

PREMIOS

Els premis dels joves arquitectes

PREMIOS

Los premios de los jóvenes arquitectos

PREMIOS

The awards of young architects

AJAC VI Premi Joves Arquitectes
AJAC VI Premio Jóvenes Arquitectos
AJAC 6th Young Architects Awards

Edita | Published by:

Agrupació de Joves Arquitectes de Catalunya (AJAC) | Agrupación de Jóvenes Arquitectos de Cataluña (AJAC) | Association of Young Architects of Catalonia (AJAC)

Junta Directiva de l'AJAC | Junta Directiva de la AJAC | AJAC Board of Directors

Presidenta | president:

Iris Moyés Polo

Vicepresidenta | vice president:

Anna Ramos Sanz

Secretari | Secretario | secretary:

Gianfranco la Cognata

Tresorer | Tesorero | treasurer:

Jordi Portal Liaño

Vocals | Vocales | board members:

Albert Casanovas Rancaño

Rosa Bosch Palau

Bibiana Millán López

Coordinadora | Coordinator:

Pili Iglesias Estellés

Directors de la publicació | Directores de la publicación | Directors of publication:

Junta directiva de l'AJAC
 directiva de la AJAC

Coordinació de la publicació
Coordinación de la publicación
Coordination of publication:

Pili Iglesias Estellés

Traduccions | Traducciones | translations:

Elaine Fradley

Anna Campeny

Disseny gràfic | Diseño gráfico

Graphic design:

Pau de Riba | Guillem Cardona

Fotografies | Fotografías | Photographs:

Segons els autors de cada projecte

Según los autores de cada proyecto

According to architect and project

Impressió | Impresión | Printing:

El Tinter

Distribució | Distribución | Distribution:

AJAC

Carrer Arcs 1-3

08002 Barcelona

T +34 93 306 78 28

ajac@coac.net

www.coac.net/ajac

BOOKS ON THE MOVE ACTAR, SL

Carrer Roca i Batlle 2

08023 Barcelona

T + 34 93 418 77 59

F +34 93 418 67 07

office@actar-d.com

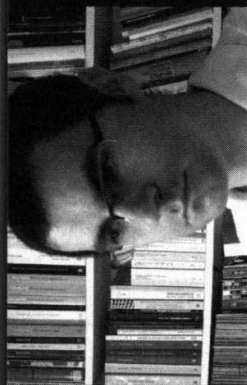
www.actar-d.com

Agraïments | Agradecimientos | Our thanks:

A tots els membres del jurat. A tots els arquitectes que han presentat un projecte per optar al premi. Als més de 220 agrupats que donen suport a les accions que es proposen des de l'AJac.

A todos los miembros del jurado. A todos los arquitectos que han presentado un proyecto para optar a un premio. A los más de 220 agrupados que dan su apoyo a las acciones que se proponen desde la AJAC.

To all the members of the Jury. To all the architects who submitted projects to the awards. To the over 220 associates who support the activities proposed by the AJAC.



David Hernández
Falagán

Marqués de Campo Sagrado
28, 2n 1a. 08015 Barcelona
652 686 441
dhfala@gmail.com

David Hernández Falagán, Arquitecte per l'ETSAV (2002), màster en Laboratori de l'Habitatge del Segle XXI (2006) i màster en Teoria i Història de l'Arquitectura (2009) per la Universitat Politècnica de Catalunya.

Compagina l'exercici de la seva activitat professional amb una variada producció cultural. És autor d'articles relacionats amb l'urbanisme i l'habitatge, especialment com a col·laborador habitual de la revista *Arqscoal*. Ha estat comisari de l'exposició «Salamanca, Siglo XXI, Plaza Mayor», dedicada a l'exploració de les funcions i possibilitats dels espais públics als centres històrics de les ciutats, i coordinador de la investigació per a la mostra «Habitar el presente» sobre l'habitatge contemporani a Espanya.

És professor en el màster Laboratori de l'Habitatge del Segle XXI i coordinador editorial de la seva publicació *Experiencias*. El 2006 fou guardonat amb el Premi AJAC.

David Hernández Falagán, Arquitecto por la ETSAV (2002), máster en Laboratorio de la Vivienda del Siglo XXI (2006) y máster en Teoría e Historia de la Arquitectura (2009) por la Universidad Politécnica de Cataluña.

