

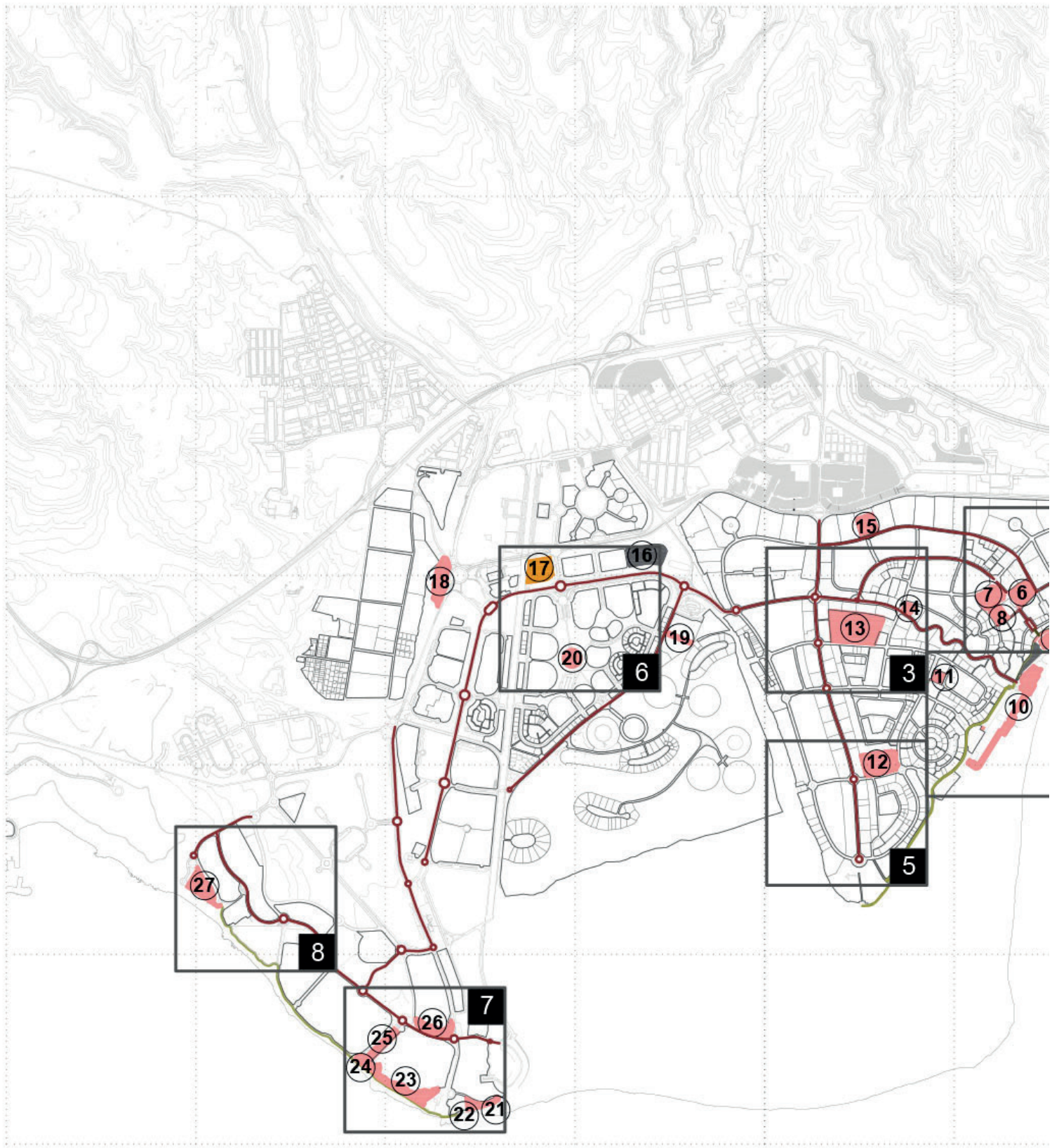
CAPÍTULO 2

EL ESPACIO DE USO COLECTIVO DE MASPALOMAS-COSTA CANARIA

2.1 Áreas urbanas con mayor uso comercial y de ocio

En Maspalomas-Costa Canaria hay zonas que destacan por tener una importante superficie de uso comercial y ocio. Estas se seleccionan adoptan como criterio la presencia de centros comerciales y avenidas con locales en apartamentos y hoteles. También los espacios públicos más representativos, como ejes viarios, paseos marítimos y áreas peatonales son tenidos en cuenta.

En total se eligen ocho áreas que contienen 22 muestras (18 centros comerciales y 4 avenidas con hoteles y apartamentos con locales), una cantidad suficientemente representativa para evaluar el papel del espacio colectivo en el destino (Plano Áreas de Estudio y presencia de muestras). La mayor concentración de muestras se encuentra en Playa del Inglés y Meloneras



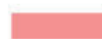



Áreas de Estudio



Espacios públicos primarios

-  Vialio Pimario
-  Paseo Marítimo-terrestre

Principales áreas de ocio

-  Centros comerciales
-  Parques de atracciones
-  En ruina
-  En proyecto

San Agustín

1. C.C. San Agustín

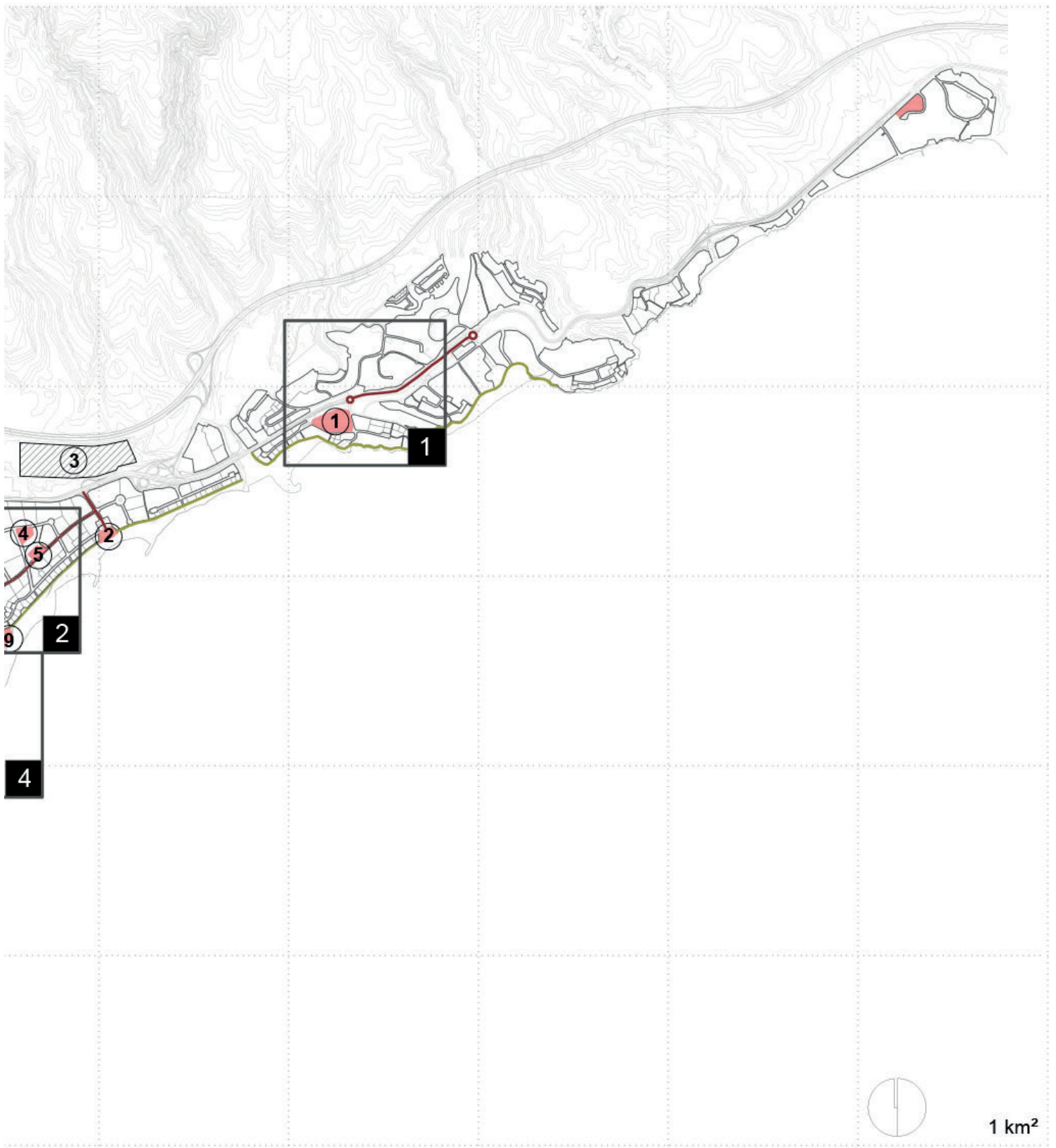
Playa del Inglés

2. C.C. Tropical

3. Parque acuático "S"

4. C.C. Águila Roja

5. C.C. Parque Euro



Áreas de Estudio y presencia de muestras

- | |
|-----------------------------|
| 6. C.C. Plaza |
| 7. C.C. Kasbah |
| 8. C.C. Metro |
| 9. C.C. Atlantic Beach Club |
| 10. C.C. Anexo I y II |
| 11. C.C. La Sandía |
| 12. C.C. Cita |
| 13. C.C. Yumbo |
| 14. C.C. Prisma |
| 15. C.C. Gran Chaparral |

Maspalomas-Campo Internacional

- | |
|---|
| 16. Parque acuático "Ocean Park" |
| 17. Parque de atracciones "Holiday World" |
| 18. C.C. Sonneland |
| 19. C.C. Playmar |
| 20. C.C. Faro 2 |
| 21. C.C. Paseo del Faro |
| 22. C.C. Oasis Beach |

Meloneras

- | |
|--------------------------|
| 23. Boulevard El Faro |
| 24. Conjunto comercial |
| 25. C.C. Varadero |
| 26. C.C. Boulevard Oasis |
| 27. C.C. Playa Meloneras |

siam park"

sa

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

Tabla 2-1 : Número de muestras por áreas de estudio			
Sectores	Áreas de Estudio	Muestras de espacio colectivos existente	
		Av. con comercios y hoteles	C. Comerciales
Tarajalillo	0	-	1
Playa del Águila	0	-	-
San Agustín	1	0	1
Playa del Inglés	4	4	10
Campo Internacional	1	0	2
Meloneras	2	2	5
Sonneland	0	-	-

Tabla 2-2: Desglose de las muestras a estudiar por áreas			
Sectores	Áreas de Estudio	Muestras	
San Agustín	AE-1	1. Centro Comercial San Agustín	
		2. Hotel Gloria Palace	
Playa del Inglés	AE-2	3. Bajos comerciales en av. de Italia	
		4. Centro comercial Águila Roja	
		5. Bajos comerciales en av. de Tenerife	
		6. Centro comercial Plaza	
		7. Centro comercial Kasbah	
		8. Centro comercial Metro	
		9. Centro comercial Atlantic Beach	
		AE-3	10. Bajos comerciales en av. de Tirajana (norte)
			11. Bajos comerciales en av. Alferéces Provisionales
			12. Centro comercial Yumbo
	AE-4	13. Centro comercial Anexo I y II	
	AE-5	14. Bajos comerciales en av. de Tirajana (sur)	
		15. Centro comercial Cita	
Campo Internacional	AE-6	16. Centro comercial Faro 2	
		17. Parque de atracciones Holiday World	
Melonera	AE-7	18. Centro comercial Oasis Beach	
		19. Centro comercial Varadero	
		20. Bulevar El Faro	
		21. Centro comercial Oasis	
	AE-8	22. Centro comercial	

En la tabla (Tabla 2-1) se enumeran las avenidas y centros comerciales de cada muestra. Existe una diferencia importante en la cantidad de espacios colectivos consecuencia de sus tipologías (bungalós frente a bloques de apartamento con bajo comercial) y el número de centros comerciales.

