del edificio de los binoculares y buscar la iconicidad de la forma arquitectónica o el prestigio de un arquitecto reconocido, la nueva gerencia orientó el proyecto en una línea afín a la de la 'oficina virtual'; la arquitectura de la nueva sede diseñada por Clive Wilkinson

Architects refleja una mayor importancia a criterios de organización empresarial exitosos de la época como *Thriving on Chaos* o *Liberation Management* de Tom Peters. Si *Thriving on Chaos* teorizaba acerca de la capacidad empresarial de «adquirir flexibilidad mediante el empoderamiento de personas», así como la «utilización de equipos autogestionados» (Peters, 1987), el extensísimo *Liberation Management* – que podría traducirse como ‘gestión liberadora’ – describía la base del éxito empresarial a partir de la necesidad de un cierto grado de desorden organizativo, fundamentado en sistemas que fomentasen la flexibilidad permanente o los esquemas organizativos no jerárquicos (Peters, 1992). Precisamente, entre las empresas que ambos textos destacaban como modelos a imitar estaba Chiat/Day Advertising.

Lo que las teorías de organización postmodernas ofrecían a las corporaciones era un nuevo tipo de control que rompía con las convenciones espacio-temporales de la modernidad (Jemelniak, 2008). De forma que, si en la modernidad industrial tardía el control corporativo y la maximización de la productividad se ejercía conforme a la partición y segregación funcional del tiempo – 8 horas de trabajo, 8 horas de juego, 8 horas de descanso (Webb y Cox, 1891) – en el marco tecnoeconómico de la economía creativa y de la información (en el que la productividad depende en mayor medida de la capacidad de generar servicios e ideas innovadoras y creativas), dicha segregación espacio-temporal desaparece para dar paso a un *continuum*, donde la autogestión temporal y el espacio multifuncional son valores positivos para mejorar la productividad y reducir la burocracia. Así, en la época de los trabajadores inmateriales (Hardt y Negri, 1991) y la clase creativa (Florida, 2002), la libertad de controlar los horarios propios y el empoderamiento sobre el entorno físico – privilegio exclusivo de las clases directivas en la modernidad industrial – se generaliza, democratiza y se amolda para el beneficio corporativo (Jemelniak, 2008).

Fue precisamente esta misma ruptura, a finales de la década de 1960, la base de muchos de los principios emancipadores de aquel tiempo. Apoyados en la esperanza que producían las (entonces incipientes) tecnologías, la ‘aldea global’ y la revolución de la información (McLuhan y Fiore, 1967) prometían superar la alienación producida por los sistemas de producción industrial y anunciaban una nueva conciliación entre el ámbito del trabajo y el de la vida; en palabras de Simon Sadler, una visión de un mundo continuo y sin escalas (Sadler, 2013).

Sin duda, gran parte del vocabulario de las publicaciones de Peters, especialmente el de sus llamativos títulos (liberación, revolución, caos, desorganización), es deudor de los movimientos culturales de finales de los sesenta y revelan una clara actitud de la gestión empresarial de finales de siglo: la subsunción de las retóricas y estéticas de los procesos socioculturales de finales de la década de 1960 dentro

de las lógicas económicas del capitalismo avanzado (Chiapello y Boltanski, 2005). De forma que si el «mundo flamante de la *all-at-once-ness* [simultaneidad]» (McLuhan y Fiore, 1967:63) implicaba un entorno en el que las nuevas tecnologías iban a transformar las formas tradicionales el tiempo y el espacio, esas transformaciones se acabarían consolidando tres décadas después en favor del poder corporativo.

La arquitectura de la sede de T BWA/Chiat/Day contribuía a esa temporalidad simultánea – *all-at-once* – mediante un interior en el que el tiempo dejaba de percibirse, precisamente, por su aislamiento del exterior. En el edificio, la ruptura de la temporalidad segregada moderna desparrama el tiempo y el espacio hasta convertir ambos en contenedores diáfanos y vacíos: «como la luz es igual a lo largo del día, uno no tiene sensación del paso del tiempo. [...] Es un poco como un casino», comentaba una antigua empleada en *The New York Times* (Anderton, 1998).

