

NUEVAS FAMILIAS, NUEVOS CONSUMIDORES

**(¹) S.M. Rodríguez, (¹) M.G. Casado, (²) R. Gálvex, (²) C. Serrano,
(³) V. Sales, (³) C. Revert**

(¹) Instituto de Tecnología Cerámica (ITC).

Asociación de Investigación de las Industrias Cerámicas (AICE).

Universitat Jaume I. Castellón. España.

(²) Instituto Tecnológico Textil (AITEX).

(³) Instituto Tecnológico del Mueble, Madera, Embalajes y Afines (AIDIMA).

1. INTRODUCCIÓN

A través de este texto se pretende analizar al habitante, cómo han variado en estos últimos años los modelos de familia y unidades de convivencia y qué repercusiones tienen estos cambios en el hábitat, así como las alternativas que se presentan por parte de los profesionales del hábitat.

De esta forma se expondrán cuales son los modelos de familia emergentes, información de especial relevancia para comprender cuales son los nuevos consumidores que están surgiendo, así como las necesidades que estos nuevos grupos demandan. Para comprender esta nueva realidad, es fundamental abordar cómo han evolucionado y surgido estos nuevos modelos familiares y comprender cómo son estas unidades que forman el hogar, cómo se comportan, cuáles son sus valores, y en definitiva qué tipo de casa y productos necesitan o desean.

Se están preparando propuestas y realizando acciones, unas de carácter experimental y otras más generalizadas que tratan de reflejar estos cambios en el urbanismo, arquitectura y productos que componen nuestros hogares. Actualmente, se está renovando el interés por la arquitectura destinada a viviendas, sobre todo gracias a concursos de vivienda pública, pero también a la reducción de demanda y con ello la consecuente búsqueda de valor añadido de estas viviendas.

En cuanto a productos, testigos de nuestra forma de hacer las cosas, pedimos productos ampliados, esto es, con más usos, emocionales y que nos generan experiencias de todo tipo, desde el juego, la sorpresa, el bienestar pero también son acordes con nuestra ética, y nuestra forma de usarlos. Son interactivos y flexibles pero a la vez sencillos. En definitiva, son productos muy vinculados al usuario porque éste participa en su creación, interactúa con él o le une a éste un vínculo emocional.

El producto cerámico, entre el urbanismo, la arquitectura y el interior de nuestros hogares, también está sujeto a esta continua evolución para adaptarse a los cambios de los usuarios. Así, sus funciones se amplían, sus propiedades se mejoran constantemente, se transfiere a otros elementos del hogar e incluso puede ser personalizada.

El conocimiento sobre el usuario es básico para que la empresa sea capaz de adaptarse a los profundos cambios que se están dando en el habitante y en el interior de sus hogares, con el objetivo de reducir la distancia entre lo que la empresa ofrece y lo que el habitante necesita.

1.1. Principales cambios en las unidades del hogar.

1.1.1. Pluralización de los modos de convivencia en España.

Consecuencias de la pluralidad de los tipos de hogar (Fuente: *Encuesta sobre Tendencias Familiares*, UNED):

- Incremento de los hogares monoparentales.

- Aumento de los hogares unipersonales, ya sea una situación deseada o no.
- Aumento de las familias reconstituidas.
- Nueva composición de las familias complejas.

1.1.2. Reducción del tamaño medio de los hogares.

Entre 1991 y 2001, el número de hogares ha aumentado casi un 20% frente a solo un 5% de crecimiento poblacional (Fuente: Censo 2001). Por lo que se deduce que hay más hogares, pero su número de miembros es más reducido, lo que hace que la media europea se sitúe por debajo de 2,4 miembros por hogar.

1.1.3. El hogar compartido.

Por otra parte, debido entre otras razones al retraso en la edad de emancipación de los hijos, han aumentado los hogares formados por tres o más adultos sin vínculos familiares. Este tipo de hogares tiene en España una presencia relativa muy superior a la que tiene en los países del centro y norte de la Unión Europea. Así, en 2006 un 23% de la población española vivía en este tipo de hogares mientras que en los países escandinavos alcanzaba sólo de un 2 a un 3% de la población, con una media en la Unión Europea (EU-15) del 11%.