En San Agustín, origen de Maspalomas-Costa Canaria, el modelo se basa en bolsas de bungalós que ocupan un alto porcentaje del suelo. Esto se repite también en Campo Internacional y Playa del Inglés. La implantación de estas tipologías tiene un notable impacto en el carácter de las calles. Estas cubren las necesidades de acceso y aparcamiento, pero no generan corredores comerciales, dado que los bungalós no disponen de locales a la calle.

También existen en San Agustín siete hoteles emblemáticos con servicios tipo restaurante, cafetería y spa, accesibles al público no alojado en los mismos: Folías, Meliá Tamarindos, Costa Canaria, Gloria Palace, Beach Club, Collaryum Beach Lopesan y Ábora Interclub Atlantic.

Los hoteles Collaryum (Fig. 2-1), Costa Canaria (Fig. 2-2) y Tamarindos (Fig. 2-3) se localizan en un extremo del parque Europa, en la calle "Las Retamas". Abren la recepción a la misma, ligeramente retrasada. Entre la acera y la recepción hay un espacio que prolonga el umbral del hotel hacia el exterior. De esta forma, el turista atraviesa una escalera o rampa entre parterres, luego un paso de peatones para salvar el carril de descarga de vehículos y, por último, una marquesina que protege y anuncia la puerta principal. Desde la recepción podemos acceder a zonas de uso público como el bar, el restaurante o la discoteca. Estos servicios se encuentran en el interior, sin resultar perceptibles desde la calle.

Nuestro objeto de análisis es la relación entre el espacio colectivo y la calle, razón por la cual, no se consideran los locales en el interior de los hoteles. Así, en San Agustín solo se selecciona un área con el único centro comercial.

En Playa del Inglés, el sector más denso y diverso, se eligen cuatro áreas de estudio, con tres ejes comerciales principales con locales en apartamentos y once centros comerciales de diferentes tipologías y tamaños. En total son

14 muestras que suponen un espectro suficientemente amplio para este sector.

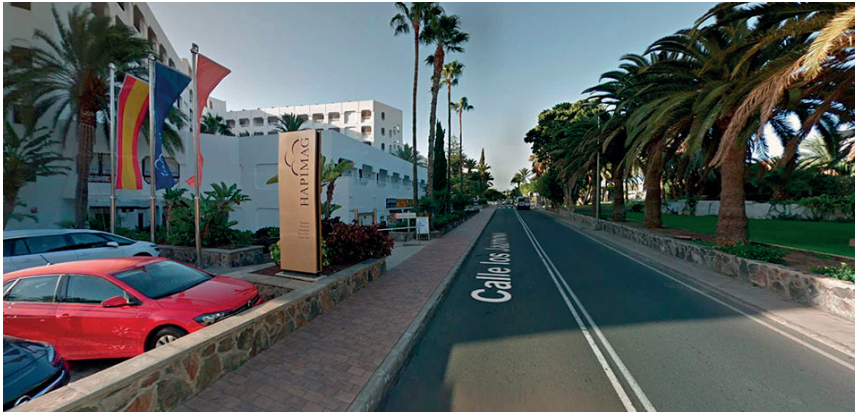
Campo Internacional es el tejido menos denso y apuesta por un modelo de ciudad jardín con bungalos y amplias avenidas arboladas, con la excepción del hotel Princess. El área elegida es la única que incorpora dos edificios como el centro comercial Faro 2 y el parque de atracciones Holiday World, recientemente reformando, que posee un *food court*, con diversos restaurantes de comida internacional, un *sportbar* y una bolera.

Las dos últimas áreas de estudio corresponden al sector de Meloneras, enclave reciente y dirigido a un turista de gran poder adquisitivo. La primera responde a un modelo de resort caribeño, con el hotel retrasado respecto a la calle y las zonas ajardinadas abiertas al mar. Aquí, la Ley de Costas obliga dejar libre el paseo marítimo-terrestre en su frente. La segunda área de estudio se encuentra al final del paseo. Su elección se justifica por el centro comercial Meloneras dispuesto junto al paseo y la playa.

En total, se analizan 22 muestras de espacios colectivos (Tabla 2-2), siendo los sectores de Playa del Inglés y Meloneras los que aportan un mayor número. Por áreas de estudio, el AE-2 y AE-7 contienen la mayoría de centros comerciales que se agrupan conformando los dos principales núcleos de ocio del ámbito.

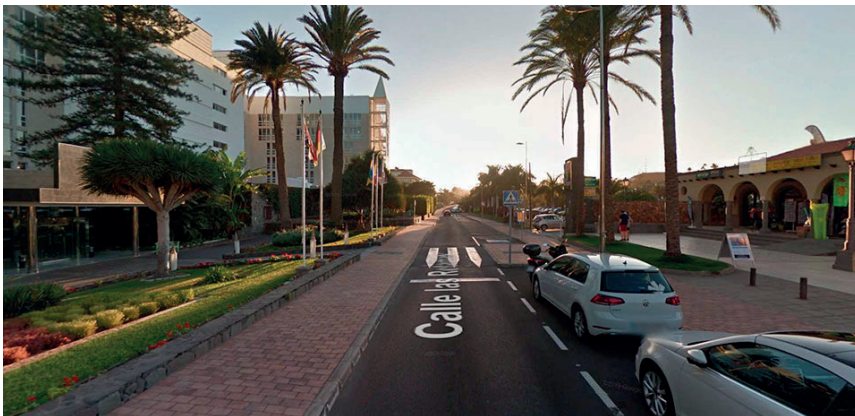
Para la selección de las muestras y áreas de estudio se tiene en cuenta la influencia de la Ley de Costas 22/1988, que garantiza un espacio de tránsito público y protección a lo largo de toda la costa. Maspalomas-Costa Canaria muestra como la implementación de esta ley es un factor determinante, que condiciona las distintas soluciones arquitectónicas adoptadas en los centros comerciales de los paseos marítimos antes y después de la de la ley.

No se ha seleccionado ningún área de estudio en los sectores de Tarajalillo, Playa del Águila y Sonneland, ya que no poseen suficientes centros ni calles comerciales que generen una red de espacios colectivos.



*Fig. 2-1:
A la izquierda entrada al
hotel Collarium.*

*Fuente: Google street
view*



*Fig. 2-2:
A la izquierda entrada ho-
tel Costa Canaria.*

*Fuente: Google street
view*



*Fig. 2-3:
A la derecha entrada al
hotel Tamarindos.*

*Fuente: Google street
view*

2.2 Análisis de las muestras

En este capítulo se evalúa la importancia de cada espacio colectivo atendiendo a sus características arquitectónicas, programas de ocio y a su relación con el espacio público.

A partir de la interpretación de la planimetría original y fotografías del lugar, se elabora un plano de “Espacio colectivo y espacio público”, incluyendo todas las muestras. Éste permite comparar la dimensión de lo colectivo frente a lo público, su contribución a la conformación de una red y la complejidad de la misma.

A través del plano “Grado de centralidad” analizamos el tipo de actividad de ocio que ofrece cada zona. La relación entre programa y escala de influencia es una característica básica para medir la centralidad urbana que genera un edificio comercial, y que puede variar en función del tipo de programa y momento del día.

Consideraciones para el plano “Espacio colectivo-espacio público”

En su artículo “Espacios públicos y espacios colectivos” (1992) Manuel de Solá-Morales sienta las bases para una lectura de los espacios de uso público en la ciudad contemporánea. Reclama superar la explicación clásica, basada en lo público y lo privado como dos ámbitos sin solución de continuidad, para pensar más en los espacios privados de uso público:

“La riqueza civil y arquitectónica, urbanística y morfológica de una ciudad es la de sus espacios colectivos, la de todos los lugares donde la vida cotidiana se desarrolla, se representa y se recuerda. Y, quizás, éstos son más y más, cada día, espacios que no son ni públicos ni privados, sino ambas cosas a la vez”

Y continúa: *“La importancia del espacio público no está, seguramente, en ser más o menos extenso, cuantitativamente dominante o protagonista simbólico, sino en referir entre sí*

los espacios privados haciendo también de ellos patrimonio colectivo.”

Estas dos frases son la base para la confección del plano “Espacios colectivos-espacio público”, integrando ambas categorías la red de uso público. Pero la elaboración de este plano requiere plantear algunas premisas. En primer lugar, es necesario comprender los límites físicos del espacio colectivo, no con respecto al espacio público definido por el planeamiento, sino al espacio interior que no es de acceso público.

Los centros comerciales disponen de diversas áreas interiores o exteriores abiertas al uso público. Los comercios que dan a estos espacios son una prolongación de los mismos. Pero tanto los locales como las zonas comunes de un centro comercial disponen también de un límite que restringe el acceso a otros espacios privados.

Algo parecido ocurre en los hoteles y apartamentos turísticos. Disponen de espacios de acceso libre, y de otros reservados a los clientes que se alojan en el mismo. También hay recintos accesibles solo para el personal de servicio.

Otra consideración a tener en cuenta es la diferencia entre los comercios en la vía pública y aquellos dentro de un centro comercial. Por lo general, los pubs y restaurantes suelen ser espacios colectivos independientemente de su localización, en la medida en que dentro de estos desarrollamos un comportamiento colectivo. Pero este comportamiento es más común en un supermercado dentro de un centro comercial dado al carácter colectivo del edificio que lo alberga.

El análisis a escala urbana presenta la dificultad de poder observar en detalle las diferencias interiores de los espacios comerciales. Para describir dicha complejidad interior es necesario descender a la escala arquitectónica. Por esto, en el plano “Espacio colectivo-espacio público”, los centros comerciales contienen una línea gruesa y negra que bordea todo el volumen edificado para indicar que se trata de un edificio con predominio de espacios colectivos en su interior. Más adelante, en el análisis de los casos de estudio, se analizará en detalle el gradiente de uso público a una escala más adecuada.

Para describir el gradiente de publicidad o privacidad del espacio colectivo se utilizan los siguientes colores:

Azul, para el espacio exterior, plazas, pasajes o pasillos en suelo privado, aunque de uso público. Este espacio exterior es importante por dos razones: permite poner en relación los comercios con un espacio exterior común donde volcar ampliaciones o terrazas y como un lugar que ofrece una relación menos directa del comercio con la acera.

Dos tonos de amarillo para el espacio público, según si se trata de uso peatonal (mostaza) o rodado (vainilla). Se colorean en verde los espacios verdes o jardines.

Gris para todo aquel espacio de uso privado.

Consideraciones sobre el plano “Grado de Centralidad urbana”

Una de las características de los espacios colectivos de Maspalomas-Costa Canaria es su programa. Los pubs, discotecas y terrazas en los destinos turísticos de masas constituyen el principal espacio para el encuentro entre turistas. En un segundo nivel, se encuentran los restaurantes y tiendas, que tienen un impacto menor en la afluencia e intercambio.

En este sentido, el plano “Grado de Centralidad” es oportuno por la información que muestra: por un lado, la diversidad u homogeneidad en la oferta comercial y de ocio en cada área de estudio; por otro, la variedad de la oferta en una avenida respecto de otra o en diferentes centros comerciales.

AE-1

San Agustín



*Fig. 2-4 (izquierda):
Esquema de situación de los
elementos urbanos a estudiar.
Fuente: O. De Castro*

*Fig. 2-5 (arriba):
Ortofoto del área de estudio
Fuente: Google Earth*

Descripción del área de estudio

Se localiza al Sur de San Agustín, en su límite con la playa de Las Burras. Incluye varios elementos representativos: la avenida de la Unión Europa, antigua carretera principal de acceso a Maspalomas-Costa Canaria (GC-500) convertida recientemente en una vía de tránsito lento con espacios verdes en sus márgenes. Junto con la playa de San Agustín y la desembocadura del barranco de Yeguas, convertido en parque, conforma el espacio público del sector. Por otro lado, el centro comercial de San Agustín constituye el principal foco de actividad de ocio. El hotel Gloria Palace, en lo alto de una loma, es un referente e incorpora talasoterapia y servicios de restauración abiertos al público. Otros hoteles, como Tamarindos o Costa Canaria están fuera de la muestra, aunque constituyen hitos históricos del lugar.