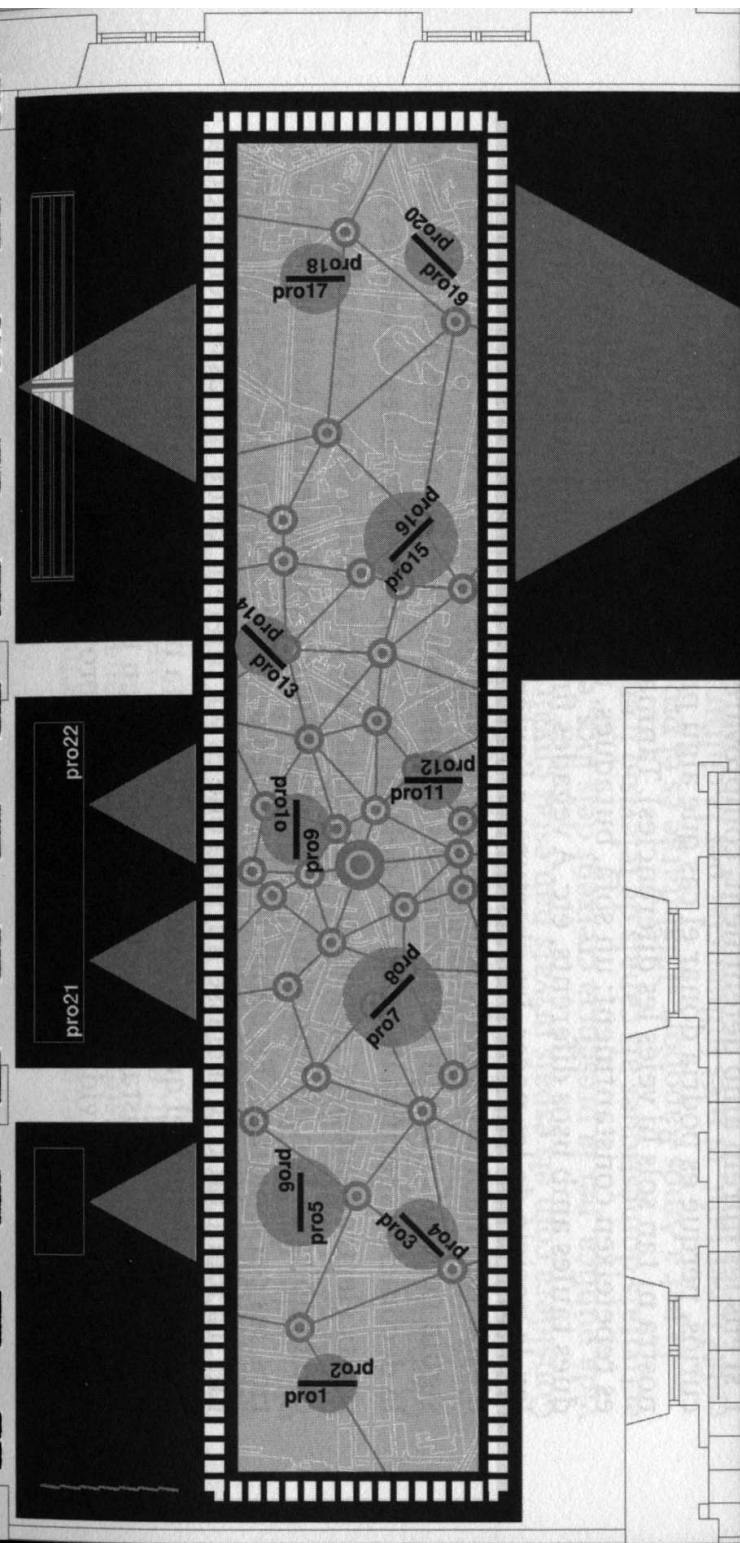
Compagina el ejercicio de su actividad profesional con una variada producción cultural. Es autor de artículos relacionados con el urbanismo y la vivienda, especialmente como colaborador habitual de la revista *Arqscoal*. Ha sido comisario de la exposición «Salamanca, Siglo XXI, Plaza Mayor», dedicada a la exploración de las funciones y posibilidades de los espacios públicos en los centros históricos de las ciudades, y coordinador de la investigación para la muestra «Habitar el presente» sobre la vivienda contemporánea en España.

Es profesor en el máster Laboratorio de la Vivienda del Siglo XXI y coordinador editorial de su publicación *Experiencias*. En 2006 fue galardonado con el Premio AJAC.

David Hernández Falagán, David Hernández Falagán qualified as an architect at the Vallès School of Architecture (ETSAV, 2002), and gained Master's degrees in the 21st Century Housing Laboratory (2006) and in Theory and History of Architecture (2009) at the Polytechnic University of Catalonia (UPA).

He combines his professional activity with a varied cultural body of work. He is the author of articles on urbanism and housing, especially as a regular contributor to *Arqscoal* magazine. He curated the exhibition «Salamanca, 21st Century, Town Square», which explored the functions and possibilities of public space in historic centres, and coordinated research for the «Living in the Present» show about contemporary housing in Spain.

