

L I T E R M E R C A D O

MERCADO DE LA COMUNICACIÓN Y EL LENGUAJE

p.f.c. taller 2

Rocío Conesa
Tutor: Fernando Menis

EL MERCADO COMO TIPOLOGÍA. PLANTEAMIENTO INICIAL



EL PROYECTO. IDEA

El liter.mercado se desarrolla en 3 niveles, por su vocación de espacio público, mercado literario + dotaciones asociadas y parque



CIUDAD
IDENTIDAD
Los cuerpos de acceso emergen de la cota 0.0m y le confieren carácter a la intervención.



JARDÍN URBANO
OCIO
Entre el espacio más público en contacto con la calle y el peatón y el privado que contiene la actividad del mercado es necesario un espacio intermedio y de transición, más recogido que el nivel de calle.



MERCADO + PARQUE
ACTIVIDAD
En la cota inferior -7.9 m se desarrollan las relaciones comerciales y humanas, en un espacio abierto, fluido y transformable que está en contacto directo y permanente con el parque.

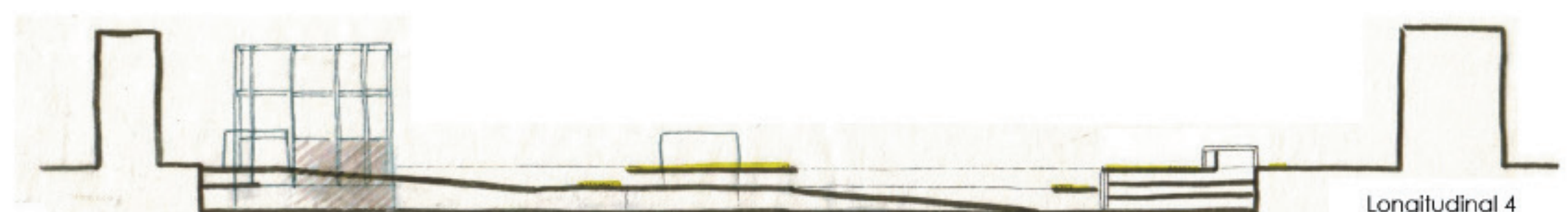
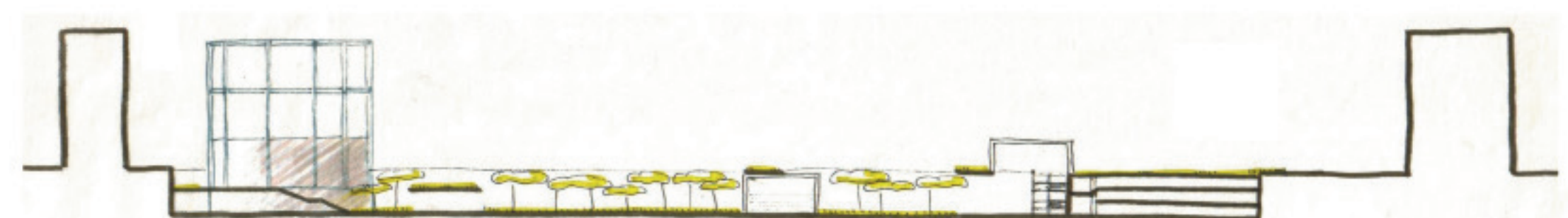
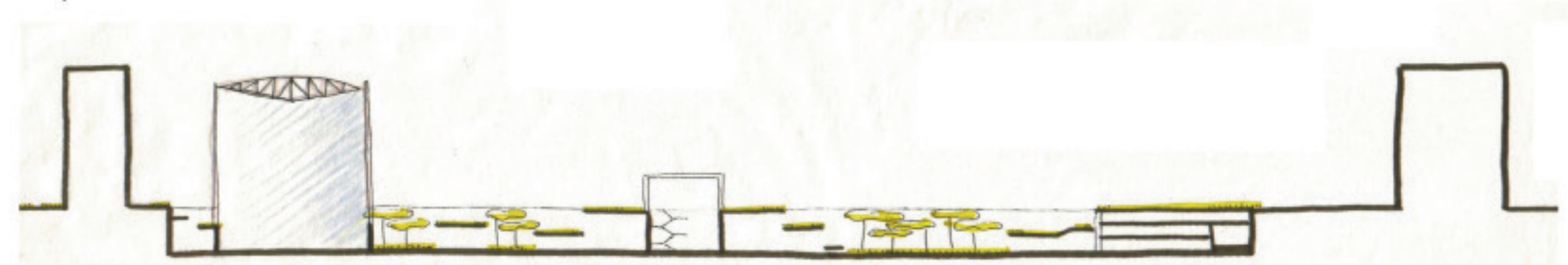
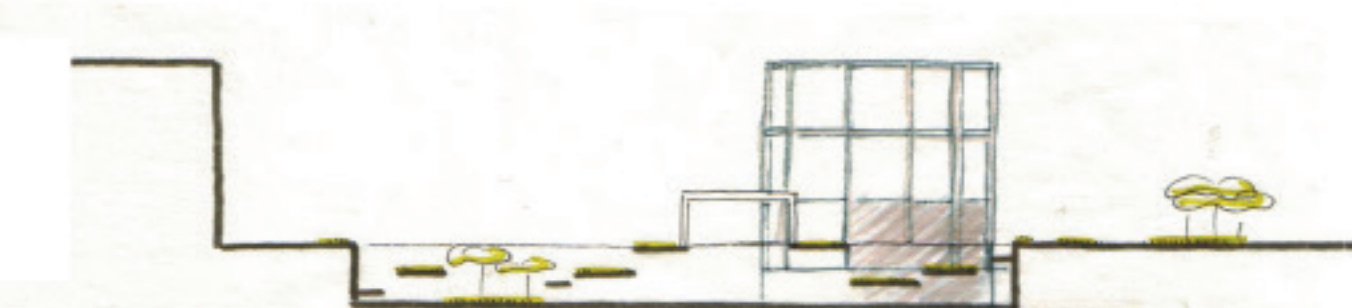
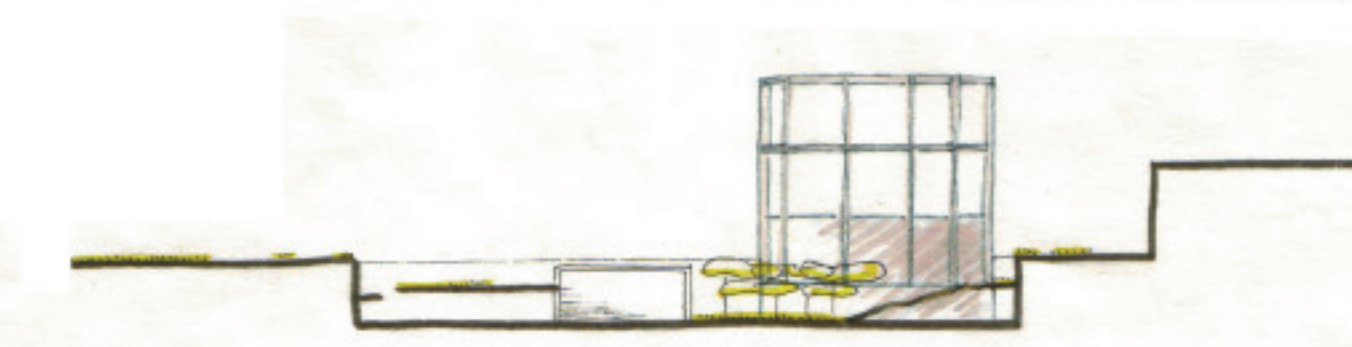
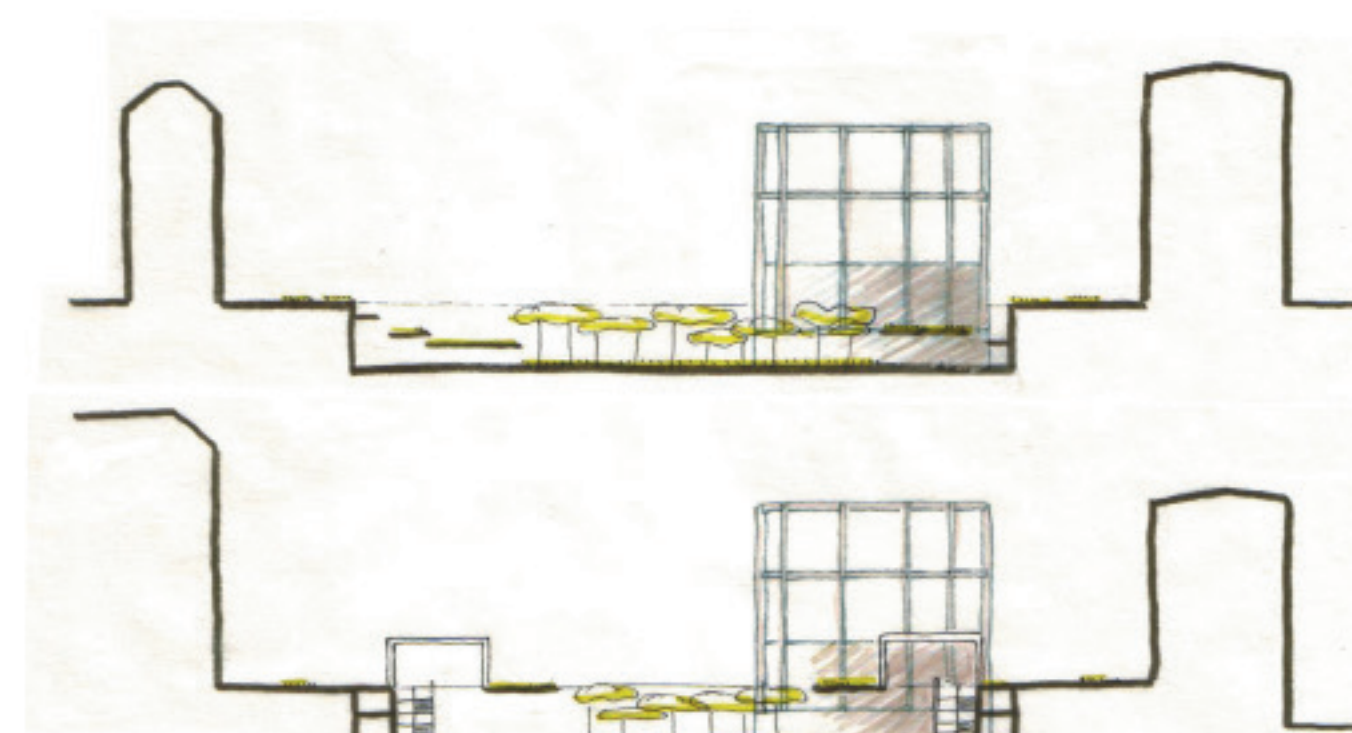


SITUACIÓN. ESTRATEGIA EN LA CIUDAD



ENTORNO. ESTRATEGIA EN EL BARRIO

La situación del solar en el eje que conecta el Parque de Ayora y el Jardín del Túria, sugiere la necesidad de crear una red verde interconectada, en la cual el Mercado tendrá un papel estratégico en su vocación de espacio público y verde. En un entorno inmediato se densifica la red de verde existente aprovechando solares y plazas vacías, donde se translada la estrategia verde empleada en el Mercado.



Longitudinal 4

LA INTERVENCIÓN. INSERCIÓN + ESCALA
e:1/1000