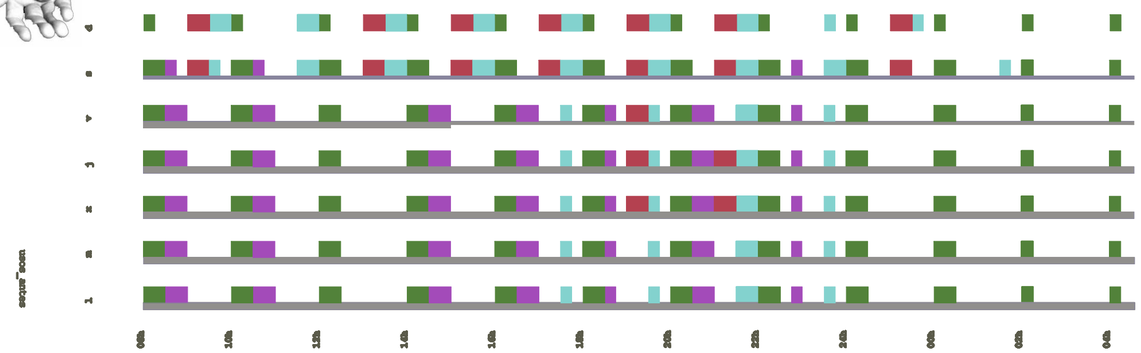
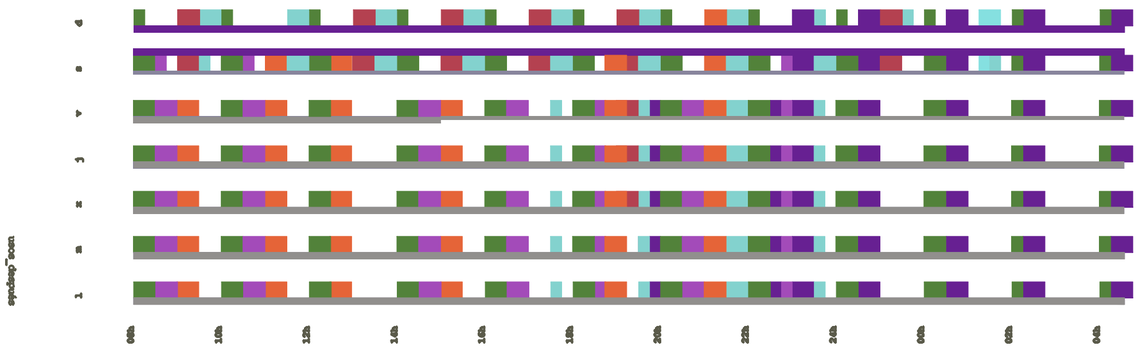
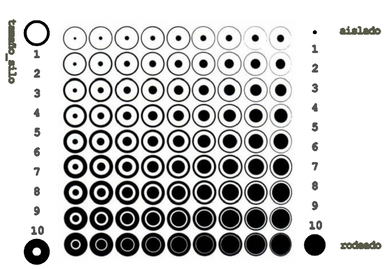
_____En las últimas décadas ha sido rotundo el fuerte cambio cultural que sufre la sociedad actual, la sociedad del conocimiento y la información, (referente al uso continuo de los medios de comunicación, independiente de su buen o mal uso); sociedad del consumo y largas j ornadas de trabajo, este hecho debiera ser reflejado en el espacio, colectivo y personal, respondiendo a necesidades del nuevo funcionamiento social.
Las características del espacio público actual, en lo sucesivo denominado 'No Lugar', parecen funcionar a la perfección para la sociedad actual "Sobremoderna" donde la individualidad es proporcional a la globalización. Y aquí la paradoja social del siglo: Heterogeneidad individual frente a la homogeneidad global.
Las personas no configuran más su propio espacio. Es esa una de las razones por las que el lugar carece de identidad. en términos de Marc Augé; un no lugar es aquel espacio sin identidad, ni vínculos directos entre el que lo ocupa y el lugar mismo. Un espacio donde se es anónimo, y el dialogo interpersonal es inexistente. Este fenómeno existe tanto en el espacio privado como en el espacio público, aunque en este último es mucho más evidente.
Tenemos como ejemplo los centros comerciales; el espacio "público" más concurrido en la actualidad, configurado al rededor del consumo, el mercado global y las marcas. El espacio público se ha visto reducido a angostos pasillos que guían al caminante hacia sus reducidas actividades de trabajo y consumo. Hoy en día la c onvivencia social es una consecuencia del consumo. Esto como fenómeno actual; el mismo método podría ser usado para fines más productivos exactamente con los mismos recursos.

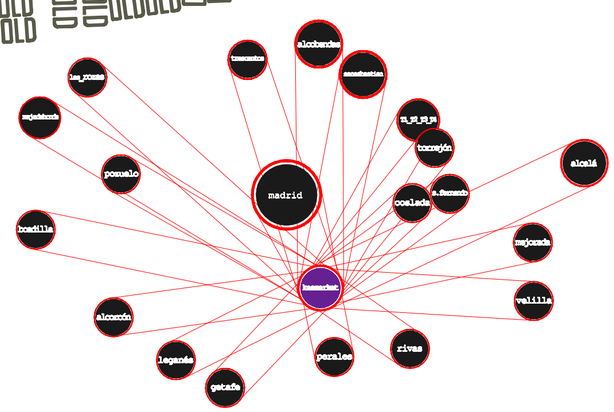
diagrama_programa_de_usos

viviendas · industria · accesos · u_religioso · hostelería · pau · kasmarket_food_music · kasmarket_shop









ucjc 2008_2009 arquitectura proyectosIII profesores:diegogarcíasetién manuelcollado pablosaiz alumno:enriquedelcampo **diagrama_topograma**

new

tamaño
capacidad
usos music shop food
cantidad

kasmarket

tamaño
capacidad
usos music shop food
cantidad

kasmarket

tamaño
capacidad
usos music shop food
cantidad

kasmarket

tamaño
capacidad
usos music shop food
cantidad

kasmarket

tamaño
capacidad
usos music shop food
cantidad

kasmarket

tamaño
capacidad
usos music shop food
cantidad

kasmarket

tamaño
capacidad
usos music shop food
cantidad

ucjc 2008_2009 arquitectura proyectosIII profesores:diegogarcíasetién manuelcollado pablosaiz alumno:enriquedelcampo **diagrama_topograma**