Privacidad

3 maneras de satisfacer sus necesidades de privacidad en la oficina

Leer 4 minutos

Merriam-Webster define la privacidad de dos maneras: estar separados de otras personas – física o visualmente- y libre de intrusiones no autorizadas. La privacidad es un término difícil de definir. Posee diferentes significados. Si bien puede referirse a la soledad o al aislamiento, también puede relacionarse con el control de estímulos.

En muchos casos, aislarse en el trabajo o controlar los estímulos que recibimos no es posible. Las investigaciones manifiestan que la privacidad es un tema que preocupa en todo el mundo. Un estudio de Steelcase revela que las personas sienten que tienen poca privacidad en sus espacios de trabajo. El estudio muestra que la capacidad de concentrarse, trabajar en equipo sin ser interrumpido o elegir dónde trabajar en función de la tarea que se va a realizar no se pueden satisfacer a menudo.

ESCUCHAR EL PODCAST (EN INGLÉS)

Los estudios demuestran que las personas buscan privacidad de diferentes maneras y hay espacios de trabajo que pueden satisfacer estas necesidades. El equipo de Diseño global de Steelcase sugiere crear un ecosistema de espacios. Una variedad de zonas que permiten a las personas elegir dónde y cómo llevar a cabo las diferentes tareas. Esto se puede lograr con un nuevo espacio o rediseñando un espacio ya existente.

Vanessa Bradley, directora de Diseño de aplicaciones avanzadas de Steelcase, describe los modelos concentrado y distribuido para aumentar la privacidad en el espacio de trabajo.

MODELOS DE PRIVACIDAD CONCENTRADO Y DISTRIBUIDO

El modelo distribuido permite encontrar espacios donde poder aislarse dentro del espacio general. Algunos elementos como las pantallas de privacidad o pequeños enclaves generan estas zonas.

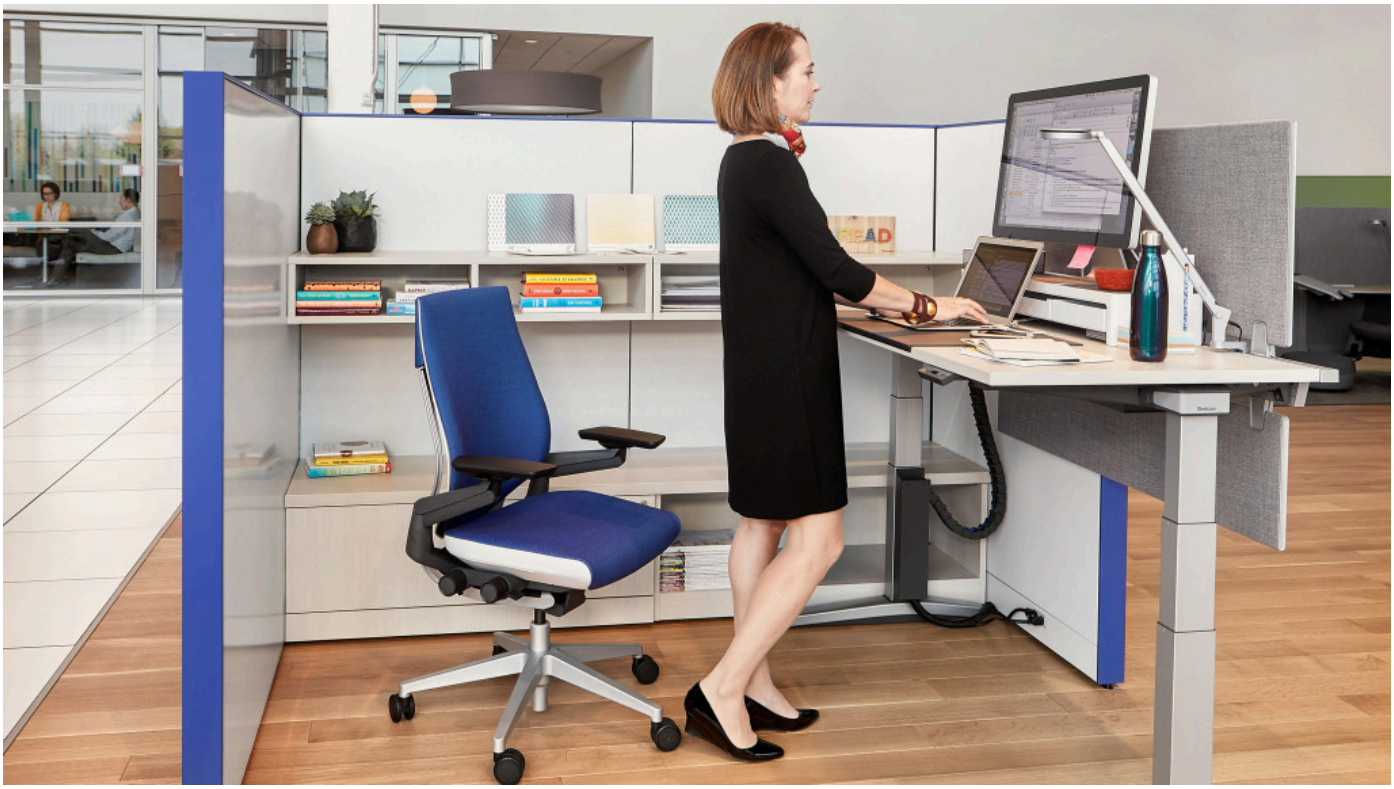
El modelo concentrado toma un espacio que está infrautilizado y lo convierte en un espacio con privacidad. El espacio se convierte en un destino donde las personas pueden acudir en busca de esa privacidad.