All-in-one, la tendencia a la auto-contención

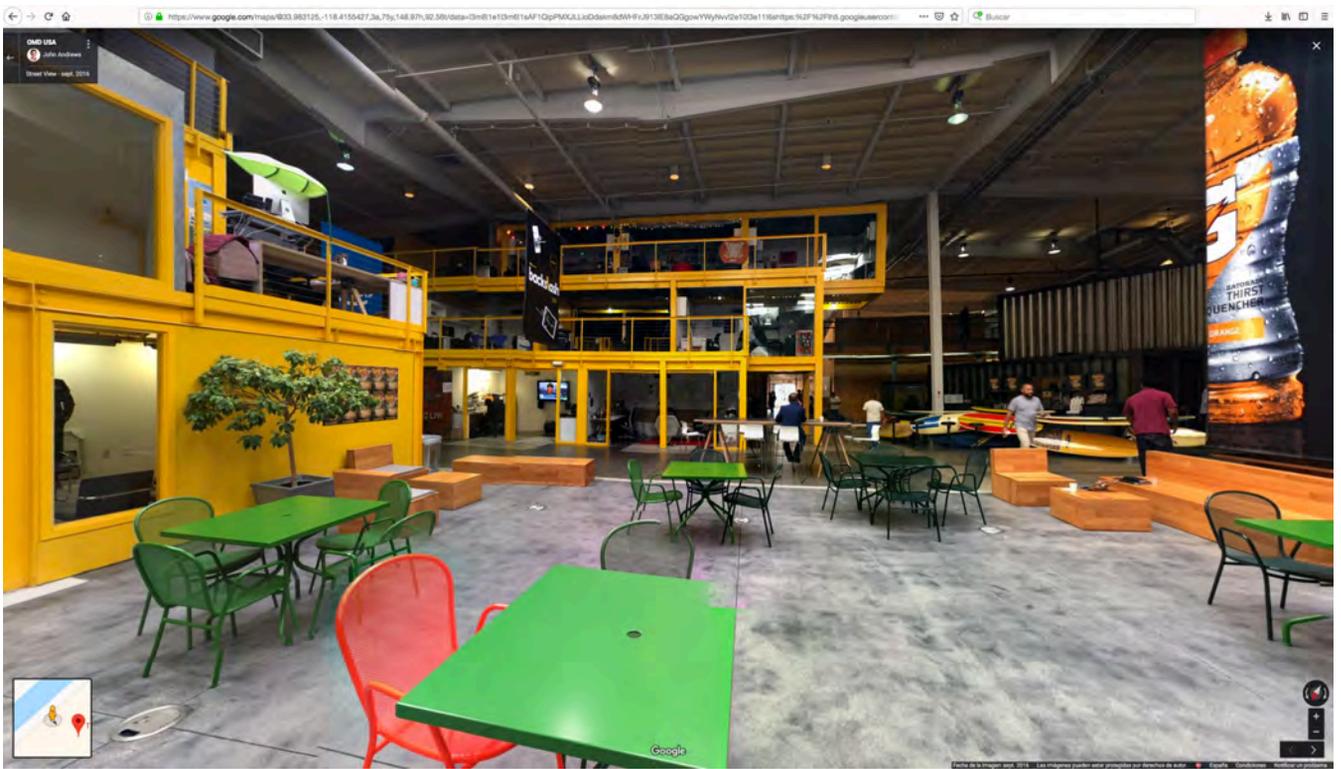
En pleno periodo de la burbuja tecnológica *dotcom* (un momento de clara sublimación económica de las posibilidades del mundo en red e interconectado) y con el simbólico cambio de siglo a las puertas, Ouroussoff parece encontrar en la nueva sede de T BWA/Chiat/Day Advertising un espacio que hace explícitas las características de la postmodernidad tecnológica avanzada; una imagen lo suficientemente clara, potente y transmisible como para reemplazar el consabido paradigma de la modernidad maquinista y funcional:

A principios de siglo, Frederick Taylor y Henry Ford diseñaron programas sociales completos basados en la eficiencia de la cadena de montaje, en la que los trabajadores funcionaban como máquinas bien engrasadas, y en la que sus vidas morales estaban cuidadosamente reguladas. (...)