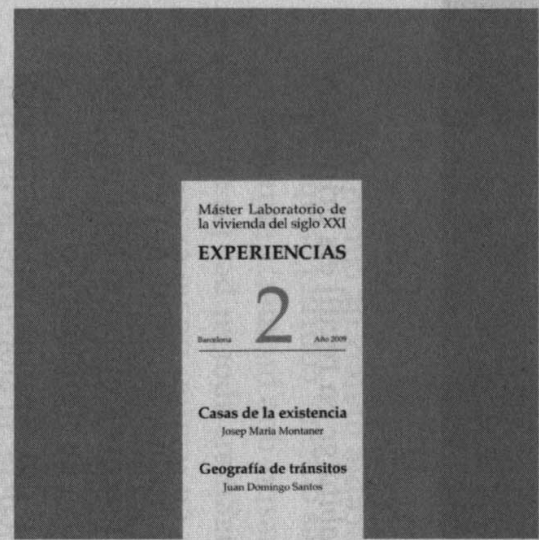
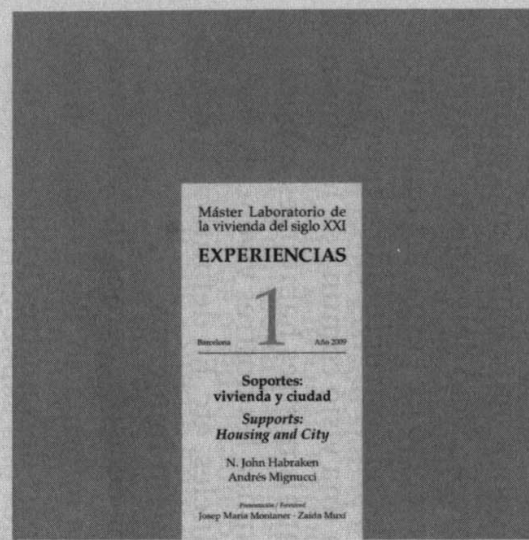
He lectures in the Master's degree on the 21st Century Housing Laboratory and is the editorial coordinator of its publication *Experiencias*. In 2006, he was awarded the AJAC Award.



Exposició «Salamanca, Siglo XXI, Plaza Mayor»
| 2006 | amb Luis Ignacio Barrero



Habitatges HPO | 2008 | Saragossa
| amb Maurizio Rodríguez Torriano



Publicació **Experiencias**
| 2009 | amb Isabel Aparici

Aquest breu resum de l'assaig *Construcció social de l'habitatge* en recull els principals punts d'interès i algunes de les conclusions.

Una selva de símbols

L'habitatge es planteja com una entitat complexa aferrada a la rutina del viure quotidià, però també ancorada en l'intricat món dels referents simbòlics, tant personals com socials. Les llars, atapeïdes d'objectes-significants i de significats, a vegades inconscients, semblen jungles frondoses i agrestes als qui desconeixen els viarany que permeten d'orientar-se. Semblen selves, potser selves de símbols, en les quals val la pena aturar-se. La construcció social de la realitat com a marc teòric ens confirma la capacitat del subjecte humà com a agent en la representació dels objectes de coneixement. El món exterior no és el que imposa una percepció de l'espai als individus, sinó que l'experiència històrica d'una societat es reflecteix estructurada a través de representacions. La pertinença a una cultura genera una visió comuna de les dimensions físiques de la realitat. La mirada en profunditat als nostres habitatges explica moltes més coses que la seva pròpia arquitectura. Explica les nostres vivències, les nostres activitats, les nostres religions, els nostres vincles, etc. En definitiva, la nostra implicació en el mode de vida de la cultura en què estem immersos.

Els canals de comunicació tenen una importància decisiva, perquè incideixen en les operacions cognitives dels qui som receptors de la informació. Per exemple, fixem-nos específicament en una de les peces que formen part dels nostres habitatges: la sala d'estar (se'n digui saló, *living* o sigui quina sigui la denominació que s'atorgui a l'àmbit que compleix d'alguna manera la funció d'estança o espai compartit per tots els ocupants de la llar). En els mitjans de comunicació hi podem trobar diverses sales i, si ens les mirem amb deteniment, comprovarem que no n'hi ha dues d'iguals (és curiós, perquè es podria donar el cas que algú procedent d'una cultura diferent de la nostra ni tan sols hi veiés les diferències). Tanmateix, els elements que les componen es repeteixen constantment: un sofà, butaques, un televisor, alguna llibreria, una o dues taules amb usos diferents, etc. A vegades fins i tot la configuració pot ser similar, la posició de les peces, les obertures a l'exterior... No és pas casual que les sales d'estar dels habitatges reals estudiats en l'assaig que aquestes línies resumeixen no siguin gens diferents de les transmeses pels mitjans. Però els matisos d'interiorisme, la decoració específica de cadascun dels salons, els objectes, quadres, artefactes o petits electrodomèstics responen a cadascun dels territoris o selves particulars de cada habitant. Són els seus símbols, els signes que n'expliquen els desitjos, les històries, les personalitats. En definitiva, les eines de construcció de les seves pròpies realitats. La identitat d'una classe mitjana que es vol diferenciar de la classe treballadora a través de l'espai, el qual es converteix d'aquesta manera en un símbol identificatiu de pertinença classista. Convertir un habitatge en una llar és projectar-hi els valors amb els quals l'individu se sent identificat; és apropiar-se de l'espai atorgant-li signifi-

cats personals que tenen poc a veure amb les intencions originals de l'arquitecte. Per aquests motius, l'austeritat, que fa dècades va donar pas al desplegament simbòlic de la postmodernitat, encara es troba lluny del comportament actual del qual som espectadors i participants. La construcció social d'un habitatge va molt més enllà de la seva configuració arquitectònica. Els símbols són un material més que no podem obviar des del moment que la pertinença de l'individu a una cultura s'expressi a través de la representativitat del seu espai.