El grado de privacidad depende de las necesidades de la persona y la tarea a realizar. Bradley afirma que es necesario un abanico de espacios que incluya tanto espacios abiertos como semi-abiertos y cerrados.

Además según Bradley, hay tres estrategias que los diseñadores deberían tener en cuenta para satisfacer las necesidades de privacidad de las personas en su espacio de trabajo.

3 Estrategias de diseño para espacios de privacidad

1) Permitir que las personas sean su mejor versión

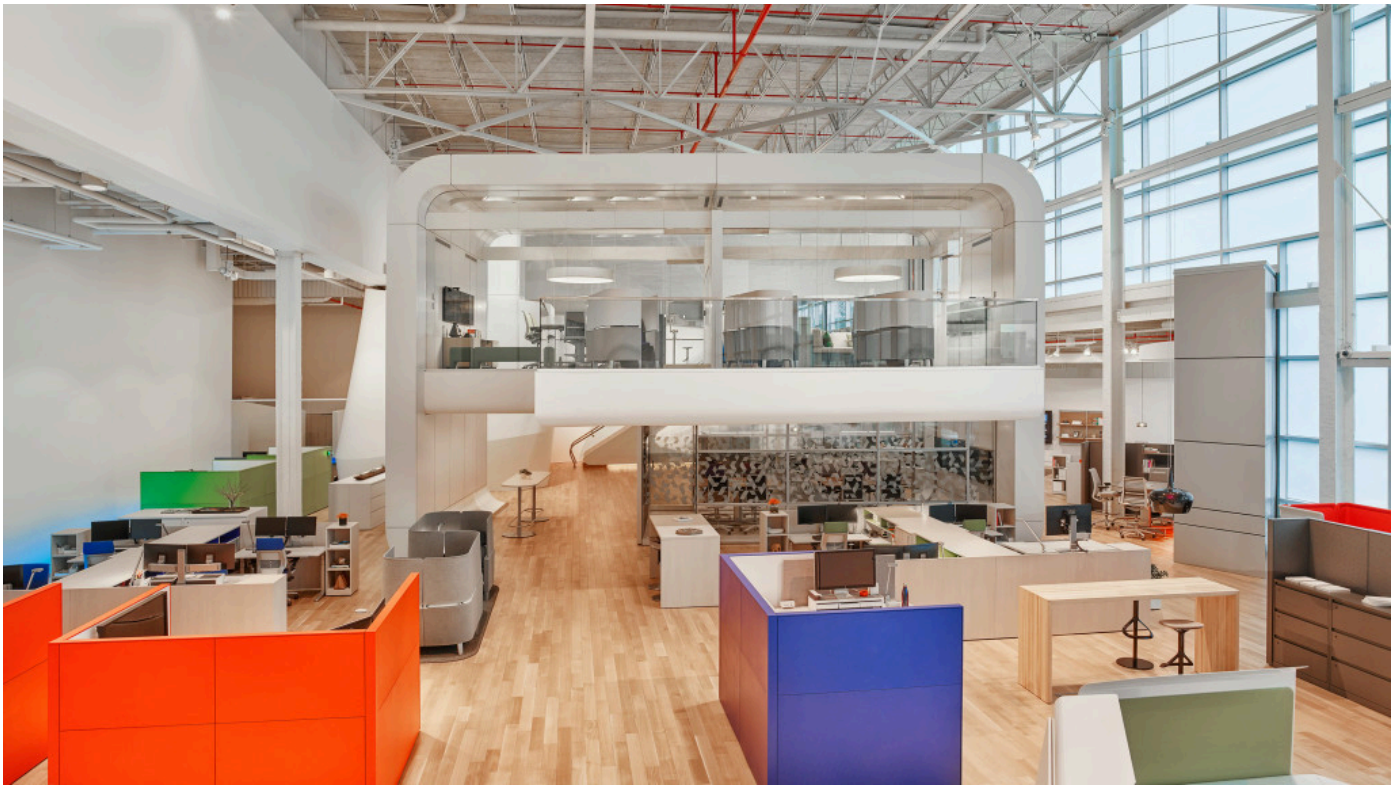


Proporcione a las personas la posibilidad de moverse dentro de un entorno y controlar ciertos elementos del espacio como atenuar la luz, cambiar la temperatura o controlar la postura de trabajo: de pie o sentado.

2) Crear experiencias personalizadas que permitan recargar pilas y concentrarse

Diseñe un espacio para una determinada experiencia con el objetivo de poder concentrarse y recargar pilas.

3) Planificar teniendo en cuenta el equilibrio



Analice el entorno y determine cómo utilizar la configuración de privacidad para sacarle el mayor partido. De esta manera, dicha configuración puede mejorar el espacio de una manera más completa. Es importante tener en cuenta las necesidades de privacidad tanto planificadas como no planificadas y proporcionar un equilibrio.

“Se trata de satisfacer las necesidades de las personas. Dándoles la posibilidad de elegir y controlar dónde y cómo trabajar; creando un ecosistema correcto en su espacio de trabajo”, afirma Bradley.