Resulta oportuno detenerse a valorar la GC-500, antigua carretera de acceso a San Agustín y a todo Maspalomas-Costa Canaria (Fig.2-6), ahora avenida de la Unión Europea. Con la

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

construcción de la autopista GC-1 y la urbanización de San Agustín a ambos lados de la GC-500, se acaba convirtiendo en una vía interurbana. Durante años, mantiene ese carácter acentuando la separación entre la zona baja de San Agustín, donde se encuentran los hoteles y la playa, y las laderas colmatadas de complejos de bungalós.



*Fig. 2-6 (izquierda):
Vista parcial de San Agustín y la GC-500, 1979.
Fuente: Archivo de Fotografía Histórica de Canarias FEDAC*



*Fig. 2-7 (derecha):
La GC-500 ahora avenida de la Unión Europea convertida en vía-parque.
Fuente: O. De Castro*

A principios de la década del 2000, el ayuntamiento remodela la antigua carretera general como vía parque para mejorar la relación entre ambos lados, así como el tratamiento paisajístico de la zona (Fig.2-7). Este tramo corresponde a la fase 1, actualmente está en ejecución la fase dos que prolonga la mejora hasta la Playa del Inglés-Veril.

Descripción de muestras

1. Centro comercial San Agustín



*Fig.2-8:
Foto aérea del centro comercial San Agustín y su entorno.*

Fuente: Google Earth

El centro comercial se sitúa junto a la GC-500 en el extremo sur de la avenida de la Unión Europea. El edificio ocupa toda una manzana triangular lindando al Norte con la autovía general y al resto de lados con calles secundarias. El espacio público de su alrededor se limita a una acera; no existen plazas o bulevares, tan solo el parque de la avenida de la Unión Europea próximo al centro comercial. La relación con los espacios verdes y senderos de la nueva vía-parque queda limitada a un paso de peatones (Fig. 2-9).



*Fig. 2-9:
Paso de peatones junto a la plaza que conecta con el parque de la avenida de la Unión Europea.*

Fuente: O. De Castro

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

En el vértice superior de la parcela, hay un espacio rectangular descubierto y abierto hacia el aparcamiento (Fig.2-10), pensado más para recibir a los visitantes que acceden en coche y no tanto desde la acera, cuya relación es lateral. El resto de accesos desde la calle no tiene una identidad reconocible, son espacios resultado del encuentro entre la geometría del edificio y las tres diagonales (aceras) que forman el triángulo de la parcela. En la parte inferior del conjunto, una franja de aparcamiento separa el edificio del espacio público (Fig.2-11) dificultando la relación de los comercios con la calle. La presencia de la autovía GC-500 a un lado y del hotel Don Gregori en la parte inferior, tampoco repercute en la formalización del edificio, ya que fachadas y vuelos responden igual en sus cuatros costados.

*Fig. 2-10:
Plaza de acceso principal
en lado norte del centro
comercial. Foto sacada
desde el paso de peatones.
Fuente: O. De Castro*



*Fig. 2-11:
Aparcamiento inferior del
C.C. San Agustín.
Fuente: O. De Castro*



El centro comercial tiene una débil vocación urbana, no posee espacios abiertos que contribuyan a una mejor trabazón entre el espacio público y el edificio. La imagen exterior con terrazas en voladizo hacia la calle son una ilusión, el edificio se cierra sobre sí mismo. El principal énfasis se pone en acomodar el programa a un terreno en pendiente (Fig. 2-12).

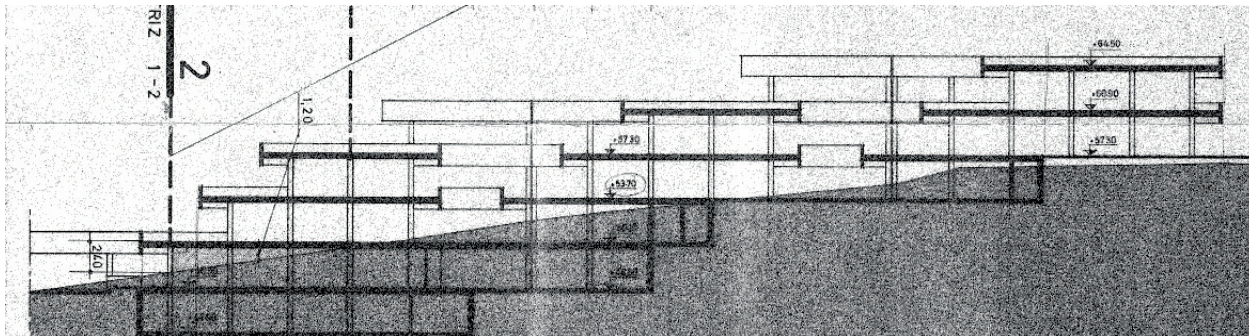


Fig. 2-12 (arriba):
Sección transversal del Centro Comercial San Agustín.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

El edificio se organiza en cinco niveles a modo de bandejas escalonadas que descienden en el sentido de la pendiente. La iluminación natural se garantiza introduciendo cinco huecos de sección variable. La configuración interior del conjunto consiste en franjas paralelas de distinta anchura, en sentido perpendicular a la pendiente y que alternan funciones siguiendo un ritmo de pasillo-comercio-pasillo-hueco.

Los recortes en el perímetro y los patios refuerzan la linealidad de las franjas y permiten rehuir la forma triangular de la parcela (Fig.2-13). Sin embargo, las pasarelas que conectan las bandas comparten el mismo forjado y hace que todo se perciba como único nivel diluyendo la idea original

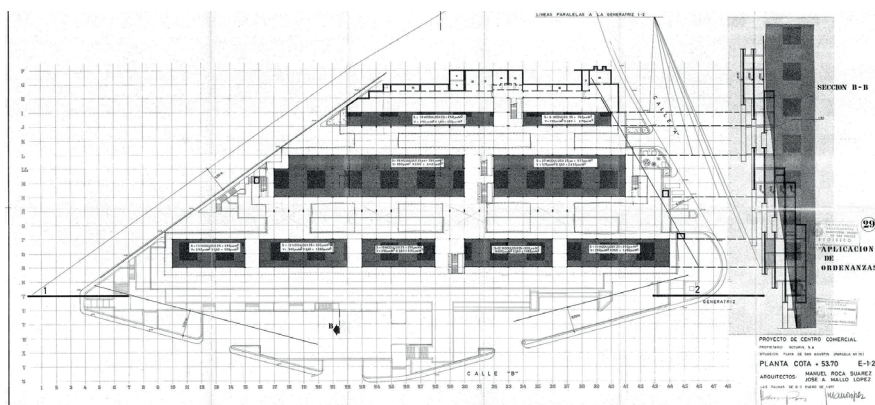


Fig. 2-13:
Planta intermedia del centro comercial con las tres franjas de comercios.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

El edificio colmata la parcela dejando pocos espacios abiertos de relación con la calle, a excepción de la plaza mencionada anteriormente en su vértice superior.

La organización en bandas del edificio muestra una alta permeabilidad, aunque condicionada por los aparcamientos que cubren dos lados de la parcela.

Podríamos concluir que el edificio propone una estrategia basada en resolver una parcela triangular irregular y en desnivel mediante bandas. Las estancias son prácticamente pasillos. En relación al exterior, no atiende a otras condiciones de contorno como la presencia de la GC-500 o la estrechez de la acera, perdiendo la oportunidad de contribuir a la mejora del entorno.

2. Hotel Gloria Palace

Fig. 2-14

Foto aérea del Hotel Gloria Palace.

Fuente: Google Earth



Constituye otro edificio icónico del lugar en un lugar elevado sobre el conjunto urbano. Su entorno se caracteriza por una urbanización tipo ciudad jardín. A medida que nos aproximamos se acentúa la sensación de aislamiento. No existe ningún comercio en el entorno y los amplios parterres y aparcamientos que separan el edificio de la calle anuncian que todo se desarrolla de puertas adentro.

Como otros hoteles, incorpora actividades abiertas al público (Fig.2-14), en este caso, una talasoterapia (1) y un restaurante mirador en su última planta (2). El acceso a ambos requiere atravesar el aparcamiento, que es de libre acceso. Desde ahí la conexión a ambos espacios es directa desde el lobby, sin necesidad de cruzar los espacios privados del hotel.

Análisis del área de estudio

La dimensión del espacio de uso público y sus puntos de mayor intensidad programática

En el plano 05 se aprecia una mayor presencia del espacio público frente al colectivo. Esto se debe a la mejora de la GC-500, ahora avenida de la Unión Europea, convertida en vía-parque.

El espacio colectivo exterior, que funciona como franja de relación entre la calle y los comercios, es prácticamente inexistente. Se reduce a una serie de accesos puntuales a los edificios como en el centro comercial y el hotel Gloria Palace. No existe una avenida comercial con hoteles y apartamentos; las vías mantienen su función de mero acceso y el paseo marítimo de servidumbre de paso.

Prácticamente todo el espacio colectivo se produce en el interior de los edificios. En el plano 06, Grado de centralidad, se muestra el peso que tiene el centro comercial.

La oferta de espacios colectivos resulta escasa en San Agustín y probablemente tenga mucho que ver con la tipología predominante de bungalós y residencia privada. Aparte del centro comercial, el espacio colectivo se reduce a los servicios de libre acceso que disponen los hoteles.

San Agustín no posee suficientes espacios colectivos que complementen el espacio público para crear una red. La mejora de la avenida principal funciona como un parque, pero no establece relaciones claras con los edificios.

Espacio colectivo - espacio público dominio y uso



0 100 m

e. 1/4500



USO PÚBLICO

Dominio privado

■ Espacio colectivo exterior

□ Predominio espacio colectivo interior

Dominio público

■ Peatonal

■ Rodado

■ Ajardinado

USO PRIVADO

Dominio privado

■ Uso comunitario

Grado de Centralidad según programa



0 100 m

e. 1/4500

USO PÚBLICO

dominio público

Peatonal
Rodado

dominio privado

Espacio colectivo exterior
Predominio espacio colectivo interior

DESCRIPCIÓN PROGRAMÁTICA DE LOS ESPACIOS COLECTIVOS SEGÚN PARCELA

N	Tipología	E	Programa	N	Tipología	E	Programa
1	C.C. SAN AGUSTÍN	P	Restauración Pubs Cafeterías Minimercado Moda Deportiva Moda Franquicia Souvenirs Perfumería Electrónica Marroquinería Accesorios Salón Recreativo	4	CLUB SCANDINAVO	S	Iglesia
2	HOTEL BEACH CLUB SAN AGUSTÍN	P	Restauración Cafetería	5	HOTEL GLORIA PALACE	P	Restaurante Bar
3	HOTEL FOLIAS	P	Restaurante				

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

AE-2

Playa del Inglés



Fig. 2-15 (arriba):
Ortofoto del área de estudio.
Fuente: Google Earth

Fig. 2-16 (izquierda):
Esquema de situación de los
elementos urbanos a estu-
diar.
Fuente: O. De Castro

Descripción del área de estudio

Esta muestra se localiza en la confluencia del primer plan parcial del área del Veril y el posterior ensanche de Playa del Inglés. La avenida de Gran Canaria es el límite imaginario entre ambas. El fragmento seleccionado está compuesto por un tejido heterogéneo de hoteles, apartamentos, bungalós y viviendas. El plan parcial dispuso las viviendas al borde del paseo y los hoteles en un segundo plano. Esta propuesta no se ha cumplido en su totalidad. Las residencias y edificios terciarios colmatan de forma aleatoria las diferentes manzanas. El viario se plantea como mero acceso a los aparcamientos. Las recientes operaciones de modernización han intentado resolver algunos problemas de desconexión entre los centros comerciales y el espacio público mediante peatonalizaciones. En el estudio de las muestras abordaremos en profundidad estas cuestiones.