2. NUEVAS UNIDADES DEL HOGAR

2.1. Yo soy mi familia.

Esta unidad familiar se compone de **una sola persona** caracterizada y aceptada por la sociedad abierta y tolerante en la que vive. Es decir, se trata de una persona que decide **libremente vivir solo** y de forma **independiente**. Siendo así, el individualismo y la búsqueda de la **satisfacción personal** son los rasgos que guían su vida en una sociedad con multitud de estilos de vida.

¿Qué presencia tienen los hogares unipersonales?

1 de cada 4 hogares en Europa es unipersonal. Lo que supone el 27,7% de los hogares europeos. O lo que es lo mismo, más de 54 millones de europeos viven solos.

Fuente: *Evolución de la Familia en Europa 2008*. Instituto de Política Familiar.

Ante estos datos, podemos decir que la tipología de hogar que más ha aumentado en los últimos años es la formada por una sola persona. Podemos identificar tres causas principales del crecimiento de estos hogares:

- Jóvenes solteros que deciden vivir solos (de los cuales dos hombres por cada mujer).
- El aumento del número de separaciones y divorcios (hogares masculinos en mayor medida).

- El envejecimiento de la población (mayoritariamente hogares femeninos).

¿Cómo es la persona que decide ser su propia familia?

Se trata de una persona joven de entre 25 y 35 años, en mayor medida hombres, que disponen de una situación laboral y económica favorable y que deciden vivir solos. Este grupo se caracteriza también por una **emancipación tardía elegida**, es decir, deciden abandonar el hogar paterno por elección propia, no por necesidad.

En general, son personas con mayores índices de consumo que el resto de hogares con dos o más personas. Este grupo concentran el **13% del gasto** nacional en productos de gran consumo (Fuente: TNS Worldpanel).

¿Cómo vive la persona que decide ser su propia familia?

Dado su carácter individualista, buscan casas y productos que reflejen su personalidad y con alta presencia de tecnología. Otras de sus preferencias son la funcionalidad y flexibilidad de los espacios, al mismo tiempo que productos que les faciliten sus acciones cotidianas, pero también de ese modo aprovechando el espacio.

2.2. Madre sola por elección.

Son mujeres que son madres solas porque así lo han decidido. Aunque el modelo de familia monoparental no es nuevo lo que sí que es realmente novedoso es que ya no se trata de una familia llegada a este punto de una forma circunstancial (a través de la separación o el enviudamiento), sino deseada y buscada.

¿Qué presencia tienen las familias monoparentales?

En primer lugar, podemos aportar los datos correspondientes a todos los hogares monoparentales, es decir, aquellos que corresponden tanto a los hogares cuyo origen es la viudedad, las separaciones o los divorcios, los embarazos adolescentes y los creados por elección personal. En España hay 1,3 millones de núcleos de madres con hijos, lo que supone un incremento del 41% en el periodo 1991-2001 (Fuente: INE).

¿Cómo es una familia de madre sola por elección?

Nos encontramos en nuestra sociedad ante un número creciente de mujeres que deciden ser madres a solas y que podemos describir como mujeres con recursos de distinta índole para sacar adelante a sus familias en solitario. Se trata, mayoritariamente, de mujeres solteras, entre 35 y 45 años, con estudios universitarios, con solvencia económica y que viven solas con sus hijos, habitualmente uno.

Por lo general, se trata de **hogares más pequeños, reducidos**, en primera instancia porque se prescinde de la figura paterna y, en segundo lugar, porque es un hogar con pocos hijos. Otro factor que influye es el proceso a seguir a la hora de tener un nuevo hijo, como es la adopción o el proceso de reproducción asistida, trámites por lo general muy costosos a todos los niveles.

Evidentemente, este modelo de familia no sería posible sin una autonomía de la mujer a todos los niveles, entre los cuales y muy importante la independencia económica, situación conseguida por las mujeres gracias a su **incorporación masiva al mercado laboral extradoméstico** durante las últimas décadas.

¿Cómo vive una familia de madre sola por elección?

Estos habitantes persiguen vivir en hogares flexibles, que eviten en todo momento la creación de jerarquías y posibiliten el establecimiento del diálogo entre los miembros del hogar. La funcionalidad y el aprovechamiento del espacio son algunas de las preferencias de este grupo.