Globalització domèstica

No és nou el concepte de «telépolis», encunyat per Javier Echevarría, que reconeix la importància que han tingut en els àmbits domèstics els processos de globalització. Considera com els espais privats han estat envaïts per múltiples representacions de la vida pública, per la presència creixent dels jocs, els entreteniments, les converses i les activitats domèstiques als canals de televisió i, en general, als mitjans de comunicació.

Si per a Amos Rapoport «l'habitatge és el producte més típic del disseny vernacular i, per tant, el més influenciat per la cultura», en paraules de Javier Echevarría «circulen per les cases representacions de formes culturals molt diverses, a més de geogràficament allunyades». Això permet un sistema d'identificació més complex i variat que el que és habitual en les cultures sedentàries. No hi ha cap dubte que contemplem una internacionalització de la vida domèstica que genera cultures i hàbits mestissos en gran part dels ciutadans. Tenim accés a tot un conjunt d'universos simbòlics molt més variats del que era habitual fa unes quantes dècades.

És un fet que la majoria de les fonts d'imaginari consultades no ho són exclusivament de l'àmbit local analitzat. Al contrari, n'hi ha unes quantes que fins i tot són originàries d'altres països, com ara les pel·lícules nord-americanes o els catàlegs suecs d'Ikea. Ens podríem preguntar si l'èxode recent als habitatges unifamiliars suburbans s'hauria produït sense la inspiració cultural rebuda a través dels mitjans. O si la decoració dels nostres habitatges ja no s'assembla a la dels nostres pares per causa d'una nova tradició comercial. O si el rol discriminatori que els mitjans assignen a la dona en l'àmbit domèstic és també responsable d'una actitud real pròpia de la nostra cultura. Ens podríem preguntar a quina cultura pertanyen els nostres símbols; o si els valors que transmeten són els que ens pertanyen o són altres valors als quals se'ns ha induït. En les societats en les quals ha tingut influència, la globalització ha aportat un conjunt de valors que tenen una repercussió perillosa per a les ciutats i per a les persones: l'individualisme, les noves formes de segregació, la metapolització, la deslocalització... Molts d'aquests valors viatgen fins a les nostres llars a través de les ones mediàtiques i converteixen en quotidià allò que en realitat no ho és. Un exemple: la privatització dels espais públics que reflecteix l'imaginari aportat per les empreses immobiliàries no aporta els valors de seguretat i benestar que promet; i tanmateix atempta contra el creixement sostenible de les nostres ciutats, contra l'estabilitat de les relacions socials i veïnals, o fins i tot contra el concepte mateix de ciutadania.

Desviació arquitecte-usuari

La satisfacció residencial es podria constituir en un concepte adient per definir si l'usuari aprofita realment la posada en pràctica dels coneixements de l'arquitecte; o

si, al contrari, es veu obligat a «reconstruir» el seu habitatge a fi de satisfer les pròpies necessitats. El que resulta evident és que, si més no, és habitual la reconstrucció «simbòlica» de l'habitatge, cosa que, a vegades, pot repercutir en la configuració arquitectònica de la residència. No és difícil de comprendre aquesta desviació d'interessos entre arquitecte i usuari, si prenem com a referència l'imaginari que l'un i l'altre han aplegat al llarg de la seva vida. Si posem atenció a les imatges dels habitatges publicades a les revistes d'arquitectura o fins i tot a les revistes de decoració, ens adonem de les diferències insalvables entre aquestes i la resta: en un cas, la presència humana ha estat completament eradicada, mentre que en els altres les persones i els seus objectes formen part del conjunt. Només els arquitectes som capaços d'imaginar els habitatges sense les persones. En tots els dibuixos fets per nosaltres veiem que persones amb nom i cognoms es converteixen en protagonistes d'una sèrie d'imatges sol·licitades sota el títol «dibuixa casa teva».

L'educació de l'arquitecte ha convertit la seva imatge de l'habitatge en una sèrie d'artefactes racionalistes desposseïts de cap mena de simbologia, quan no en símbols en si mateixos de difícil traducció per a l'usuari. Probablement aquí radiqui l'interès que han de tenir per a nosaltres les ciències socials aplicades a l'anàlisi de l'entorn construït. El projecte d'un habitatge, per sobre de qualsevol altre, no s'hauria de realitzar sense la visió interdisciplinària que posa de manifest el programa i les necessitats reals de l'usuari. Resulta paradoxal que determinats projectes que no han observat gens ni mica aquesta premissa siguin qualificats de «racionalistes». El paper de l'arquitecte no abasta la «re-construcció social» que finalment l'usuari fa del seu habitatge, però preveure-la afavorirà la qualitat del disseny definitiu.