Si atendemos al espacio colectivo, esta área de estudio tiene una complejidad importante. Incluye cinco centros comerciales distintos tipológicamente, una avenida comercial, otra de restauración y tres calles peatonales.

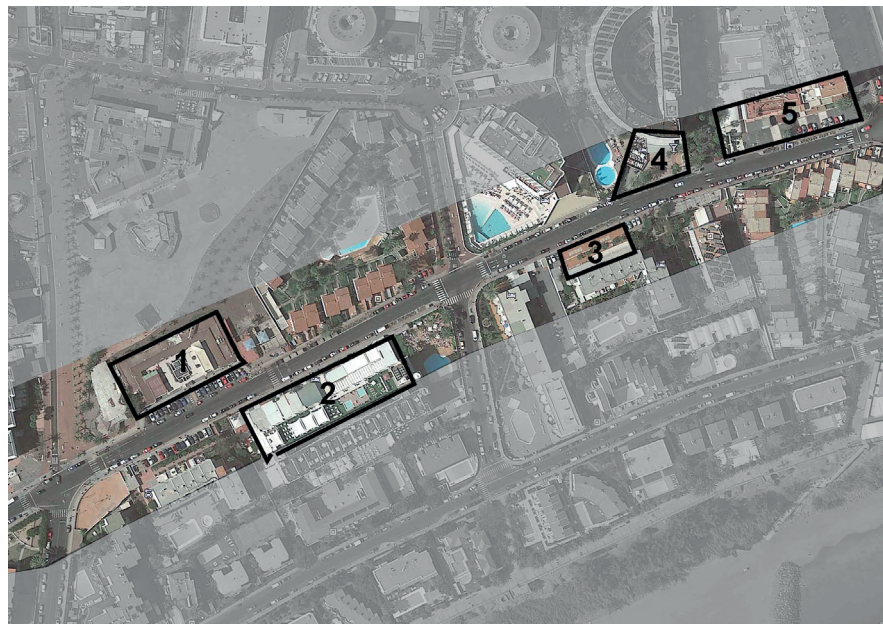
Descripción de muestras

3. Avenida de Italia

Fig. 2-17:

Foto aérea de la avenida de Italia con la localización de los espacios comerciales existentes.

Fuente: Google Earth



La avenida de Italia es un eje principal de Playa del Inglés y así queda reflejado en Plan General de Ordenación de 1996 (Capítulo 1). Discurre a lo largo de un kilómetro desde la entrada del sector hasta el centro comercial Metro. En su recorrido encontramos un importante número de comercios, hoteles y tres centros comerciales. El tramo que analizamos (Fig.2-17) corresponde a la primera parte construida dentro del Plan Parcial del Veril donde se acumulan más apartamentos y hoteles con espacios colectivos exteriores.

Los espacios colectivos de la avenida de Italia son espacios abiertos hacia la acera tras el retranqueo de los edificios, con cuatro tipologías. La primera está formada por locales y un espacio libre al mismo nivel que la acera (Fig. 2-18). La segunda integra locales con un espacio abierto, un

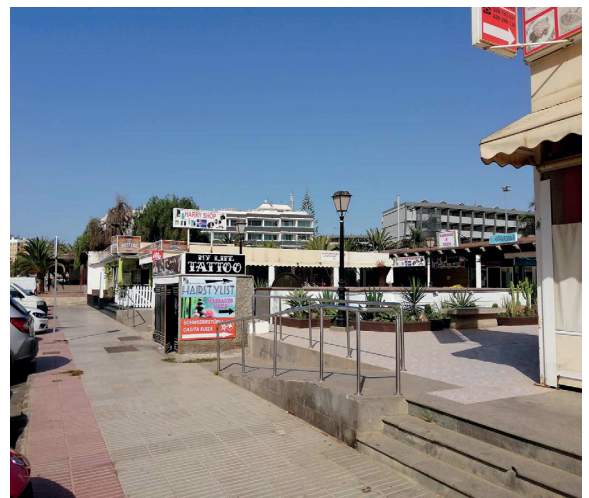


*Fig. 2-18 (arriba-izquierda):
Pacera 3 de la foto aérea.
Retranqueo cedido por la
propiedad privada para uso
público. Este espacio colec-
tivo exterior permite el en-
sanchamiento de la acera.*

Fuente: O. De Castro

*Fig. 2-20 (abajo-izquierda):
Zona 5 de la foto aérea.
Retranqueo como zona de
aparcamiento y pasillos en-
tre estos y los comercios.*

Fuente: O. De Castro



*Fig. 2-19 (arriba-derecha):
Zona 2 de la foto aérea. Los
locales se prolongan sobre
el retranqueo conformando
un frente de fachada donde
la accesibilidad es alta.*

Fuente: O. De Castro

*Fig. 2-21 (abajo-derecha):
Zona 1 de la foto aérea.
Locales comerciales en
disposición de U con patio
abierto a la calle.*

Fuente: O. De Castro

área de tránsito y una zona de aparcamientos que separa este último de la acera (Fig. 2-20), con lo que la relación entre acera y comercios se reduce a unos pocos puntos de acceso. En la tercera los locales acaban por ocupar todo el ámbito del retranqueo. Consolida un frente claro sin crear espacios de transición entre la acera y los comercios (Fig. 2-19). La última tipología es la de un conjunto de locales comerciales en un edificio de una planta en forma de U, con un patio abierto a la calle, en una cota superior (Fig. 2-21). Dispone de un pasillo cubierto a modo de porche, que protege del sol y hace de transición entre el patio y los locales. La plaza, el tratamiento del plano del suelo y el porche construyen el espacio colectivo más complejo de las cuatro tipologías.

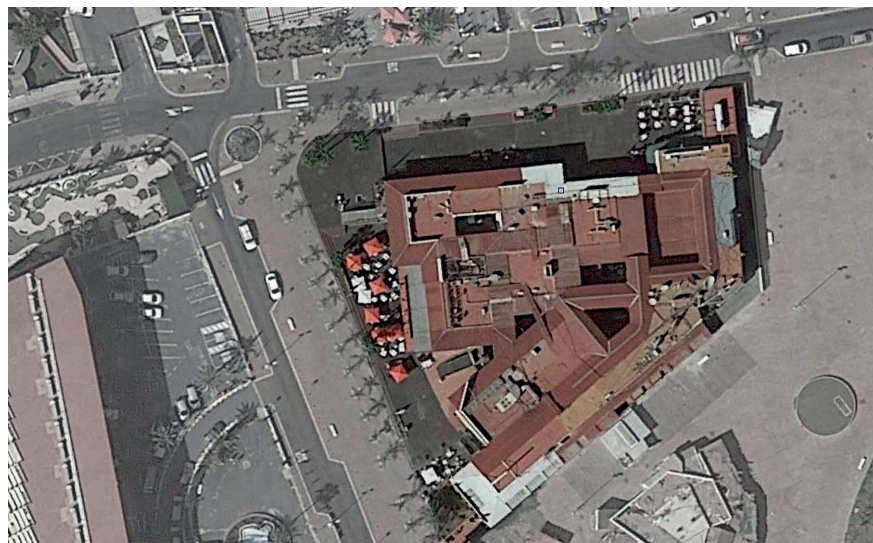
El espacio colectivo “retranqueo con locales comerciales” puede leerse como la manera en la que un edificio contribuye a definir el carácter de una calle y a expresar su vocación urbana. Los cuatro tipos de retranqueos en la avenida de Italia, son formas de relacionar la construcción con el espacio público y de dotar de carácter colectivo a una calle. La acumulación de distintas opciones en una misma vía aporta una riqueza espacial que aumenta su complejidad. Sin embargo, no termina por definir un modelo claro. La presencia de tantas variaciones a lo largo de la avenida tampoco contribuye a clarificar el carácter de la misma y transmite una imagen caótica.

4. Centro Comercial Águila Roja y 5. Avenida de Tenerife

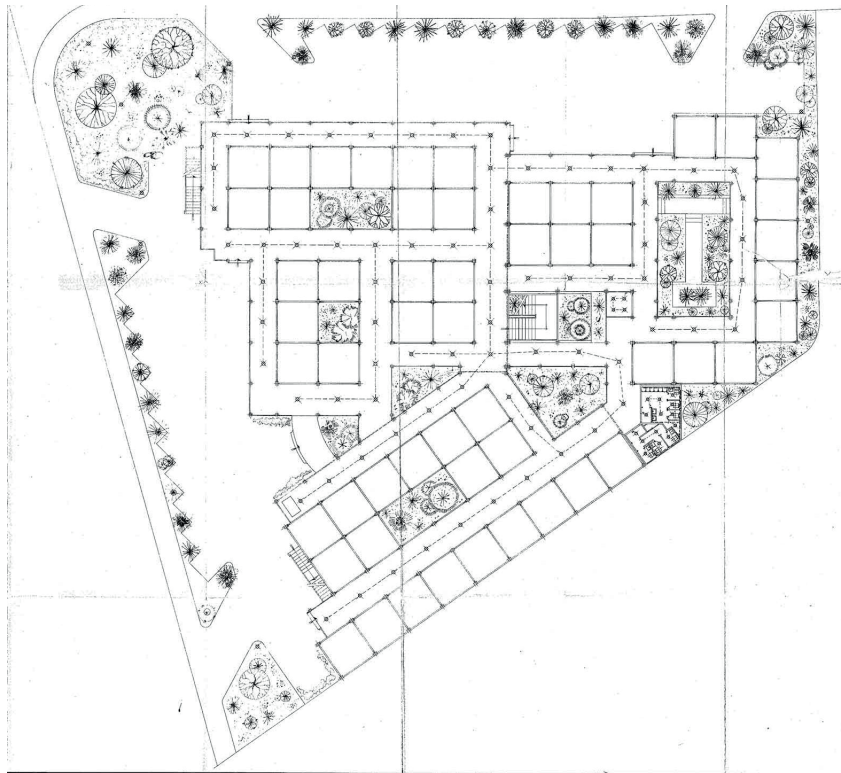
Fig. 2-22:

Foto aérea actual del centro comercial Águila Roja y el espacio público del entorno.

Fuente: Google Earth



El centro comercial Águila Roja se localiza en una esquina (Fig. 2-22), en una parcela irregular de proporciones casi triangulares. Dos de sus lados lindan con avenidas con hoteles y apartamentos, que han sido objeto de mejoras estos últimos años. La otra fachada limita con un espacio abierto de uso público, un vacío pavimentado, que no consigue integrar las arquitecturas de su entorno ni definir un uso claro. De hecho, el centro comercial y un complejo de apartamentos se cierran a este espacio con muros.



*Fig. 2-23:
Planta de acceso del cen-
tro comercial Águila Roja.
Fuente: Archivo Municipal
de San Bartolomé de Tira-
jana*

El centro comercial Águila Roja, se organiza a partir de dos retranqueos donde se sitúa el aparcamiento (Fig. 2-23). El espacio restante se edifica en dos alturas (Fig. 2-24). Su estructura se organiza en dos direcciones a modo de V, una apoyada en la medianera al espacio público trasero y la otra alineada con la avenida Tenerife. El espacio resultante es un laberinto de pasillos y patios interiores.

En la actualidad tanto el espacio público como el edificio introduce cambios para mejorar la relación entre ambos. En la imagen inferior (Fig. 2-25) se recoge esta evolución del espacio peatonal, que pasa a representar una proporción importante.