2.3. La familia de dos.

Este nuevo modelo de hogar es fiel reflejo de una nueva mentalidad, aquella que en estudios sociológicos se conoce como una pareja sin hijos, donde cada pareja es un mundo que se construye a partir de las aspiraciones y voluntades de sus integrantes, que forman parte de una nueva generación de hombres y mujeres.

¿Qué presencia tienen las parejas sin hijos?

1991: 2 millones / 2001: casi 2,5 millones... **han crecido casi medio millón en 10 años y ya sobrepasan los 2 millones de hogares.** (Fuente: Censo 2001, INE)

17,3% del total de los hogares... **representan casi una quinta parte del total de los hogares.** (Fuente: Censo 2001, INE)

¿Cómo es una familia de dos?

Por lo general, son hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 25 y 40 años, de nivel adquisitivo medio o medio alto, que cohabitan en pareja, que buscan la realización personal, profesional y económica y que tienen claro que la paternidad/maternidad es más una decisión que una mera cuestión biológica determinada por la tradición. Se trata de un modelo relativamente nuevo, lo que la diferencia del modelo del pasado es que han elegido esta situación familiar voluntariamente, es decir, como símbolo de un cambio de ideales donde priman una mayor independencia, individualismo, dinamismo y cierto poder económico.

La expansión de este modelo ha sido una de las causas del fuerte descenso de los índices de natalidad, hasta el punto de que el 67% de los hogares europeos no tiene ningún hijo (Fuente: Informe evolución de la familia en España 2008. Instituto de Política Familiar.)

En cuanto a la formalización de este modelo de familia, predominan los **matrimonios civiles, la cohabitación** y cada vez más las **parejas de hecho** –modelo de convivencia que se ha multiplicado por 2,5 en 10 años según datos del INE- como una alternativa al matrimonio que permite una mayor prevención de cara a poner a prueba la compatibilidad, comprobar cómo resulta la convivencia entre los miembros de la pareja y ser una opción preventiva frente a un futuro que en ocasiones es incierto, ya que no siempre la pareja es para toda la vida.

¿Cómo vive una familia de dos?

Los habitantes que pertenecen a este tipo de unidad del hogar suelen ser jóvenes, de actitud muy activa, por lo tanto se persiguen espacios y productos que permitan la participación del usuario y que sean personalizables.

2.4. La familia negociadora.

En realidad, esta familia negociadora no esconde un modelo familiar sino otro que la familia formada por una **pareja con hijos**, donde el principal cambio lo encontramos en cómo los miembros de una familia, y fundamentalmente entre padres e hijos, se relacionan entre sí. Como explica el sociólogo Gerardo Meil Landwerlin “el término familia negociadora, recoge las características esenciales del **cambio en las relaciones entre las generaciones**. La emergencia de la familia negociadora es el corolario de la emergencia de un nuevo pacto conyugal entre los padres, caracterizado por el consenso y la conciliación de intereses y visiones distintas entre los cónyuges. Todo ello es fruto de la disolución de la familia patriarcal al hilo del proceso de individualización que se produce a lo largo de la segunda mitad del siglo XX”.

¿Qué presencia tienen las parejas con hijos?

Los hogares formados por una pareja con hijos, son los que tienen una mayor presencia en el conjunto de la sociedad española, suponen un 43% de los hogares españoles según el INE, aunque tienden a **disminuir ligeramente**, ya que constituyen el único tipo de hogar que tiene un crecimiento negativo a lo largo de los noventa.

¿Cómo es una familia negociadora?

Desde un punto de vista morfológico hablaríamos de una **familia reducida** que cada vez cuenta con menos miembros debido a que se tienen menos hijos. Su otro rasgo distintivo es la evolución en las relaciones existentes entre padres e hijos, como explica el sociólogo Gerardo Meil Landwerlin “el **respeto** como principio estructurador de las relaciones y como delimitador de los márgenes de cuestionamiento de la autoridad de los padres, ha sido sustituido por la **confianza**”.