Vivendes aparegudes a la premsa rosa



Vivendes reals

... o quizás algo así.

BRICOLAJE
CONSTRUCCIÓN
DECORACIÓN
JARDINERÍA

¿Y tú, cómo lo decorarías?
Precios especiales
hasta el 26 de Diciembre

LEROY MERLIN

BRAGAMOSLO VINTOS

Contribución invisible. Éxito visible.

Contribución invisible. Los beneficios de nuestros innovadores materiales de construcción no se ven a simple vista, pero se notan. Son más eficientes, proporcionan un mejor aislamiento, y ayudan a obtener un substancial ahorro de energía.

Éxito visible. Como cambiar en muchos sectores industriales, desarrollamos y optimizamos productos como listas para hacerlos mejores. Los resultados de nuestra optimización son visibles y permiten mejorar productos, aumentar la calidad y reducir costes. Así colaboramos con el resto de nuestros clientes y a la medida de la calidad de vida de todos nosotros... www.basf.com/bsce

BASF
The Chemical Company

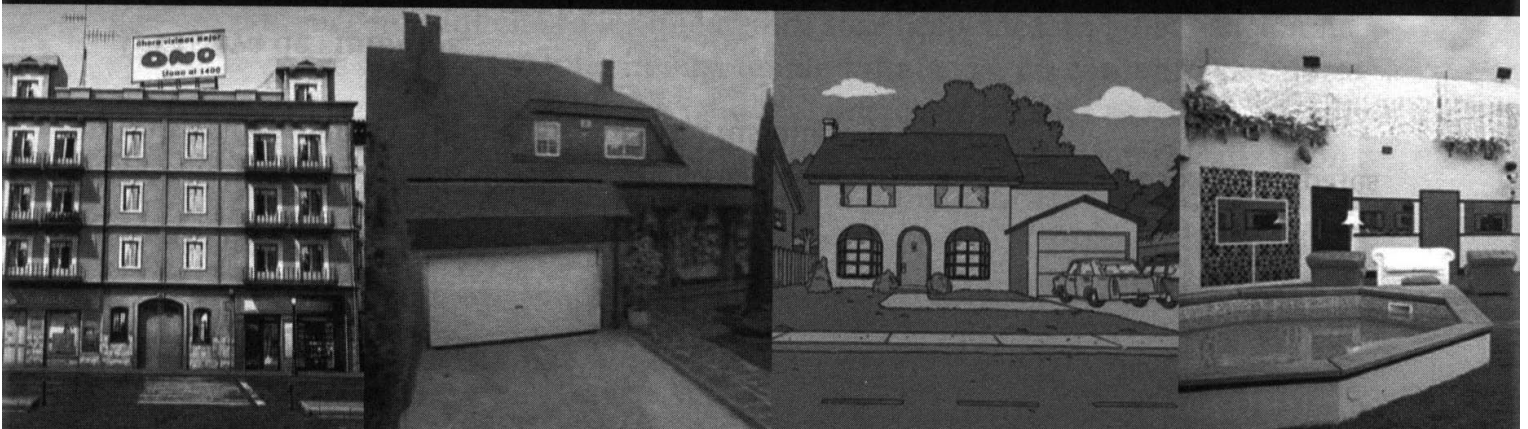
Un ambiente que conquistará...

Descubre las posibilidades en el área cultural de áreas con paredes con maderas naturales y paredes blancas locadas en blanco en

A ANT HAUS

La casa de tus sueños...

Vivendes aparegudes en anuncis



Vivendes aparegudes a la televisió

Este breve resumen del ensayo *Construcción social de la vivienda* recoge los principales puntos de interés y algunas de sus conclusiones.

Una selva de símbolos

La vivienda se plantea como una entidad compleja aferrada a la rutina del vivir cotidiano, pero también anclada en el intrincado mundo de los referentes simbólicos, tanto personales como sociales. Los hogares, atiborrados de objetos-significantes y de significados a veces inconscientes, parecen junglas frondosas y agrestes para quienes desconocen las veredas que permiten orientarse. Parecen selvas, quizás selvas de símbolos, en las que vale la pena detenerse. La construcción social de la realidad como marco teórico nos confirma la capacidad del sujeto humano como agente en la representación de los objetos de conocimiento. El mundo exterior no es el que impone una percepción del espacio a los individuos, sino que la experiencia histórica de una sociedad se refleja estructurada a través de representaciones. La pertenencia a una cultura genera una visión común de las dimensiones físicas de la realidad. La mirada en profundidad a nuestras viviendas explica mucho más que su propia arquitectura. Explica nuestras vivencias, nuestras actividades, nuestras religiones, nuestros vínculos, etc. En definitiva, nuestra implicación con el modo de vida de la cultura en la que estamos inmersos.