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

Fig. 2-24:

Sección longitudinal del centro comercial Águila Roja.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

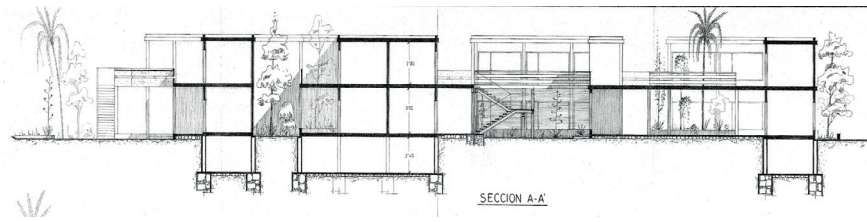
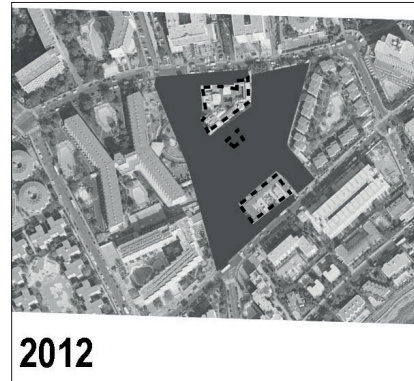
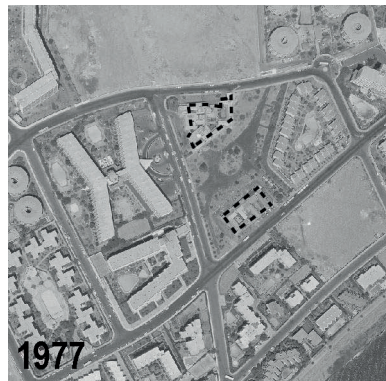


Fig. 2-25:

Evolución del espacio público en el entorno del centro comercial Águila Roja.

Fuente: IDE Canarias



En la avenida de Tenerife, aceras, calzada y retranqueo se producen a un mismo nivel (Fig. 2-26). El centro comercial elimina los aparcamientos del espacio de retranqueo (Fig. 2-27), y ambas operaciones dejan un espacio urbano continuo, con una clara permeabilidad entre la acera y los espacios comerciales abiertos. Esta relación mejora con la disposición de terrazas.

En la otra avenida la solución es parecida, si bien con una diferencia en la cota de la calle que no impide la relación descrita (Fig. 2-28).

El centro comercial, los locales y el espacio público se relacionan de manera armónica y son ejemplo de una buena sintonía entre espacio público y espacio colectivo. Sin embargo, queda por resolver el vacío en la trasera del centro comercial.



*Fig.2-26 (arriba-izquierda):
Avenida de Tenerife con Ter-
razas en el espacio de re-
tranqueo.*

Fuente: O. De Castro

*Fig. 2-27 (arriba-derecha):
Avenida de Tenerife con el re-
tranqueo del centro comercial
Águila Roja reconvertido en
zona peatonal.*

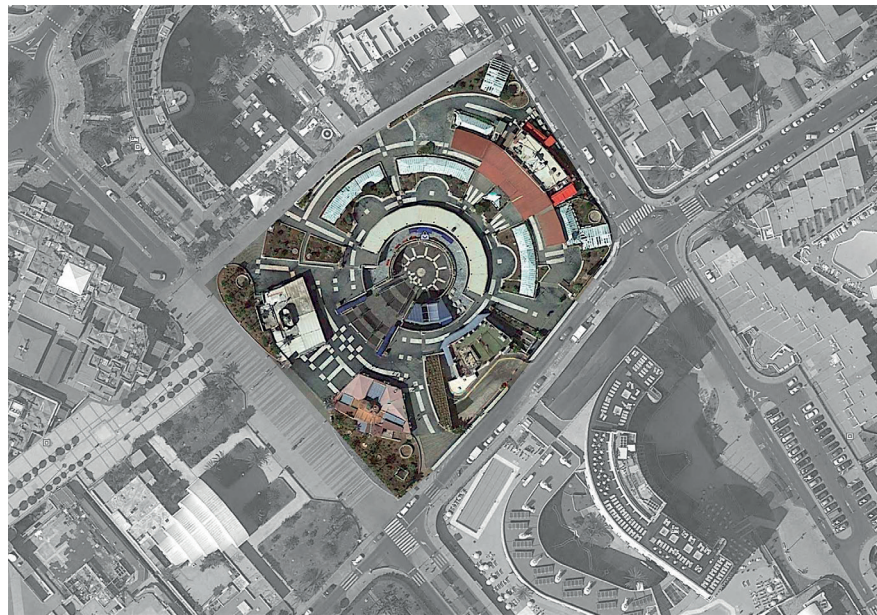
Fuente: O. De Castro

*Fig. 2-28 (abajo):
Foto del ambiente nocturno.
En primer plano la nueva
acera ampliada, detrás de las
palmeras las terrazas sobre
el espacio colectivo exterior
antes aparcamiento del cen-
tro comercial.*

Fuente. O. De Castro

6. Centro Comercial Plaza

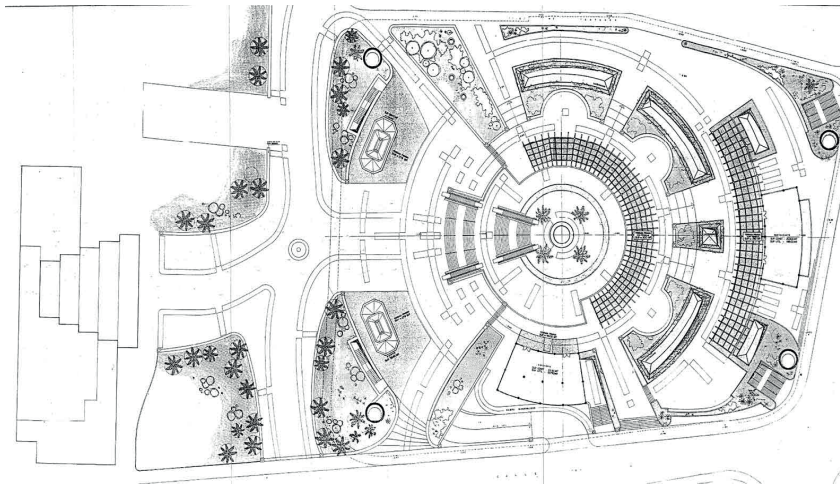
Fig. 2-29
Ortofoto del centro co-
mercial Plaza.
Fuente. Google Earth



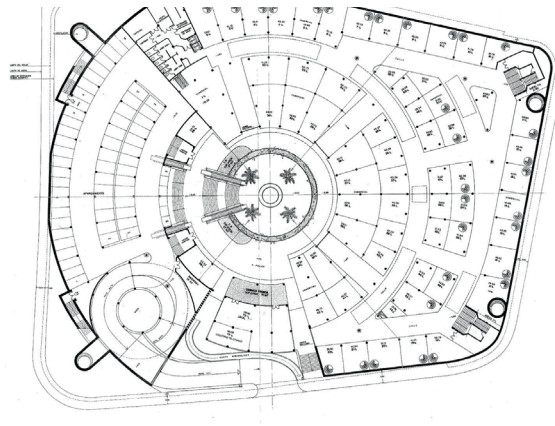
Al final de la avenida de Italia encontramos uno de los nodos principales de ocio de Playa del Inglés. A escasa distancia se levantan tres centros comerciales y dos bulevares que los comunican entre sí. El centro Plaza (Fig. 2-29) ocupa una parcela en esquina de proporciones rectangulares. Dos de sus lados dan a las avenidas principales, Italia y Gran Canaria. Los otros dos se abren a un bulevar y un pasaje peatonal. Se apuesta por un espacio libre alrededor con jardines y sendas peatonales. Frente al acceso principal (Fig. 2-30), se dispone un templo ecuménico, programas de intereses contrapuestos, como expresión de diversidad y de convivencia.

Las formas resultantes responden a su organización interna. El edificio se desarrolla hacia abajo, adquiriendo protagonismo el plano del suelo y su encaje topográfico. Los programas se desarrollan en niveles inferiores (Fig. 2-31), abriendo apenas dos chiringuitos y un local a la avenida Gran Canaria.

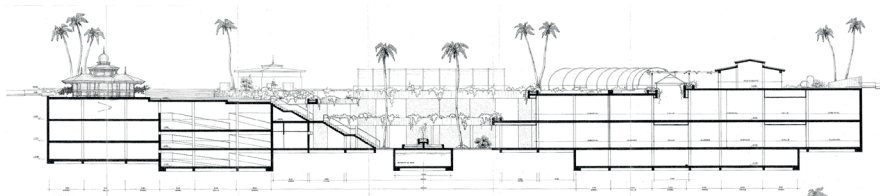
La organización del edificio opta por una serie de anillos concéntricos, que se abren a medida que se asciende. En el encuentro de esta geometría circular con la envolvente cuadrada de la parcela, se disponen parterres.



*Fig. 2-30:
Planta de acceso y parque
a nivel de calle.
Fuente. Archivo Municipal
del Ayuntamiento de San
Bartolomé de Tirajana.*



*Fig. 2-31:
Planta -1, nivel de comer-
cios y aparcamiento sub-
terráneo.
Fuente. Archivo Municipal
del Ayuntamiento de San
Bartolomé de Tirajana.*



*Fig. 2-32:
Sección por la escalera de
acceso al patio o plaza in-
ferior.
Fuente. Archivo Municipal
del Ayuntamiento de San
Bartolomé de Tirajana.*

También interesa destacar lo no construido, el hueco que deja el edificio (Fig. 2-32). En el patio, los balcones de planta circular se reducen a medida que descendemos. El vacío tiene forma de tronco de cono abierto al cielo.

En las plantas inferiores la distribución de los locales sufre igualmente la rigidez de la geometría circular. Salvo la gran plaza central descubierta, el resto de espacios colectivos interiores constituyen un laberinto de pasillos en un intento de colmatar toda la parcela. La relación entre plantas se produce a través de una escalinata y de escaleras situadas en los vértices.

7. Centro Comercial Kasbah

Fig. 2-33:

Ortofoto del centro comercial Kasbah, el eje principal en discontinua y la plaza central en linea negro.

Fuente: Google Earth



El centro comercial Kasbah (Fig.2-33) se localiza en otra esquina del conjunto. En este caso, tres de los lados de la parcela cuadrada dan a vías rodadas y una hacia un bulevar. Sus dimensiones y las condiciones de contorno son muy parecidas a las del centro comercial Plaza, una parcela cuadrada y con acceso tanto al bulevar, como a las avenidas. Sin embargo, la solución adoptada es distinta, aunque incorpora asimismo un patio central.

El edificio se desarrolla a dos alturas y colmata prácticamente la totalidad de la parcela. Solo destina una esquina sin construir a un aparcamiento privado. A diferencia del anterior, su accesibilidad es más limitada. Muchos de los locales situados en el perímetro dotan de actividad comercial a las calles que lo rodean (Fig. 2-34). Sin embargo, si queremos acceder al interior solo podemos hacerlo por dos entradas (Fig. 2-36 y 2-37) en extremos opuestos. Entre ambas y la plaza central se puede dibujar una diagonal que resalta dos aspectos.

Por un lado, se configura como edificio pasante, comunica la calle perimetral con los dos bulevares interiores. La salida hacia la zona peatonal desemboca cerca del cruce de ambos bulevares en el punto intermedio entre los tres centros comerciales.

Por otro lado, la diagonal explica la organización interna. Toda la volumetría gira respecto a la alineación de la calle, para disponerse de manera perpendicular a dicha diagonal. La estructura del edificio se organiza a partir de una unidad de proporciones cuadradas, a modo de cajas adosadas unas a otras. En su interior los pasillos y patios son el resultado de la eliminación de algunas cajas, mostrando el espacio como un vacío. Este da respuesta a la diferencia de cota entre la entrada superior y la inferior, resolviendo la topografía interior en tres niveles con la plaza en el plano intermedio (Fig. 2-35).

El centro comercial Kasbah se presenta como un artefacto pasante que garantiza su funcionamiento. Situarse en medio de un flujo, en una zona de tránsito diario o entre dos puntos importantes le confiere un papel urbano más allá de su lógica interna.



Fig. 2-34 (arriba-izquierda): Locales volcados hacia los bulevares.

Fuente. O. De Castro

Fig. 2-35 (arriba-derecha): Plaza interior y los tres niveles del espacio colectivo abierto.

Fuente. O. De Castro



Fig. 2-36 (abajo-izquierda): Acceso desde el bulevar al centro comercial Kasbah.

Fuente. O. De Castro

Fig. 2-37 (abajo-derecha): Acceso desde la avenida al centro comercial Kasbah.