Un rasgo que caracteriza a estas familias es el hecho de que muchas veces

forma **hogares compartidos**, o, como también se suelen designar: **hogares multigeneracionales**, ya que conviven en él 3 o más adultos. Este hecho se ha producido habitualmente en los hogares españoles, la diferencia es que en la actualidad la causa viene fundamentalmente motivada por el fenómeno de la emancipación tardía de los jóvenes que, al alargar su tiempo de estancia en el hogar paterno, genera una convivencia entre adultos.

¿Cómo vive una familia negociadora?

En este modelo de familia cobra especial importancia el equilibrio entre los **espacios individuales** (en busca de esa individualidad y libertad) al mismo tiempo que los espacios comunes, que buscan un **ambiente distendido**, reflejo de las nuevas relaciones entre padres e hijos. **Por otro lado, muestran un gran interés por** productos que les faciliten el día a día, aquellos que son versátiles que se adapten a los cambios que se vayan produciendo en los cambios de su hogar y los que inviten a la participación.

2.5. La familia reconstituida.

Se trata de un núcleo de convivencia que, a pesar de la percepción general de que se trata de un fenómeno nuevo, ha coexistido tradicionalmente con la familia nuclear. Lo que ha variado significativamente a lo largo de los años es quién compone estos hogares. Tradicionalmente, estaban formadas por parejas en las que al menos uno de los miembros era viudo/a, como dato, alrededor de un 15% de los matrimonios celebrados en España a comienzos del siglo pasado eran entre personas en que al menos una de ellas no era soltera (en esa época, viuda). Pero a día de hoy, la mayor de las causas es el divorcio, pues los cónyuges de la familia reconstituida suelen venir de matrimonios anteriores.

¿Qué presencia tienen las familias reconstituidas?

La información disponible sobre el alcance y características de este tipo de familias es muy escasa, a pesar de ser una realidad cada vez más visible. Según la definición del INE, que exige para considerar familia reconstituida la presencia de hijos no comunes en el hogar de una pareja, contamos con las siguientes cifras: en el 2006 un **2,3% del total de hogares** era familia reconstituida. Fuente: estimación a partir datos de Encuesta del CIS de 2006. "Nuevas formas de familia en España y en la UE". Lence y Guzmán, 2007.

¿Cómo es una familia reconstituida?

Este modelo de familia responde a un pensamiento y una forma de vivir abierta a los cambios, donde por diferentes circunstancias de la vida, ésta se plantea con cambios en las formas de convivencia en sucesivas etapas de la vida.

Se trata de un modelo familiar complejo, formado con trozos de familias ante-

riores, es decir, consta de una pareja que ya ha participado en una unión anterior y en la cual los hijos de relaciones anteriores se aportan a la nueva, más los hijos de ambos cónyuges en común. La organización y convivencia de esta familia es mucho más casual, menos formal y, por tanto, menos jerarquizada, lo que crea situaciones de mayor igualdad entre los diferentes miembros.

Dentro de esta familia surge lo que se conoce como fenómeno de "**niños viajeros**", donde los hijos de parejas separadas o divorciadas, mantienen una convivencia alternada entre las dos familias.

¿Cómo vive una familia recompuesta?

En general, podemos hablar de núcleos de convivencia en los que a medida que su vida evoluciona tienen necesidades diferentes, sobre todo debido al incremento y descenso, muchas veces constante, por lo que la flexibilidad y la posibilidad de que los espacios y productos puedan cambiar y adaptarse será una de las prioridades.

2.6. Mi otra familia.

Al igual que otras unidades del hogar comentadas anteriormente, este tipo ha estado presente en nuestra sociedad desde siempre, lo que ha variado es quién forma parte de este núcleo de convivencia. Antiguamente, generalmente lo integraban adultos con vínculos sanguíneos que no habían formado una familia, o bien habían enviudado (por ejemplo, un tío o una tía con su sobrino y dos primas o hermanas). Hoy en día, aunque sigue existiendo este tipo, surgen nuevos miembros en esta unidad de convivencia como personas jóvenes que no tienen ningún vínculo familiar entre sí.

¿Qué presencia tienen los hogares sin núcleo?