Los canales de comunicación tienen una importancia decisiva, puesto que inciden en las operaciones cognitivas de quienes somos receptores de la información. Por ejemplo, fijémonos de una manera específica en una de las piezas que forman parte de nuestras viviendas: la sala de estar (llámese salón, *living* o cualquier otra denominación que se otorgue al ámbito que cumple de algún modo la función de estancia o espacio compartido por todos los ocupantes del hogar). En los medios de comunicación podemos encontrar diversas salas y, si las miramos detenidamente, comprobaremos que no hay dos iguales (es curioso porque podría darse el caso de que alguien proveniente de una cultura diferente a la nuestra ni siquiera encontrase diferencias entre ellas). Sin embargo, los elementos que las componen se repiten constantemente: un sofá, sillones, un televisor, alguna librería, una o dos mesas con diferentes usos, etc. Incluso la configuración en ocasiones puede resultar similar, la posición de las piezas, las aperturas al exterior... No es casual que las salas de estar de las viviendas reales estudiadas en el ensayo que resumen estas líneas no sean en absoluto diferentes de las transmitidas por los medios. Pero los matices de interiorismo, la decoración específica de cada uno de los salones, los objetos, cuadros, artefactos o pequeños electrodomésticos responden a cada uno de los territorios o selvas particulares de cada habitante. Son sus símbolos, los signos que explican sus deseos, sus historias, sus preferencias, sus personalidades. En definitiva, las herramientas de construcción de sus propias realidades. La identidad de una clase media que trata de diferenciarse de la clase trabajadora a través del espacio que se convierte, de esta

manera, en un símbolo identificativo de pertenencia clasista. Convertir una vivienda en hogar es proyectar en ella los valores con los que el individuo se siente identificado; es apropiarse del espacio otorgándole significados personales que tienen poco que ver con las intenciones originales del arquitecto. Por estos motivos la austeridad, que hace décadas dio paso al despliegue simbólico de la postmodernidad, sigue lejos del comportamiento actual del que somos espectadores y partícipes. La construcción social de una vivienda va mucho más allá de su configuración arquitectónica. Los símbolos son un material más que no podrá ser obviado desde el momento en que la pertenencia del individuo a una cultura sea expresada a través de la representatividad de su espacio.

Globalización doméstica

No es nuevo el concepto de «telépolis», acuñado por Javier Echevarría, que reconoce la importancia que han tenido en los ámbitos domésticos los procesos de globalización. Considera cómo los espacios privados han sido invadidos por múltiples representaciones de la vida pública, por la creciente presencia de los juegos, los entretenimientos, las conversaciones y las actividades domésticas en los canales de televisión y, en general, en los medios de comunicación.

Si para Amos Rapoport «la vivienda es el producto más típico del diseño vernacular y, por lo tanto, el más influenciado por la cultura», en palabras de Javier Echevarría «circulan por las casas representaciones de formas culturales muy diversas, además de geográficamente alejadas». Esto permite un sistema de identificación más complejo y variado que el habitual en las culturas sedentarias. No cabe duda de que contemplamos una internacionalización de la vida doméstica que genera culturas y hábitos mestizos en una gran parte de los ciudadanos. Tenemos acceso a un conjunto de universos simbólicos mucho más variados de lo que era habitual hace unas décadas.

Es un hecho que la mayoría de las fuentes de imaginario consultadas no lo son exclusivamente del ámbito local analizado. Por el contrario, varias de ellas incluso son originales de otros países, como las películas norteamericanas o los catálogos suecos de Ikea. Podríamos preguntarnos si el reciente éxodo a las viviendas unifamiliares suburbanas se hubiera producido sin la inspiración cultural recibida a través de los medios. O si la decoración de nuestras viviendas ha dejado de parecerse a la de nuestros padres por una nueva tradición comercial. O si el rol discriminatorio que le es asignado a la mujer en el ámbito doméstico en los medios es del mismo modo responsable de una actitud real propia de nuestra cultura. Podríamos preguntarnos a qué cultura pertenecen nuestros símbolos; o si los valores que transmiten son los que nos pertenecen o aquellos a los que hemos sido inducidos. La globalización ha aportado, en las sociedades en las que ha tenido influencia, un conjunto de valores que tienen una repercusión peligrosa para las ciudades y para las personas: el individualismo, las nuevas formas de segregación, la metapolización, la deslocalización... Muchos de estos valores viajan a través de las ondas mediáticas hasta nuestros hogares, convirtiendo en cotidiano lo que realmente

no lo es. Un ejemplo: la privatización de los espacios públicos que refleja el imaginario aportado por las empresas inmobiliarias no aporta los valores de seguridad y bienestar que promete; y, sin embargo, atenta contra el crecimiento sostenible

de nuestras ciudades, contra la estabilidad de las relaciones sociales y vecinales o incluso contra el propio concepto de ciudadanía.