La imagen del hombre como un engranaje eficiente en un complejo aparato mecánico ya no tiene sentido en una era implacablemente bombardeada con nueva información, donde la vida es inquieta, migratoria. Hoy, la ilusión necesaria (...) es la de la libertad (Ouroussoff, 1999).

El proyecto de la sede de T BWA/Chiat/Day se construyó en un anodino almacén en Playa del Rey, Los Ángeles. Practicamente sin conexión con el exterior, la única forma de acceso es mediante un pabellón exento con planta en forma de vela, que alberga una escalera metálica amarilla conectada con el interior del contenedor mediante un doble pasillo elevado. Este pasillo, completamente cerrado, de techo abovedado y con el interior pintado de blanco, establece un dilatado umbral que separa – intencional, teatral y literalmente – la ciudad exterior de la ciudad interior (FIG. 1).

Una vez dentro, el edificio se revela como una enorme sala de planta libre en la que el aislamiento térmico y la estructura metálica del techo quedan expuestos, y del



que descuelgan los sistemas de acondicionamiento y de iluminación artificial. El lugar se organiza espacial y discursivamente a través de la réplica de las condiciones funcionales y visuales de una pequeña ciudad: en medio de una matriz de cubículos *'action-office'* que organizan una serie de *'barrios'* en los que no existen las oficinas personales cerradas se ubica una calle principal en altura (*main street*) desde la que se distribuye un espacio abierto completamente visible y perceptible una vez atravesado el pasillo elevado de acceso.

De forma magnética al eje longitudinal que configura la *main street*, se agrupan una serie de espacios de menor escala, delimitados o parcialmente cerrados, que sirven como complemento funcional a los puestos de trabajo de la gran sala: aseos, almacenes, salas de reunión, *war rooms*, etc. También se disponen bajo esa misma lógica una serie de artefactos y espacios pensados y nombrados para reforzar la imitación del espacio público: 12 árboles acompañados de mobiliario de exterior que configuran un espacio central (*central park*); una cancha de baloncesto; un bar tematizado con motivos y tablas de surf; un coche rojo de la marca Datsun (trasladado de las oficinas temporales de Gehry a modo de monumento), así como unas casas interiores (*cliff-dwellings*) de tres pisos formadas por el apilamiento de contenedores de mercancía pintados de amarillo y decoradas con motivos icónicos de la cultura pop – los

FIG 2 Interior de la sede de TWA/Chiat/Day, Los Ángeles, California. El carácter de espacio público se refuerza permitiendo el acceso virtual desde la plataforma Google. / TWA/Chiat/Day headquarters, Los Angeles, California, interior. The space's public character is reinforced by allowing virtual access from the Google platform. Fuente / Source Google Street View



FIG 3 Centro de Visitantes de Google en Mountain View. / *Google's Visitor Center at Mountain View.*
© Borja Ganzabal

ojos de John Lennon, la flor de colores formada de la foto publicitaria de los primeros modelos de iMac, una bandera pirata, entre otros.

Esta utilización de imaginería pop como hilo conductor de la temática del diseño interior no sólo construye una imagen empresarial alejada de la seriedad de la cultura corporativa americana tradicional, sino que apela a la construcción de un sentimiento de identificación inmediato entre empleados, empresa y espacio físico. De esta forma, la segregación entre la vida privada, el ámbito estudiantil y el mundo laboral queda mitigado mediante la inmediatez y la cercanía generacional que representan los motivos decorativos.

Asimismo, la introducción de amenidades (cafeterías, jardines, espacios deportivos, mesas de ping-pong, futbolines) complementa el programa arquitectónico estrictamente funcional para construir un espacio que tiende a la autosuficiencia y a la autocontención y, por lo tanto, disminuye la necesidad de contacto con el mundo exterior: si el interior del edificio cuenta con parques, zonas deportivas y lugares de ocio o de descanso, se genera la posibilidad de que los empleados permanezcan dentro del espacio de trabajo incluso si en algún momento de su jornada laboral desean acceder a un espacio de estas características. Dicho de otro modo, el proyecto disminuye la necesidad de ausentarse del entorno de trabajo.