Si bien el peso de los **hogares sin núcleo** dentro del conjunto de hogares sigue siendo muy pequeño y no pasa del 5%, cada vez tienen más presencia. Es uno de los hogares que más han aumentado en los últimos años por detrás de los unipersonales y monoparentales –se han multiplicado por 2 en el periodo 1991-2001 según el INE-.

¿Cómo es 'mi otra familia'?

Existen diferentes motivos que influyen en la formación de este tipo de hogares. En algunos casos la ven como la única posibilidad de independencia ante la inseguridad económica, en otros, como una posibilidad ante el retraso en la formalización de la pareja y familia.

Podemos encontrar diferentes causas sociales, económicas y demográficas que explican el incremento de este tipo de núcleos de convivencia como la **eman-**

cipación tardía de los jóvenes, el aumento de la esperanza de vida, alto precio de la vivienda, las bajas pensiones o la extensión de los contratos basura.

¿Cómo vive 'mi otra familia'?

Dentro de este núcleo de convivencia es importante que cada uno de los integrantes pueda poseer su propio espacio habitacional. Sin embargo, los espacios comunes se convierten en una zona de interés elevado, por la gran actividad que se desarrolla. A su vez se busca que los productos sean económicos y simples.

3. CAMBIOS EN LOS PRODUCTOS DEL HOGAR. EVOLUCIÓN DE LA CERÁMICA

Acabamos de ver cómo son y cómo están cambiando nuestras casas para adaptarse a nuevas formas de ser, de vivir y de convivir. Dentro de estos recipientes se encuentra la segunda piel de nuestros hogares, son los productos que nos acompañan diariamente en nuestras acciones más cotidianas. Estos productos nos hablan de nosotros, de cómo hacemos las cosas, cómo pensamos, cuáles son nuestros gustos y también cuáles nuestras preocupaciones.

Entonces, ¿cómo están cambiando nuestros productos?, ¿qué les pedimos y qué nos ofrecen?, en definitiva: ¿qué nuevas formas de hacer las cosas están surgiendo?

Damos por sentado que pedimos calidad y funcionalidad a los productos, por supuesto, pero esta base es ya intrínseca a lo que ha de ser un buen diseño y, por lo tanto, está superada. Desde sus orígenes, el diseño tiene como objetivo y finalidad esencial solucionar un problema, ofrecer una solución que mejore la relación persona-producto y, por tanto, mejorar su calidad de vida.

Uno de los aspectos que más ha variado en estos años es la emocionalidad con la que hacemos las cosas, que se traduce en una búsqueda incesante de experiencias en nuestros hogares y en la búsqueda de afinidad o de vínculos entre los productos y el propio usuario, es decir, que estos sean una proyección de nuestra forma de ser, nuestra ética, nuestros gustos. Wenceslao Rambla, experto en estética, habla de recuerdos objetuales, "que son en cierta manera únicos y tienen un fuerte vínculo emocional con el sujeto/poseedor".

Pongamos un ejemplo, ya no se trata solo de comer, sino de cuidarse, disfrutar o experimentar. Pensemos entonces cómo ha evolucionado el hecho de cocinar estos últimos años, de una cocina de subsistencia a una cocina casi profesional o de autor, de la olla a presión al soplete de cocina, de los tarros de especias a los pequeños invernaderos de plantas aromáticas.

Este cuestionamiento y búsqueda de nuevas funciones dan lugar a una serie de productos que amplían y multiplican sus usos, con lo que aumenta su valor percibido por el usuario y se aproxima cada vez más a éste. Son productos ampliados.

A través de esta ponencia analizamos cuáles son los caminos que se están proponiendo empresas y diseñadores para desarrollar este tipo de productos, mucho más cercanos a la forma que tenemos de hacer las cosas, más interactivos, flexibles, eficientes, y, sobretodo, emocionales. Estos serán los productos que nos acompañarán a partir de ahora en nuestra cotidianeidad.

Dentro de este contexto complejo de productos ampliados introducimos 7 líneas que se están desarrollando actualmente. Estas líneas se producen gracias a dos factores principales, la participación del usuario en el producto y la innovación material o social de los productos.

