

Politecnico di Milano

School: ARC I - Scuola di Architettura e Società

Degree course: ARCHITETTURA

Requalification of a market building in Madrid.
Market as an element of self-identification.

thesis supervisor: Matteo Umberto Poli

Inna Burshteyn

matricola 780840

Academic year 2013/2014

List of drawings:

1. Story of existing market
2. Self-identification types statements; formulation of the project program
3. Morfology of the building
4. Exploded view of the building
5. Plans
6. Masterplan
7. Sections and facades
8. 3d views

Abstract

The Mercado de la Cebada in Madrid has a long story: the first building was presented in 1868, and almost after one century it was substituted with a completely new one. The series of internal changings were continuing to happen: constructing and demolishing of a sport center, reorganisation of the use of spaces, proliferation of shopping malls...

Since 2011 the plot has been used by the neighbours as a place to hold all sorts of civic and cultural activities. The initiative has been named "El Campo de la Cebada".

However, the building had slowly fallen in a sad state. Despite the presence of a very high number of informal activities, Cebada market can't manage with the role of community center, which the city desperately tries to give him.

The proposal is to reawake the building, using its strong vitality and potential.

The requalification includes the reorganisation of the internal structure, based on the rethinking of a market role in the city. Market is not only the place where you buy things; it is an element in the chain of tools, which humans are using to identificate themselves.

The arhitectural proposal is based on a formulation of self-identification types, where the "buying" instinct is one of the tool to feel your presence in the world. This tool, together with others, which are composing the subjective statement, are embodied in the architectural project.

Il Mercado de la Cebada, a Madrid, ha una lunga storia: il primo edificio fu presentato nel 1868, e quasi un secolo dopo fu sostituito con uno completamente nuovo. La serie di interni variazioni sono state continuando ad accadere: la costruzione e la demolizione di un centro sportivo, la riorganizzazione di utilizzo degli spazi, la proliferazione dei centri commerciali...

Dal 2011 il terreno è stato utilizzato dai vicini come un posto dove si può tenere tutti i tipi delle attività culturale. L'iniziativa è stata denominata "El Campo de la Cebada". Tuttavia, l'edificio era lentamente caduto in un stato triste. Nonostante l'alta presenza di attività informale, la Cebada mercato non può gestire con il ruolo di centro di comunità, quale la città cerca disperatamente di dargli.

La proposta è di risvegliare l'edificio, utilizzando la sua forte vitalità e la potenzialità. La riqualificazione include la riorganizzazione della struttura interna, è basata sul ripensamento del ruolo di mercato in città. Il mercato non è solo il luogo dove si comprano le cose; è un elemento della catena di strumenti che le persone utilizzano per identificare se stessi.

La proposta si basa su una formulazione dei tipi di sentimento di sé, dove il "comprare" istinto è uno strumento per sentire la tua presenza nel mondo. Questo

strumento, insieme con gli altri, che compongono l'affermazione soggettiva, sono incorporati nel progetto di architettura.