La potenciación de las connotaciones urbanas – y la aceptación de sus cualidades como espacio de reunión, intercambio o socialización – no debe ocultar que existe un rechazo a otras condiciones propias de la ciudad

– multipropiedad, normativas legales, inseguridad – que no son beneficiosas para las corporaciones. Así, mediante la réplica de formas, situaciones y contextos urbanos dentro de un espacio controlado y en régimen de propiedad privada, la compañía trata de transmitir una condición pública que es inexistente (FIG. 2). Supone, por lo tanto, la construcción de un mundo completo encerrado en sí mismo, «mejor que la propia ciudad», que discurre en la ambigüedad de ser, simultáneamente, una «comuna utópica y una pesadilla orwelliana» (Ouroussoff, 1999). Cuenta la leyenda que entre los empleados – liberados de sus ‘zonas de confort’, empoderados para autogestionar su tiempo e inmersos en esa ciudad dentro de la ciudad – la empresa era conocida con el sobrenombre de ‘Chiat/Day and Night’ por la frecuente tendencia a la dilatación de la jornada laboral, día y noche (Elliott, 2002).

All-in-one II: Google, Amazon y Facebook

Recientemente, otras grandes compañías tecnológicas norteamericanas – Facebook, Google, o Amazon – han construido o planean construir sus sedes profundizando y ampliando los programas arquitectónicos complementarios orientados a la autosuficiencia y autocontención ya presentes en TBWA/Chiat/Day. Esto es, haciendo de la ‘ilusión de libertad’ una herramienta arquitectónica válida.

GooglePlex, el campus corporativo de Google en Mountain View, California, ofrece una versión lúdica y *geek* de esta ampliación programática; cuenta en sus zonas intersticiales con pistas de arena para jugar al voleibol, esculturas de huesos de dinosaurios o un jardín en el centro de visitantes donde los íconos de su sistema operativo Android se han convertido en esculturas (FIG. 3). Asimismo, las imágenes promocionales de la ampliación del campus – actualmente en construcción, proyectada por Bjarke Ingels Group y Heatherwick Studio – profundizan este aspecto y muestran una conjunción entre lo lúdico, lo deportivo y el espacio de trabajo bajo una membrana transparente: pistas de ciclismo interiores, ferias de comida, *food trucks* e incluso – aludiendo a una cierta facilidad de conciliación laboral – familias paseando de la mano con niños².

En el caso de Amazon, con sede en Seattle, Washington, la complementariedad programática es explícita en el más representativo de sus edificios corporativos: las Amazon Spheres (NBBJ Architects, 2018). El edificio, ubicado en un campus urbano que cuenta además con tres rascacielos y un centro multifuncional, y cuya envolvente es el resultado de la intersección de tres esferas de vidrio, está pensado para incluir «aquello que típicamente le falta a las oficinas urbanas – un enlace con la naturaleza» (Amazon.com, Inc., 2018a). Dentro de las esferas la compañía complementa el programa de su campus urbano con un jardín botánico de especies tropicales – mayoritariamente amazónicas – en el que «los empleados pueden pensar y trabajar de forma diferente rodeados por plantas» (Amazon.com, Inc., 2018a).

En su interior, la oferta gastronómica incluye «una selección de café y *donuts*» (Amazon.com, Inc., 2018b) – caféina y azúcar son estimulantes comunes en los lugares



FIG 4 Amazon Spheres en el lugar central del campus urbano de Amazon. / Amazon Spheres at Amazon's urban campus central area. © Borja Ganzabal