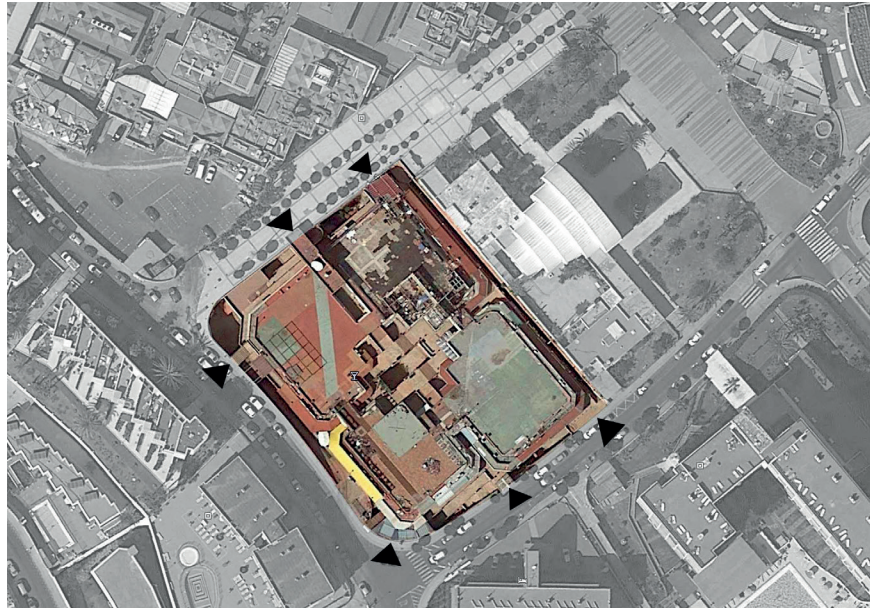
Fuente. O. De Castro

8. Centro Comercial Metro

Fig. 2-38

Ortofoto del centro comercial Metro con los accesos indicados.

Fuente: Google Earth



El centro comercial Metro (Fig.2-38) se localiza al final de la avenida Italia, a continuación del centro comercial Plaza y de espaldas a un templo ecuménico, en una parcela rectangular en esquina. Dos de sus lados dan frente a vías, un tercero al bulevar que comparte con el centro comercial Kasbah y el cuarto da fachada al templo. Sus dimensiones son algo más pequeñas que las de otros dos centros comerciales y su solución interna es también distinta, salvo por un patio central que se repite en este caso, pero con menor entidad.

El edificio se desarrolla en tres plantas, una sobre rasante y dos enterradas (Fig. 2-39). La diferencia de cota entre el bulevar y la avenida de Italia (Fig. 2-40) permite acceder a la cubierta de la planta baja desde el paseo peatonal. De hecho, la cubierta se diseña como un parque equipado con zonas verdes, una fuente, chiringuitos y un minigolf (Fig. 2-41). A partir de ahí el usuario puede descender por dos escalinatas dispuestas en el patio central y acceder al resto de los niveles. Como acceso alternativo desde la calle se disponen pasarelas en el perímetro que salvan los patios laterales alrededor del edificio y que permiten la llegada de luz natural a las plantas inferiores (Fig. 2-42). El espacio interior se organiza en torno a dos ejes perpendiculares formando

una cruz donde se localiza el patio. A partir de aquí discurren los pasillos que conectan con otro recorrido perimetral.

En la actualidad el centro comercial Metro está prácticamente cerrado y muestra un claro estado de abandono. Solo cuatro comercios funcionan en la planta de acceso, junto a la avenida de Italia. El paulatino deterioro se debe a diversos factores, aunque ciertas características arquitectónicas y urbanas han contribuido a su decadencia.

Por un lado, se localiza en el extremo con menor afluencia de toda el área. Las vías que lo rodean acaban en un fondo de saco y tampoco se encuentra dentro del recorrido peatonal para llegar a la playa. Estas condiciones son un hándicap importante, que le resta competitividad respecto a otros centros comerciales.

En cuanto a su organización, los espacios abiertos son en su mayoría pasillos, lo que se traduce en cierta monotonía por falta de contraste. Pero además son lúgubres, al disponerse bajo tierra, con lo que se incrementa la sensación de inseguridad. En el centro comercial Plaza, la planta comercial del primer sótano muestra inconvenientes similares.

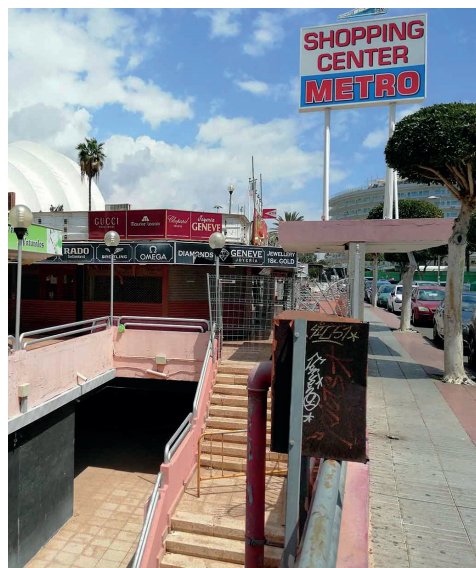
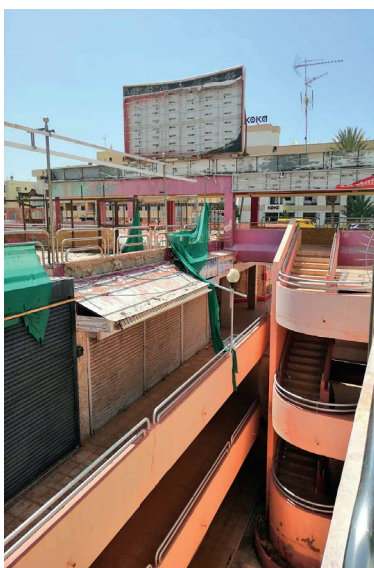


Fig. 2-39 (izquierda): Acceso desde el bulevar a la cubierta, caja de escalera y pasillos perimetrales.

Fuente: O. De Castro

Fig. 2-40 (derecha): Acceso desde la avenida de Italia a un pasillo central y caja de escalera planta inferior.

Fuente: O. De Castro

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

Fig. 2-41 (arriba):
Planta cubierta y acceso desde el bulevar a la izquierda.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

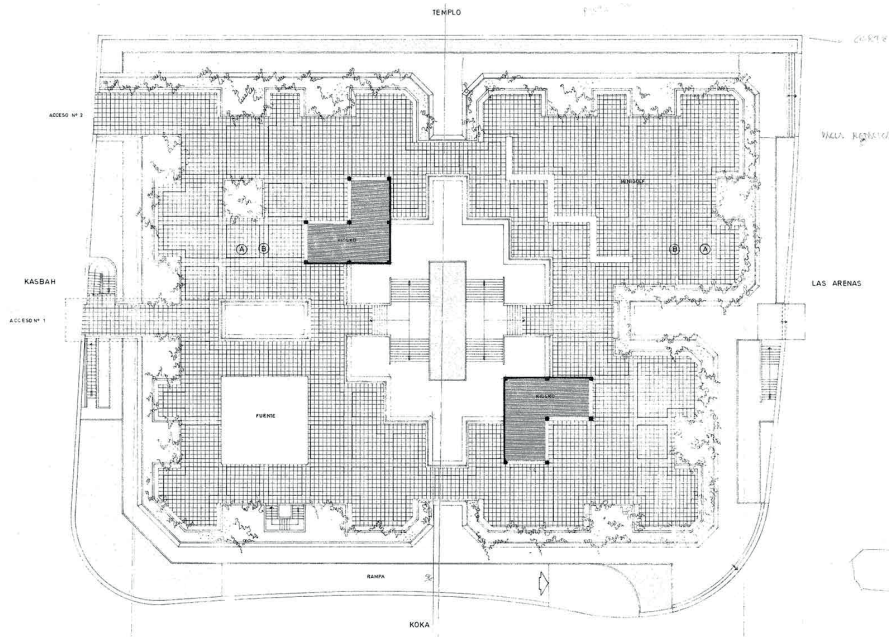
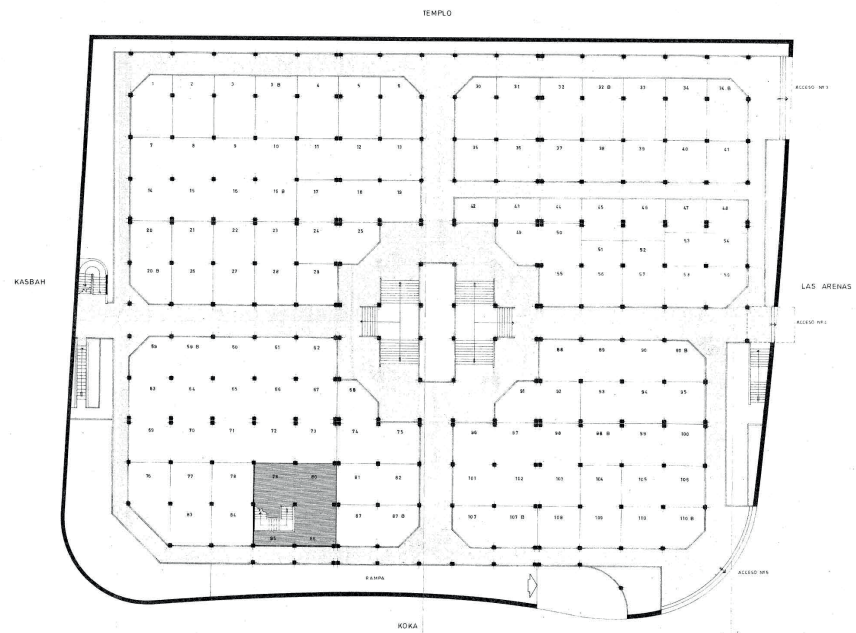


Fig. 2-42 (abajo):
Planta de baja y acceso desde avenida de Italia a la derecha.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana



9. Centro Comercial Atlantic Beach

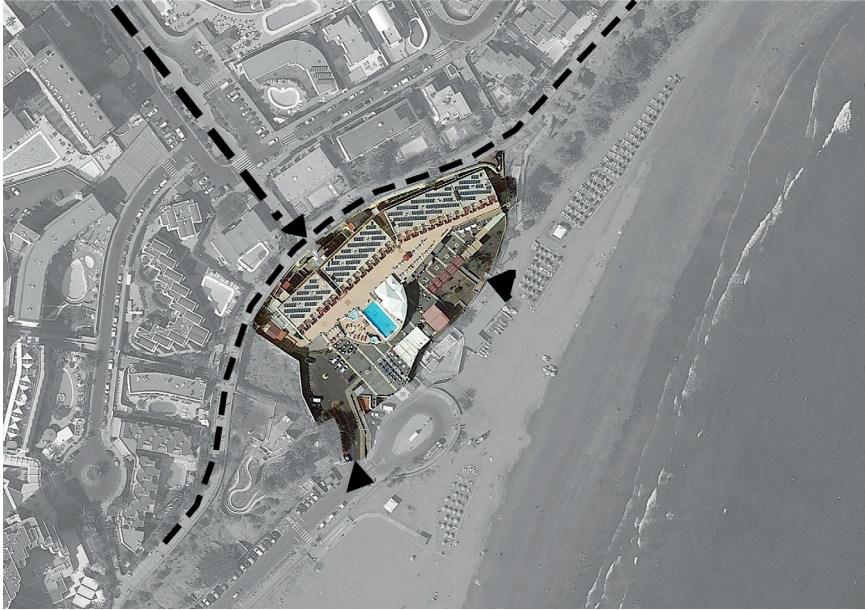


Fig. 2-43:

Ortofoto del centro comercial Atlantic Beach, accesos y avenidas peatonales en discontinua.