3.1. Producto multifuncional y versátil.

Debido a la cada vez mayor reducción de los espacios y a la polivalencia y flexibilidad de los mismos (descanso, socialización, ocio etc.) se busca una gran versatilidad en los objetos, de forma que puedan dar respuesta a las diferentes situaciones y necesidades.

Se trata de productos transformables, en ocasiones escondidos, que adquieren diversas funciones a lo largo del día, adaptándose in situ a las diferentes acciones de sus usuarios. Se busca la polivalencia, la rentabilidad de los objetos y del espacio. De hecho, productos cerámicos que recubren superficies pueden llegar a crear espacios ocultos para el almacenamiento o a incluir diversas funcionalidades.

3.2. Producto facilitador e intuitivo.

Aspectos como la seguridad y el bienestar son cada vez más valorados en los productos del hogar. Los objetos están proyectados para facilitar las acciones cotidianas, siendo más ergonómicos, más intuitivos, más fáciles de utilizar, gracias a una tecnología que se pone al servicio del ser humano.

Encontramos entonces recubrimientos cerámicos cada vez más ergonómicos, seguros e higiénicos, con sistemas domóticos integrados y sensores que la hacen interactuar con el usuario.

3.3. Producto con uso no habitual y creativo.

Se plantean usos inusuales, o más bien no tradicionales, de materiales y productos. Por ello, se produce una exploración de las características físicas y técnicas de los materiales: se ponen a prueba sus propiedades, unos materiales se inspiran en otros, etc.

Se da una transferencia de materiales de unos a otros sectores, en ella, la

cerámica entra a formar parte del mobiliario, aprovechando así sus altas prestaciones técnicas en otro tipo de productos.

3.4. Producto responsable y eficiente.

Son objetos que hacen más sostenibles nuestras acciones cotidianas y que son acordes con una nueva idea de bienestar. Esta puesta en práctica del diseño sostenible no sólo se ocupa de la parte productiva sino del uso y vida de los objetos.

En este sentido, se están mejorando continuamente los sistemas de producción cerámica, son cada vez más eficientes, consumen menos energía y recursos e incluso se recicla el material cerámico. En cuanto al uso, se están desarrollando sistemas de recubrimiento de colocación mecánica que permiten una fácil reposición y desmontaje de las piezas cerámicas.

3.5. Producto interactivo y participativo.

Vemos como las tecnologías de la información empiezan a extenderse también hacia los objetos que nos rodean en nuestras casas, aportando funcionalidades innovadoras. A modo de ejemplo, ya es posible la personalización de productos gracias a tecnologías de producción flexibles y a las TIC que conectan al usuario con el centro de producción. Este es el caso de los recubrimientos cerámicos que reproducen imágenes ad hoc.

3.6. Producto sencillo y remade.

Nace de un cambio de actitud frente al consumo: consumir menos pero mejor. Son objetos hechos para durar, que se pueden arreglar y modificar con el paso del tiempo, bien adecuándose a las necesidades del usuario o bien adquiriendo otros usos.

Se trata de objetos ingeniosos y creativos generados a partir de recursos mínimos, en los que existe una búsqueda hacia lo esencial. La cerámica se torna neutra y básica, con el objetivo de permanecer atemporal, al mismo tiempo que se investigan sistemas de colocación mecánica para interiores que permiten reparaciones cada vez más sencillas de los elementos estructurales del hogar.

3.7. Producto experimental y sensorial.

La continúa investigación y desarrollo de nuevos materiales, sus aplicaciones y la utilización de materiales híbridos está propiciando que los objetos cotidianos adquieran propiedades y usos nunca antes imaginados en los cuales el usuario tiene una gran implicación.

Surge una generación de materiales y objetos que pasan de ser pasivos a ser activos. Son objetos inteligentes que ahora acogen otras funciones como darnos información de una forma muy sutil o interaccionan con el usuario por medio de sensores. Es entonces cuando las superficies cambian de color con el calor, o reaccionan ante nuestra presencia.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos el apoyo recibido por parte de la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y por el IMPIVA (Generalitat Valenciana).