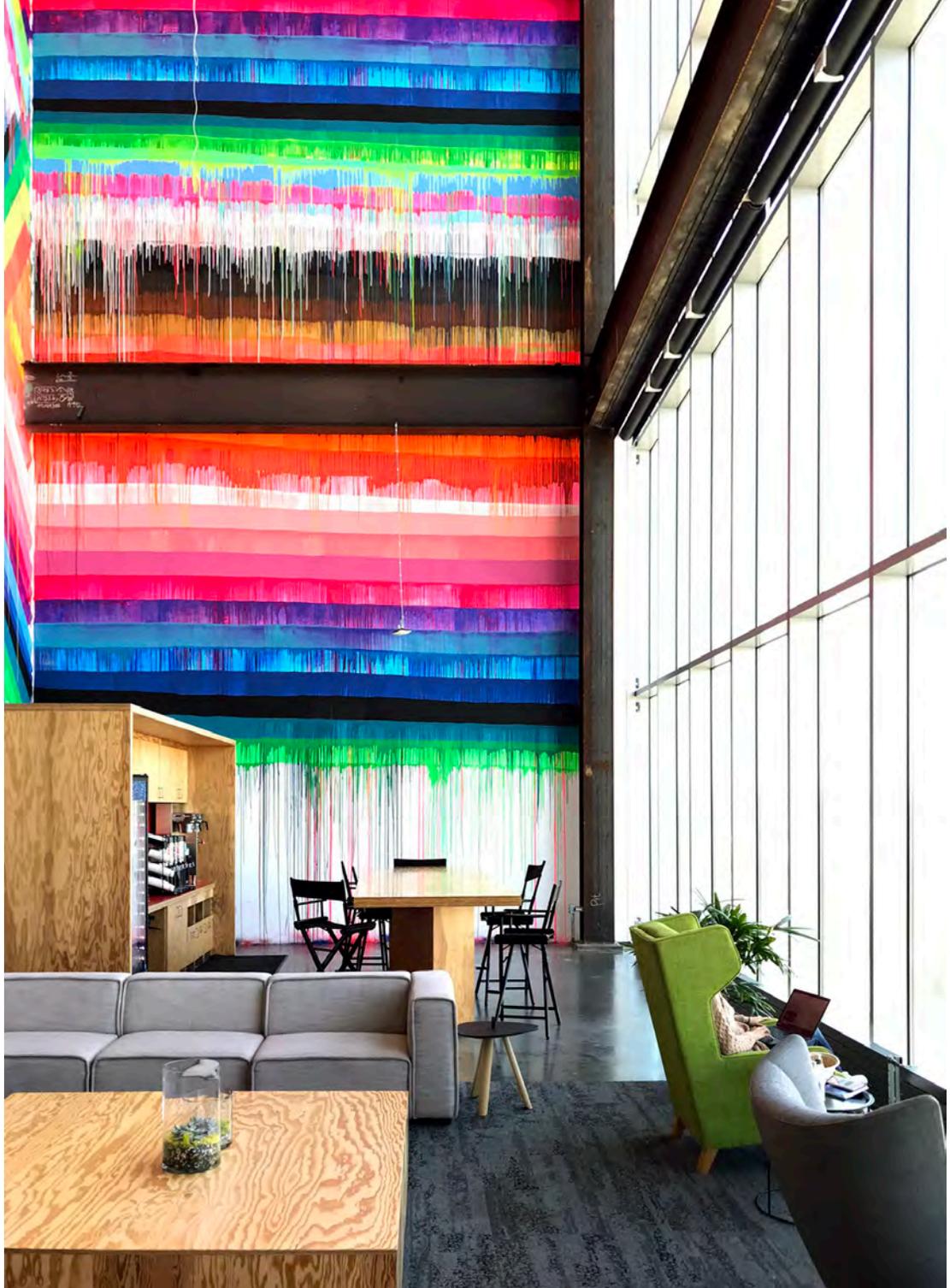


FIG 5 Hall principal del MPK20 con instalación artística de Maya Hayuk. La domesticidad en el espacio se refuerza mediante mobiliario de descanso y la posibilidad de autoabastecimiento de bebida gratuita. / *Main hall at MPK20 with artistic installation by Maya Hayuk. The space's domesticity in is reinforced by the relaxed furniture and the self-service free drinks.*
© Borja Ganzabal

de trabajo – y en el campus urbano se encuentra la tienda Amazon Go, donde el intercambio de moneda física se elimina en favor del virtual y sin contacto, reduciendo el acto de consumo al simple gesto de alcanzar un producto de un expositor (FIG. 4).