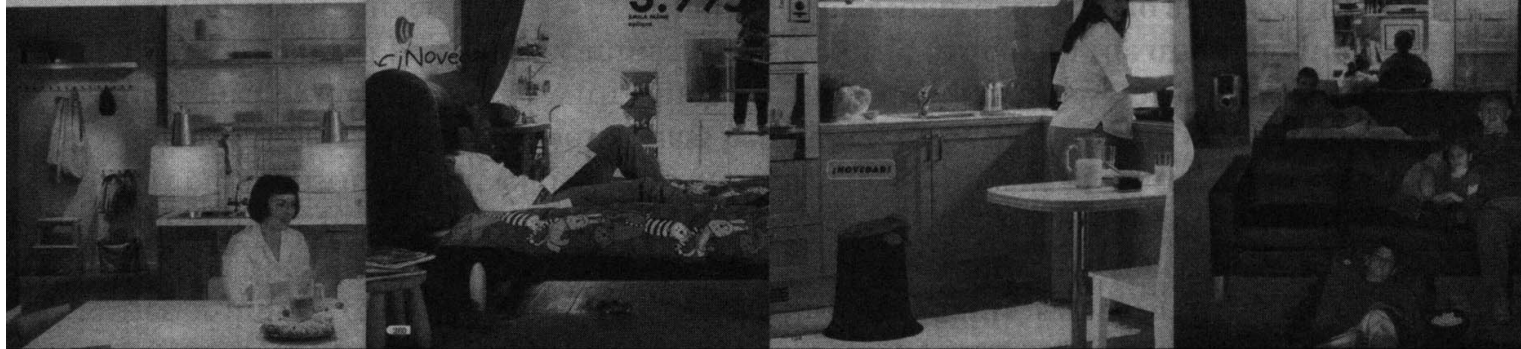
Desviación arquitecto-usuario

La satisfacción residencial podría constituirse en un concepto adecuado para definir si la puesta en práctica de los conocimientos del arquitecto es realmente aprovechada por el usuario, o si, por el contrario, éste último se ve obligado a «reconstruir» su vivienda para satisfacer sus necesidades. Lo que resulta evidente es que al menos es habitual la reconstrucción «simbólica» de la vivienda, lo cual en ocasiones puede repercutir en la configuración arquitectónica de la residencia. No es difícil de comprender esta desviación de intereses entre arquitecto y usuario, si tomamos como referencia el imaginario que uno y otro han aprehendido a lo largo de su vida. Prestando atención a las imágenes de las viviendas publicadas en revistas de arquitectura o incluso en las revistas de decoración, nos damos cuenta de las diferencias insalvables entre éstas y el resto: en un caso la presencia humana ha sido erradicada por completo, mientras que en los otros las personas y sus objetos forman parte del conjunto. Sólo los arquitectos somos capaces de imaginar las viviendas sin personas. Vemos como, en todos los dibujos realizados por los niños, personas con nombre y apellidos se convierten en protagonistas de una serie de imágenes solicitadas bajo el título «dibuja tu casa».

La educación del arquitecto ha convertido su imagen de la vivienda en una serie de artefactos racionalistas desprovistos de cualquier tipo de simbología, cuando no en símbolos en sí mismos de difícil traducción para el usuario. Probablemente aquí radique el interés que deben tener para nosotros las ciencias sociales aplicadas al análisis del entorno construido. El proyecto de una vivienda, por encima de cualquier otro, no debería realizarse sin la visión interdisciplinar que pone de manifiesto el programa y las necesidades reales de un usuario. Resulta paradójico que se califique de «racionalistas» a determinados proyectos que no han observado ni de lejos esta premisa. El papel del arquitecto no abarca la «re-construcción social» que finalmente el usuario hace de su vivienda, pero preverla favorecerá la calidad del diseño definitivo.

Cocinando con mamá

espacio donde jugar, trabajar, ver la televisión y exhibir nuestros dibujos, así está aprendiendo.



Vivendes aparegudes en catàlegs d'Ikea



Promocions de vivenda



Vivendes aparegudes en revistes d'arquitectura i decoració



Visions infantils «Dibuixa casa teva»

This summary of the essay «Construcción social de la vivienda» [The Social Construction of Housing] outlines the main points and some of its conclusions.

A jungle of symbols

Housing is a complex entity that is closely linked to the routine of everyday life but also anchored in the intricate world of symbolic referents, both personal and social. Our homes, packed full of signifying objects and significations, sometimes unconscious, are like wild, luxuriant jungles to someone who does not know the paths that lead around them. They are like jungles, perhaps jungles of symbols, in which it is worth stopping. The social construction of reality as a theoretical framework confirms the capacity of the human subject as an agent in the representation of knowledge objects. It is not the outside world that imposes perception of space on individuals, but the historical experience of a society that is reflected, structured by representations. Belonging to a culture generates a shared view of the physical dimensions of reality. An in-depth look at our dwellings explains much more than just the architecture. It explains our experiences, our activities, our religions, our bonds—in short, our involvement with the way of life of the culture in which we are immersed.