Diferentes factores han dado lugar a la crisis de la privacidad en muchas organizaciones de todo el mundo. Para comprender mejor lo que nos ha traído hasta aquí, lea nuestra entrevista con Donna Flynn, directora de WorkSpace Futures en Steelcase, y escuche su podcast (en inglés). También analizamos en profundidad el tema de la privacidad a través de una entrevista y un podcast (en inglés) de Melanie Redman, investigadora senior de diseño en Steelcase WorkSpace Futures; quien describe cinco estrategias clave que las personas pueden utilizar para buscar privacidad en su espacio de trabajo.

Rebecca Charbauski
Especialista sénior en comunicaciones

Rebecca, periodista ganadora de un Emmy, informa sobre las investigaciones globales que afectan a los espacios en los

que las personas trabajan, aprenden y se curan. A lo largo de su carrera, Rebecca ha pasado 17 años cubriendo noticias locales y nacionales en televisión y diversas plataformas digitales. Fue la directora de un grupo de noticias digitales en Kansas City durante tres años antes de convertirse en directora de noticias en Grand Rapids, Michigan, durante más de cinco años. Antes de trabajar para Steelcase, Rebecca trabajó para uno de los cuatro grupos de comunicaciones más grandes de los Estados Unidos coordinando la cobertura mediática de 48 redacciones repartidas por todo Estados Unidos.