La sede de Facebook diseñada por Frank Gehry en Menlo Park, California (2013-2015), conocida como MPK20, emplea unas estrategias similares a las de TBWA/Chiat/Day y ahonda en la réplica del espacio urbano – «hemos creado una pequeña ciudad bajo el techo», apuntaba Craig Webb, socio de Gehry (Lee, 2015)

«Estos programas arquitectónicos complementarios, aparentemente insustanciales, implican una agenda ideológica mucho más compleja, donde la gestión del tiempo sustituye a la organización espacial como idea generadora de la forma arquitectónica.»

– mediante una organización de los puestos de trabajo en barrios dentro del gigantesco contenedor de planta libre (Lee, 2015). Los espacios de amenidades lúdicas también existen en la nueva sede, en la que se incluyen servicios de comida y bebida gratis, cafeterías o una cubierta-parque con espacios de anfiteatro y de yoga, así como once instalaciones artísticas *site-specific* que refuerzan la aparente contingencia programática (Deutsche, 1996) (FIG. 5). En la tendencia a la autocontención y a la reducción de la necesidad de ausentismo, el edificio de Gehry aporta un programa todavía más complejo y proliferan en el edificio los espacios de conveniencia que facilitan y liberan a los empleados de tediosas tareas domésticas: entre ellos, servicio de reparación de vehículos, bicicletas, guarderías y lavanderías³.

Sin embargo, estos programas arquitectónicos complementarios, aparentemente insustanciales, implican una agenda ideológica mucho más compleja, donde la gestión del tiempo sustituye a la organización espacial como idea generadora de la forma arquitectónica. A través de la ‘ilusión de libertad’ – que utiliza la coartada de lo ‘lúdico’, la réplica del espacio urbano y la agrupación de servicios para construir edificios autosuficientes capaces de contener *all-in-one* y *all-at-once* – estas corporaciones tecnológicas buscan capitalizar el tiempo ahorrado en transporte y tareas domésticas, así como en la recirculación interna de los recursos económicos dedicados a dichas actividades.

Más aún, debido a su ingente disponibilidad de capital, estas corporaciones están afrontando importantes inversiones en el desarrollo urbano de zonas próximas a sus sedes: Facebook anunció en 2017 la construcción de Willow Village – cuyo diseño corre a cargo de OMA – en terrenos adyacentes a las nuevas oficinas, en los que incorporaría 1.500 viviendas, un centro cultural y más de 11.000 metros cuadrados de zonas de comercio y de ocio (Facebook, 2017); Amazon, a pesar de no desarrollar proyectos de vivienda propios, continúa aumentando su poder político en Seattle bajo la amenaza de paralizar el desarrollo de su campus urbano si el Consejo Municipal no accede a una rebaja tributaria de un impuesto que, precisamente, pretende recaudar dinero para mitigar la crisis de las personas ‘sintecho’ de la ciudad (Wingfield, 2018); Google anunció en 2017 un acuerdo con la ciudad de Mountain View en la que se aprobaba la construcción de 5.000 viviendas en las inmediaciones de su nuevo campus, que se llamará Alphabet City (Streitfeld, 2018).⁴

Ilusión de libertad

Antes de que T BWA/Chiat/Day, Google, Facebook o Amazon utilizaran la 'ilusión de libertad' en favor de su propia productividad, antes incluso de que el final de la década de 1960 pusiese el énfasis en la emancipación del individuo, la compañía norteamericana Bell Labs ya utilizaba abiertamente este concepto como manera de transmitir sus intenciones en el espacio construido (Mozingo, 2011). En su sede de 1950, equiparaban la atmósfera de los edificios de investigación con la de los campus universitarios norteamericanos con el fin de prolongar la experiencia de libertad universitaria a etapas laborales posteriores. Lo hacían, a diferencia de las corporaciones contemporáneas, reconociendo de forma abierta que la libertad que ofrecía su campus era «útil» para la compañía y el empleado y que, por lo tanto, era «parcialmente ilusoria» (Mozingo, 2011:62). De una forma menos evidente e implícita, Gehry expresaba el carácter ilusorio de la libertad en el edificio de Facebook cuando, en un vídeo comercial, destacaba que aquello que verdaderamente gustaba a los usuarios era la «sensación de libertad» que les proporcionaba el espacio, no refiriéndose en ningún momento a una libertad absoluta⁵ (Youtube, Karo Aghavelyan, 2017).