Fuente: Google Earth

El Centro comercial Atlantic Beach se localiza en el borde de Playa del Inglés, entre la playa y el paseo marítimo (Fig. 2-43). El solar comprime el paseo marítimo y la avenida Sargento Provisionales se convierte en bulevar a su paso entre el centro comercial Plaza y el templo ecuménico y, desde ahí, continua una acera ancha hasta conectar con el paseo marítimo. El encuentro entre ambos paseos se produce en el centro del arco que dibuja la parcela. Desde ahí se ingresa al conjunto residencial y comercial Atlantic Beach.

El conjunto aloja actividades residenciales y comerciales. En su parte posterior, dos bloques se apoyan en el lateral arqueado de la parcela, junto al paseo marítimo (Fig. 2-44). Entre los bloques y el paseo elevado, una fisura permite introducir el sistema de comunicaciones verticales de uso público, que da acceso a la parte inferior del conjunto, donde se encuentran los comercios (Fig. 2-45). La sección explica claramente la relación de continuidad entre el paseo marítimo elevado y la playa.

Los comercios discurren bajo una plataforma superior de uso privado de los apartamentos, donde se disponen la piscina y las terrazas. Tras descender por el ascensor desde el paseo elevado hasta la zona inferior, se abre una galería

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

comercial (Fig. 2-46), que atraviesa toda la sección edificada, hasta desembocar en una plaza de uso público abierta al mar (Fig. 2-47).

El espacio de uso comercial tiene una configuración sencilla, que responde más que al modelo de un centro comercial que al de un edificio residencial con bajos comerciales. Es una variante donde las dos primeras plantas están desplazadas en sentido de la pendiente. La plaza de uso público se alarga a la playa y hace las veces de plataforma intermedia entre ésta y el paseo superior.

La variedad de espacios abiertos que oferta es limitada: una galería comercial cubierta, una plaza y un paseo en su lado norte con cafeterías y restaurantes. Pese a que la oferta de restauración y comercios es bastante estándar, su buen funcionamiento parece deberse a dos aspectos:

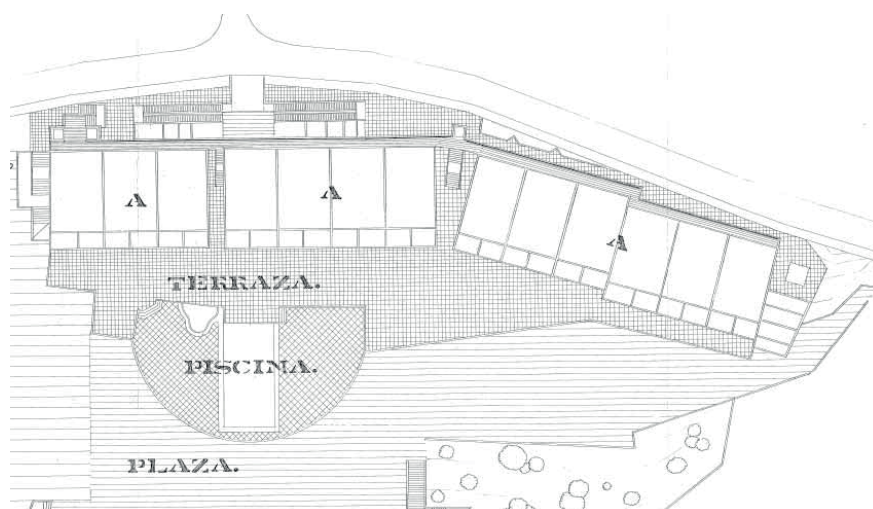
Estos tres espacios están bien definidos en forma y uso lo que permite identificarlos sin ambigüedad. Tampoco generan espacios sin salida pudiendo utilizarse en su totalidad.

En segundo lugar, su localización elevada y al borde del tejido le permiten funcionar como mirador. A esto hay que sumar su condición de edificio pasante o conector, que, como vimos con la Kasbah, le garantiza un flujo de gente que accede a la playa todo el día. Este tránsito de personas se debe a que se encuentra en medio de áreas comerciales importantes, el de los centros comerciales Kasbah, Metro y Plaza por un lado y el del Anexo I y II en la zona baja de la playa.

Fig. 2-44:

Planta general del Atlantic Beach.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana



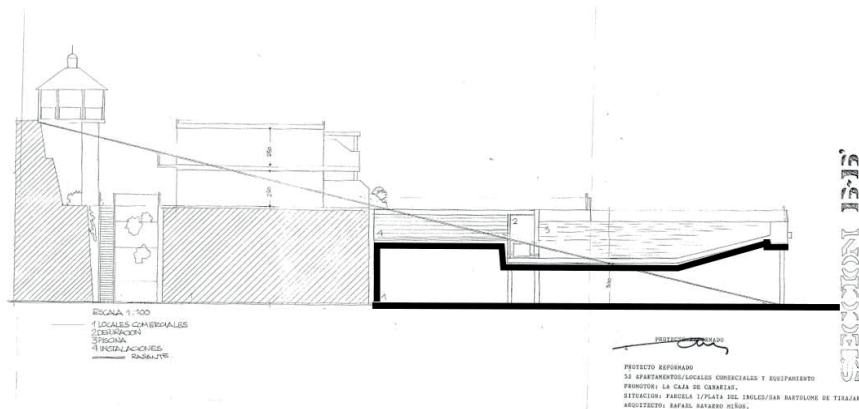


Fig. 2-45:

Sección transversal. En línea negra los comercios.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

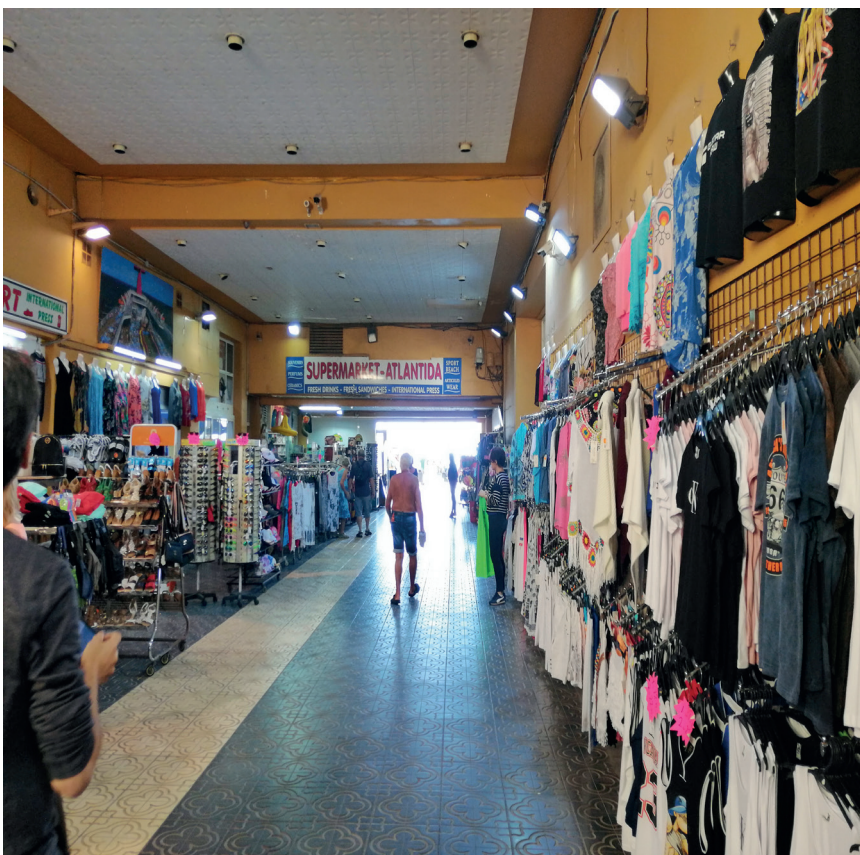


Fig. 2-46:

Galería comercial, vista desde el ascensor. Se aprecia en el techo el vaso de la piscina de los apartamentos.

Fuente: O. De Castro



Fig. 2-47:

Explanada comercial, encima de los comercios el área privada de los apartamentos donde se ubica la piscina.

Fuente: O. De Castro

Análisis del área de estudio

La dimensión del espacio colectivo y su nivel de centralidad urbana

Se trata de uno de los ámbitos más completos en cuanto a espacios colectivos que atrae a gran parte de la actividad de ocio y comercial de Playa del Inglés.

La avenida de Italia aglutina una serie de locales con retranqueos en torno a un eje comercial. En el entorno del centro comercial Águila Roja, la avenida Tenerife se ha peatonalizado mejorando la relación entre los espacios abiertos y los comercios a ambos lados. Otro lugar interesante es el que conforman los centros comerciales Metro, Kasbah y Plaza, junto a los bajos comerciales de algunos apartamentos del entorno. También aquí, el espacio público pasa de viario a bulvar. Por último, el conjunto residencial y comercial Atlantic Beach nos muestra cómo utilizar la arquitectura con un propósito urbano. Su propuesta de sección para el litoral sirve como artefacto de comunicación entre la zona alta y baja.

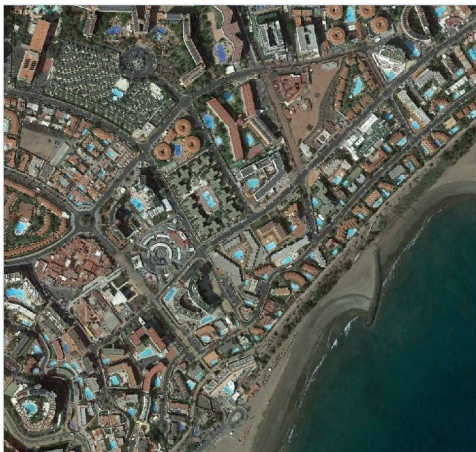
En relación al análisis de este fragmento, el plano refleja una posible red de espacios compuesta por espacios público y colectivos que se alternan y entrelazan, y posibilitan un recorrido continuo. El plano 7 “Espacio colectivo-espacio público” muestra un espacio público algo más generoso gracias a sendas peatonales que contribuyen a tejer esa red. Pese a que todavía falta por establecer una relación más estrecha entre los nodos comerciales más importantes, Metro, Kasbah y Plaza y Águila Roja con su entorno, se aprecia dicha red peatonal. Las operaciones ejecutadas recientemente contribuyen a este propósito.

Espacio colectivo - espacio público dominio y uso





0  100 m

e. 1/4500



USO PÚBLICO

Dominio privado

-  Espacio colectivo exterior
-  Predominio espacio colectivo interior

Dominio público

-  Peatonal
-  Rodado
-  Ajardinado

USO PRIVADO

Dominio privado

-  Uso comunitario

Grado de Centralidad según programa



0 100 m
e. 1/4500

USO PÚBLICO

Dominio público Peatonal Rodado **Dominio privado** Espacio colectivo exterior Predominio espacio colectivo interior

DESCRIPCIÓN PROGRAMÁTICA DE LOS ESPACIOS COLECTIVOS SEGÚN PARCELA

N	Tipología	E	Programa	N	Tipología	E	Programa	N	Tipología	E	Programa
1	C.C.KASBAH	P+S	Restauración Pubs Cafeterías Minimercado Moda Souvenirs Perfumería Electrónica Marroquinería Accesorios Salón Recreativo Mini golf	4	C.C. METRO	P+S	Minimercado Electrónica Perfumería Pubs (* Prácticamente cerrado, solo se mantienen locales en el perímetro)	7	APARTAMENTO	P	Restauración Moda Souvenirs Accesorios
2	APARTAMENTO	P	Restauración Cafetería	5	TEMPLO ECUMÉNICO	S	Religioso	8	C. COMERCIAL	P	Restauración
3	APARTAMENTO	P	Cafetería	6	C.C. PLAZA	P	Restauración Moda Minimercado Souvenirs D Discoteca	9	HOTEL	P	Minigolf Bar
								10	APARTAMENTO	P	Restauración Pubs
								11	APARTAMENTO	P	Restauración Pub
								12	APARTAMENTO	P	Restauración Pub
								13	APARTAMENTO	P	Restauración
								14	C.COMERCIAL ÁGUILA ROJA	P+S	Pubs Restauración
								15	PARQUE EUROPA	P	Restauración
								16	APART-HOTEL	P	Restauración Heladería Bazar Supermercado
								17	APARTAMENTO	P	Supermercado Perfumería

AE-3

Playa del Inglés



*Fig. 2-48 (arriba):
Ortofoto del área de estudio.
Fuente: Google Earth*

*Fig. 2-49 (izquierda):
Esquema de situación de los
elementos urbanos a estu-
diar.*

Fuente: O. De Castro

Descripción del área de estudio

Se sitúa en pleno centro del sector de Playa del Inglés, incorporando un segmento de la avenida de Tirajana, uno de los ejes comerciales y de circulación más importante del sector, que vertebra de Norte a Sur el conjunto. A su vez, se muestra otro fragmento de la avenida Alféreces Provisionales que cruza la anterior y discurre en sentido Este-Oeste. En la foto aérea (Fig. 2-48), podemos distinguir como esta última avenida conecta con la bajada a la playa del Inglés por la derecha y con el sector del Campo Internacional a su izquierda. Incluye también el centro comercial Yumbo, uno de los más importante de todo el ámbito (Fig. 2-49).