Channels of communication play a decisive role, since they affect the cognitive operations of those who receive the information they convey. For example, let's look specifically at one of the rooms that form part of our dwellings: the living room (or lounge, or any other name given to the space that is shared by all the occupants of the home). In the media, we find various living rooms and, if we look closely, we see that no two are the same (which is strange, because if someone from a different culture to ours were to look at them, they would not see any difference between them). Yet the component elements are constantly repeated: a sofa, armchairs, a television, some kind of shelving, one or two tables with different uses, etc. Even the configuration is sometimes similar: the position of the rooms, the openings to the outside... It is no coincidence that the living rooms in the real dwellings studied in the essay in question are no different to those shown in the media. But slight changes in the interior design, the specific decoration of each of the living rooms, the objects, the pictures, the artefacts and the small appliances respond to the individual territories or jungles of each inhabitant. They are the inhabitants' symbols, the signs that explain their desires, histories, preferences and personalities—in short, the tools with which they construct their own realities. This is the identity of a middle class that sets out to distinguish itself from the working class by means of space, which thereby becomes an identifying symbol of class belonging. To turn a dwelling into a home is to project onto it the values with which the individual identifies, to appropriate the space by giving it personal meanings that have little to do with the original intentions of the architect. This is why austerity, which some decades ago gave way to the symbolic deployment of postmodernity, is quite removed from the present-day behav-

our of which we are spectators and participants. The social construction of a dwelling goes far beyond its architectural configuration. Symbols are one material more that cannot be overlooked when an individual's belonging to a culture is expressed by the representativeness of his or her space.

Domestic globalization

The concept of «telepolis», coined by Javier Echevarría, recognising the importance in the domestic sphere of the process of globalization, is not new. It considers the way in which private spaces have been invaded by multiple representations of public life, by the growing presence of games, entertainment, conversations and domestic activities on television channels and, in general, in the media.

If, for Amos Rapoport, the dwelling «is the most typical product of vernacular design, hence the one most influenced by culture», in the words of Javier Echevarría, «representations of highly differing and geographically remote cultural forms circulate in houses». This allows a more complex, varied system of identification than is usual in sedentary cultures. There is no doubt that we are witnessing an internationalization of domestic life that is generating hybrid cultures and habits in many citizens. We have access to a series of symbolic worlds that are far more varied than was habitual a few decades ago.

It is a fact that most of the sources of imaginary consulted do not belong exclusively to the local sphere under analysis. Indeed, some of them are even native to other countries, such as American films or IKEA's Swedish catalogues. It is worth asking whether the recent exodus to single-family dwellings in the suburbs would have taken place without the cultural inspiration received through the media. Or whether the decoration of our dwellings has ceased to resemble that of our parents as a result of a new commercial tradition. Or whether the discriminatory role assigned to women in the domestic sphere by the media is likewise responsible for a real attitude on the part of our culture. We might wonder which culture our symbols are taken from, or whether the values they transmit belong to us or were induced in us. In the societies in which it has made itself felt, globalization has introduced a series of values that have dangerous repercussions for cities and for people: individualism, new forms of segregation, metapolitization, delocalization... Many of these values travel via media waves into our homes, making an everyday phenomenon of something that is not. By way of example, the privatization of public spaces that reflects the imaginary contributed by real-estate companies does not offer the values of safety and wellbeing it promises; indeed, it undermines the sustainable growth of our cities, the stability of social and neighbourly relations, and the very concept of citizenship.

Architect-User divergence

Residential satisfaction might be a suitable concept to define whether the application of the architect's knowledge is in fact useful to users or, conversely, whether they are obliged to «reconstruct» their dwellings to meet their needs. What seems obvious is that the «symbolic» reconstruction of a dwelling is at least habitual, which can, on occasion, affect the architectural configuration. It is not difficult to understand this divergence of interests between the architect and the user, if we take as a refer-

ence the imaginary that the two have forged in the course of their lives. If we look at the pictures of dwellings published in architecture or interior design magazines, we become aware of the vast difference between these and the rest: in one case, human presence is completely eradicated, whereas, in the others, people and their objects form part of the whole. Only architects are capable of imagining dwellings without people. In any child's drawing, people with names and addresses become the protagonists of a series of pictures produced to the order «draw your house».

The education of architects has turned their image of the dwelling into a rationalist artefact that is either devoid of any kind of symbology or into a symbol that is, in itself, difficult for the user to translate. This is probably the role that the social sciences should be playing, applied to an analysis of the built environment. The project for a dwelling, more than any other, should not be designed without an interdisciplinary approach that highlights the programme and the real needs of a user. It is paradoxical that projects which are far from obeying this premise should be termed «rationalist». The role of the architect does not cover the «social re-construction» that the user effects in his or her dwelling, but an attempt to foresee it can only improve the quality of the definitive design.