En los ámbitos corporativos creativos y tecnológicos, la réplica de la urbanidad, el juego, las amenidades, los espacios de conveniencia, así como el empoderamiento de los empleados y el emprendimiento e intraemprendimiento han permeado en toda actividad de los empleados disolviendo las fronteras espacio-temporales entre trabajo, vida cotidiana, ocio y transporte. Entre las cuatro funciones de la modernidad – trabajo, habitación, ocio, transporte (CIAM, 1933) – el ocio configura la coartada programática que habilita la utilización de la 'ilusión de libertad' y sus espacios abarcadores (*all-in-one* y *all-at-once*) como una herramienta arquitectónica que aporta valor y prestigio a las corporaciones. Si la jornada laboral moderna ofrecía ocho horas de tiempo para el ocio de masas como actividad complementaria, pensada para conciliar la alienación entre el trabajo industrial y la vida, ese mismo ocio es ahora fuente de agotamiento y de alienación. El ocio ya no es la contrapartida del trabajo y la libertad que ofrece el juego no es cuestión de elección: jugar y disfrutar en el trabajo es un imperativo – «*work hard, play hard!*»⁶. **ARQ**

Borja Ganzabal Cuena

<b.ganzabal@alumnos.upm.es>

Arquitecto, ETSAB, Universitat Politècnica de Catalunya, 2012. Master en Proyectos Arquitectónicos Avanzados, ETSAM, Universidad Politécnica de Madrid, 2015. Ha sido Visiting Scholar en University of California, Berkeley (2018) y curador de "Meet Myths: Young architects with Fine Arts Academics" (ETSAM, 2016). Sus textos han sido publicados en *Summa+*, Revista *MAPEO* y en *Vivir 100 Años: Longevidad y Ciudad Futura* (2015).

Notas / Notes

- 1 Los problemas económicos de la compañía hicieron que en 1995 Omnicron Group adquiriese Chiat/Day y la integrase en TBWA International, modificando su nombre por TBWA/Chiat/Day.
- 2 City of Mountain View, California (sitio web). «Google Charleston East». 23 de enero de 2017. Consultado 9 de diciembre, 2018. https://www.mountainview.gov/depts/comdev/planning/activeprojects/charleston_east.asp
- 3 La Organización Internacional del Trabajo (OIT) adoptó en la 6ª reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo (CIT) la Ro21, «Recomendación sobre la utilización del tiempo libre» (1924). Esta recomendación fue retirada en la 92ª edición del CIT en 2004 (OIT, 1924, 2004). Las 8 horas entre el trabajo y el descanso – nunca completamente dedicadas al ocio – tienen un contenido mucho más complejo y tedioso: de acuerdo con la OIT, también comprende las siguientes actividades: comer y beber, actividades domésticas, compras de bienes y servicios, labores de cuidado de miembros o no miembros del hogar, actividades educativas, actividades organizativas, cívicas o religiosas.
- 4 Side Walk Labs, filial de Alphabet (empresa de Google) está actualmente inmersa en la construcción de un barrio inteligente en Toronto, que será capaz de recoger datos de todo aspecto de la vida en el barrio, 24 horas al día, 7 días a la semana. Véase <https://sidewalktoronto.ca/>
- 5 Véase «Ascend to a Frank-Gehry-Designed Creative Work Space». Video de YouTube, 3:39, 10 de marzo de 2017. https://www.youtube.com/watch?v=FOX_BoEgRms
- 6 David Guetta, «Play hard», ft. Ne-Yo & Akon, 2013.