BIBLIOGRAFÍA

- [1] ABURDENE, P. El surgimiento del capitalismo consciente. Barcelona: Granica, 2006.
- [2] BECK-GERNSHEIM, E. La postfamilia. Barcelona: Paidós, 2003.
- [3] BLASCO, B y VARIOS AUTORES. La casa. Evolución del espacio doméstico en España. Madrid: Ediciones El Viso, 2006.
- [4] BORGHESSI, M. Secularización y nihilismo. Cristianismo y cultura contemporánea. Madrid: Ediciones Encuentro, 2007.
- [5] CASTELLS, M. y BORJA, J. Local Global. La gestión de las ciudades en la era de la información. Madrid: Grupo Santillana, 2004.
- [6] CIBIC, A. y CIBIC&PARTNERS. Microrealities. A project about places and space. Milán Skita Editore, 2006.
- [7] CORNELLA, A., RUCABADO, S. Futuro Presente. El futuro es atreverse hoy. 101 Ideas-Fuerza para entender las próximas décadas. Barcelona: Ediciones Deusto, 2006.
- [8] DELGADO, M. (Coord.) Encuesta de Fecundidad, familia y valores, 2006. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, col. Opiniones y Actitudes nº 59, 2007.
- [9] FERNÁNDEZ, E. Homo Sampler. Tiempo y consumo en la era Afterpop. Barcelona: Editorial Anagrama, Colección Argumentos, 2008.
- [10] FLAQUER, L; ALMEDA, E; Y NAVARRO, L. Monoparentalidad e infancia. Barcelona: La Caixa, 2006.
- [11] GLADWELL, M. The tipping point. How little things can make a big difference. Boston: Little, Brown and Company, 2000.
- [12] GUZMAN, M. y LENCE, C. Nuevas formas de familia en España y en la UE, Actas del IX Congreso de Sociología. Barcelona, 2007
- [13] LIPOVETSKY, G. La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo. Barcelona: Editorial Anagrama, Colección Argumentos, 2007.
- [14] LLEÓ, B. Y SAMBRICIO, C. Informe habitar. Madrid: Empresa Municipal de Vivienda y Suelo, 2006.
- [15] MEIL, G. Las uniones de hecho en España. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, col. Monografías nº 201, 2003.
- [16] MEIL, G. Relaciones padres – hijos en la España de hoy, Colección de estudios sociales nº 19. Barcelona: Fundación La Caixa, 2006.

- [17] MITCHELL, W. E-topía. Vida urbana Jim; pero la que nosotros conocemos. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
- [18] MONTEYS, X. y FUERTES, P. Casa Collage. Un ensayo sobre la arquitectura de la casa. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- [19] PASCUAL, M. En qué mundo vivimos. Conversaciones con Manuel Castells. Madrid: Alianza Editorial, 2006.
- [20] ROUSSEL, L. Fertility and Family, Consultant's report to the ECE/Council of Europe/ UNFPA. Ginebra: European Population Conference, 1993.
- [21] SÁNCHEZ, M. R. Las familias del futuro: tendencias y escenarios en el nuevo siglo. Madrid: Grupo de estudios sobre Tendencias Sociales, Ed. Sistema, 2001.
- [22] TAYLOR, C. A Secular Age. Cambridge (Massachusetts) y Londres: Harvard University Press, 2007.
- [23] VARIOS AUTORES. Designcity. Design for urban space and the design city discusión. Berlín: Transform-Berlin, 2006.
- [24] VARIOS AUTORES. Eco-barríos en Europa. Nuevos entornos residenciales. Madrid: Empresa Municipal de Vivienda y Suelo, 2005.
- [25] VARIOS AUTORES. Habitar el presente. Vivienda en España: sociedad, ciudad, tecnología y recursos. Madrid: Ministerio de Vivienda, 2006.
- [26] VARIOS AUTORES. La vivienda que aún no tenemos. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2002.
- [27] VARIOS AUTORES, London School of Economics and Deutsche Bank's Alfred Herrhausen Society. The endless city. Londres: Phaidon, 2008.
- [28] VARIOS AUTORES. II Congreso La Familia en la Sociedad del siglo XXI. Libro de ponencias. Madrid: FAD (Fundación de Ayuda contra la drogadicción), 2004.
- [29] VERDÚ, V. Yo y tú. Objetos de lujo. El personismo: la primera revolución social del siglo XXI. Barcelona: Debate, 2006.