Bibliografía / Bibliography

- Amazon.com, Inc. «Seattle Spheres». Página web corporativa para la sede de la empresa. Consultado 5 de diciembre, 2018a. <https://www.seattlespheres.com/>
- Amazon.com, Inc. «The Spheres Weekend Public Visits». Página web corporativa para la sede de la empresa. Consultado 5 de diciembre, 2018b. <https://www.seattlespheres.com/the-spheres-weekend-public-visits>
- ANDERTON, Frances. «'Virtual Officing' Comes In From the Cold.» *The New York Times*, 17 de diciembre, 1998. Consultado 5 de diciembre de 2018. <<https://www.nytimes.com/1998/12/17/garden/design-notebook-virtual-officing-comes-in-from-the-cold.html>>
- CHIAPELLO, Eve; BOLTANSKI, Luc. *The New Spirit of Capitalism*. London: Verso, 2005.
- DEUTSCHE, Rosalyn. *Evictions: Art and Spatial Politics*. Cambridge, MA: MIT Press, 1996.
- ELLIOTT, Stuart. «Jay Chiat, Advertising Man on a Mission, is Dead at 70». *The New York Times*, 24 de abril, 2002. Consultado 5 de diciembre de 2018. <<https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/2002/04/24/701599.html?pageNumber=24>>
- Facebook, Inc. «Investing in Menlo Park and the Community». Actualizado 7 de julio de 2017. Consultado 5 de diciembre, 2018. <<https://newsroom.fb.com/news/2017/07/investing-in-menlo-park-and-our-community/>>
- FLORIDA, Richard. *The Rise of the Creative Class (and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life)*. New York: Basic Books, 2002.
- JEMELNIAK, Dariusz. «Changes in Temporal Approaches at Workplace», *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 3,1 (2008):59-65.
- JENCKS, Charles. «Towards the Perfected Office.» *Architectural Design*, 62, 7/8 (July/August 1992).
- LEE, Lydia. «Status update: Channeling Facebook's start-up culture, Frank Gehry creates a mammoth, vibrant warehouse for the social-media company». *Architectural Record* 203 (January, 2015): 85-93.
- S/A, «Lentes De Aumento: Edificio Chiat/Day en Main Street, Venice, California, 1984-1991.» *A&V* 0 (1990) 70-71.
- MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. New York: Random House, 1967.
- MOZINGO, Louise A. *Pastoral Capitalism: A History of Suburban Corporate Landscapes*. Cambridge, MA: MIT Press, 2011.
- Organización Internacional del Trabajo. «Ro21 - Recomendación sobre la utilización del tiempo libre, 1924». Modificada en 2004. Consultado 5 de diciembre de 2018. <https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_IL0_CODE:Ro21>
- OUROUSSOFF, Nicolai. «A Workplace Through the Looking Glass.» *Los Angeles Times*, 31 de enero, 1999. Consultado 5 de diciembre de 2018. <<http://articles.latimes.com/1999/jan/31/entertainment/ca-3282>>
- PETERS, Tom J. *Thriving on Chaos: Handbook for a Management Revolution*. New York: Knopf, 1987.
- PETERS, Tom J. *Liberation Management: Necessary Disorganization for the Nanosecond Nineties*. New York: AA Knopf, 1992.
- SADLER, Simon. «The Varieties of Capitalist Experience.» en DEAMER, Peggy, ed. *Architecture and Capitalism: 1845 to the Present*. New York: Routledge, 2013.
- SAVAL, Nikil. *Cubed: A Secret History of the Workplace*. New York: Doubleday, 2014.
- STREITFELD, David. «Welcome to Zucktown. Where Everything is Just Zucky.» *The New York Times*, 21 de marzo, 2018. Consultado 5 de diciembre de 2018. <<https://www.nytimes.com/2018/03/21/technology/facebook-zucktown-willow-village.html>>
- WINGFIELD, Nick. «Amazon Pauses Huge Development Plans in Seattle Over Tax Plan.» *The New York Times*, 2 de mayo, 2018. <<https://www.nytimes.com/2018/05/02/technology/amazon-development-tax.html>>