Descripción de las muestras del área

10. Las avenidas comerciales de Tirajana y 11. Alféreces Provisionales

Los dos fragmentos escogidos y su cruce constituyen dos trazos y un nodo de referencia comercial en Playa del Inglés. En el caso de la avenida de Tirajana, se aprecia la alta presencia de comercios respecto a otras avenidas. Esto es debido a la tipología aparta-hotel predominante con bajos comerciales. Como vimos en otras avenidas, Italia y Tenerife, los retranqueos propician espacios de relación más complejos con la acera y es raro encontrar edificios contiguos alineados.

Por lo general, el espacio liberado por la propiedad para usos público se presenta como un vacío, y como consecuencia de su indefinición, tienden a ser ocupados por los comercios para acercarse a la calle y sacar mayor rentabilidad. Encontramos ampliaciones construidas con estructuras de aluminio y cerradas con toldos. Muchas de estas arquitecturas informales aparecen solo durante el día liberando espacio por la noche.

Este mecanismo de construcción de espacios colectivos a partir de un retranqueo primero y una paulatina o intermitente ocupación después, es lo que explica la naturaleza del espacio comercial en la avenida de Tirajana (Fig. 2-50). Una lógica parecida la podemos encontrar en la avenida Alféreces Provisionales, aunque con menor intensidad y centrada en un lado principalmente.

La avenida Alféreces Provisionales, que cruza la de Tirajana, acumula los espacios colectivos principalmente en la margen sur (Fig. 2-51). Esto es debido a la diferencia entre las alineaciones de apartamentos de una acera respecto a la otra, lógica que se justifica desde la orientación del volumen para un mejor soleamiento del bloque y de sus zonas comunes abiertas, como piscinas y solárium. En la margen norte, esa misma lógica de soleamiento aleja el volumen principal de la calle con un espacio de uso privado para piscinas, haciendo más difícil la relación entre los pocos bajos comerciales y la calle, que normalmente se resuelve con una escalera o rampa

de acceso, que obliga a atravesar la propiedad previamente, para alcanzar los locales situados detrás. Por ello, el Plan de Modernización de Playa del Inglés implementa la mejora de la vía con una peatonalización de un carril únicamente en el lado sur, allí donde el comercio tiene presencia en la calle.



*Fig. 2-50:
Avenida de Tirajana, Playa del Inglés.*

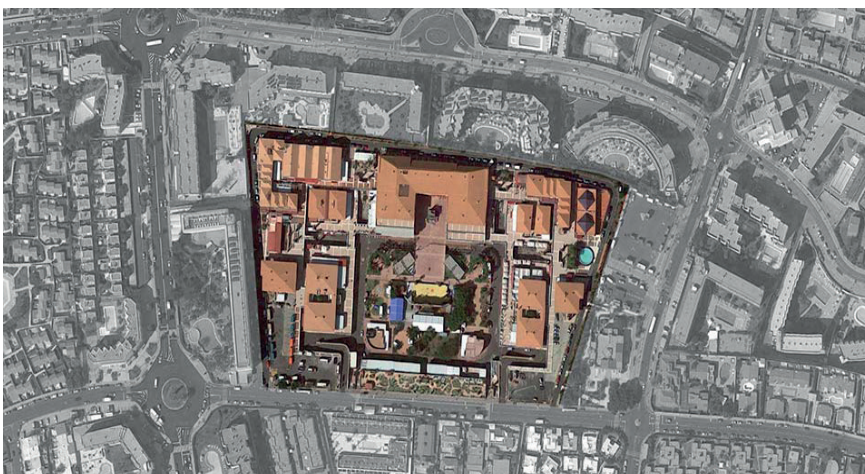
Fuente: O. De Castro



*Fig. 2-51:
Imagen aérea de la avenida Alférez Provisionales. En rojo las áreas con comercio y en discontinua la acera ampliada.*

Fuente: Google Earth

12. El centro comercial Yumbo



*Fig. 2-52:
Foto aérea del centro comercial Yumbo.*

Fuente: Google Earth

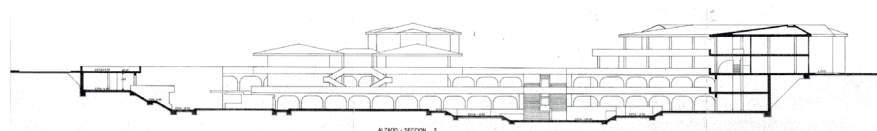
02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

El centro comercial Yumbo es uno de los más grandes y populares de Maspalomas-Costa Canaria por la variedad de comercios y eventos que se celebran de manera periódica como el Carnaval de San Bartolomé de Tirajana o el Gay Pride. Sin embargo, estos dos últimos, al ser usos puntuales, no conforman una tipología o espacio específico para tal uso, más bien se adaptan a la estructura existente. El Yumbo ocupa una superficie de unos 43.400 m² aproximadamente, pero su espacio útil se multiplica por tres debido a su desarrollo en cuatro niveles. El espacio se organiza mediante plataformas en terrazas que se vuelcan hacia una gran plaza arbolada en su interior (Fig. 2-53), en la planta -2 (Fig. 2-54), dando lugar a una disposición en anillo (Fig. 2-55), relativamente compleja y laberíntica.

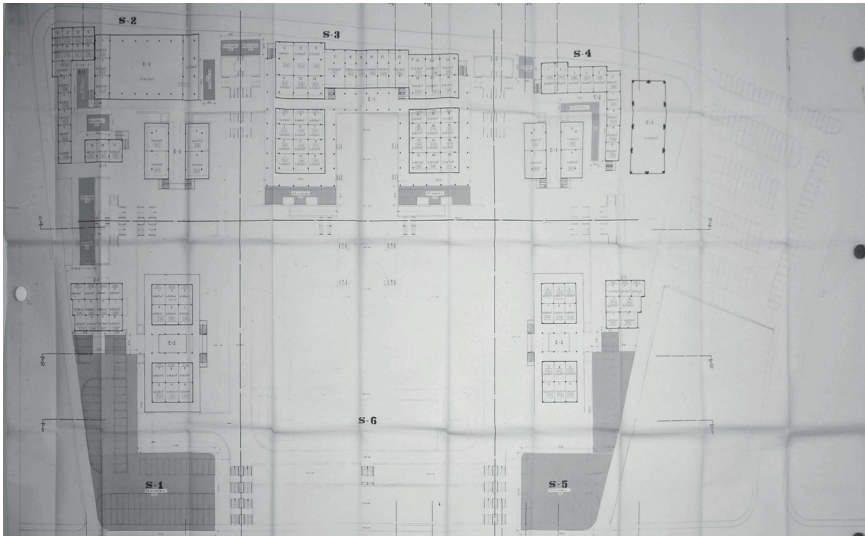
Fig. 2-53:
Plaza central del Yumbo.
Fuente: O. De Castro



Fig. 2-54:
Sección transversal por la plaza interior del centro comercial Yumbo.
Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

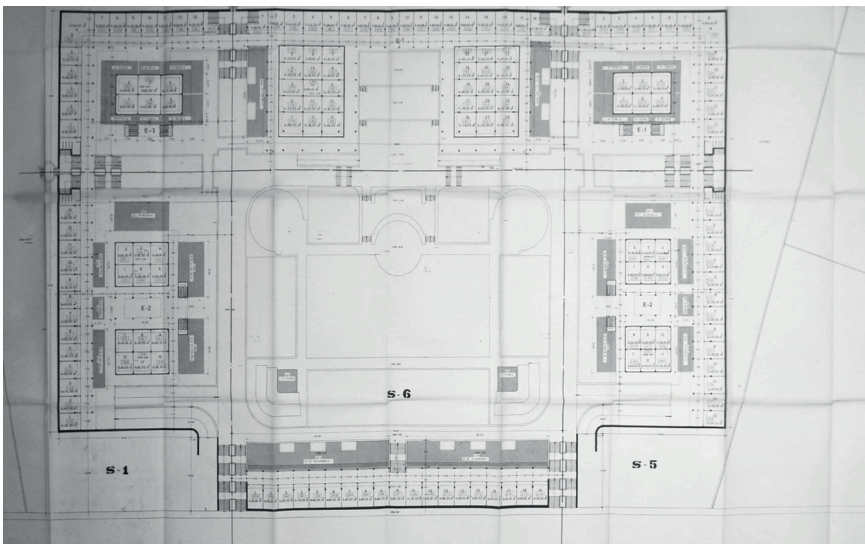


Los comercios aparecen prácticamente en todas las plantas, algo menos en las plantas baja y primera y mucho más en las dos inferiores (Fig. 2-56), donde además se intensifica la oferta de ocio. De esta manera se da el siguiente reparto de comercios por plantas: 125 entre la planta de acceso y algunas partes altas que conforman los volúmenes sobre rasante, 152 en la planta inferior primera y 84 en la planta inferior segunda que da a la plaza central. Con todo, el número de comercios totales puede variar debido a los cambios en la partición de algunas propiedades.



*Fig. 2-55:
Planta de acceso con los
aparcamientos en la parte
inferior del plano junto a la
avenida de EEUU.*

*Fuente: Archivo Municipal
de San Bartolomé de Tira-
jana*



*Fig. 2-56:
Planta inferior primera
con el anillo perimetral de
comercios y el patio en el
centro.*

*Fuente: Archivo Municipal
de San Bartolomé de Tira-
jana*

Las distintas terrazas, pasarelas y volúmenes de distintas alturas constituyen un escenario complejo (Fig. 2-57). Los espacios exteriores e interiores se suceden de manera fluida. Las galerías interiores (Fig. 2-58) siempre encuentran una salida visual al exterior.

La conexión del conjunto con el espacio público es limitada y puntual. El acceso principal al centro comercial se hace desde la avenida de EE.UU. con dos escaleras (Fig. 2-55 y 2-56). En el resto del perímetro hay dos áreas de aparcamiento, que obligan al turista a caminar entre los coches para acceder al centro. También existen varios pasajes desde los viales principales de Tirajana y Alféreces Provisionales que conectan el Yumbo desde su fachada trasera (Fig. 2-59).

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

Fig. 2-57 (arriba):
Plataformas exteriores del Yumbo.

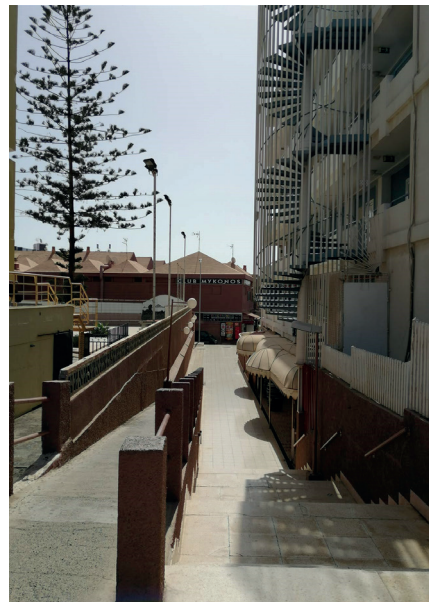
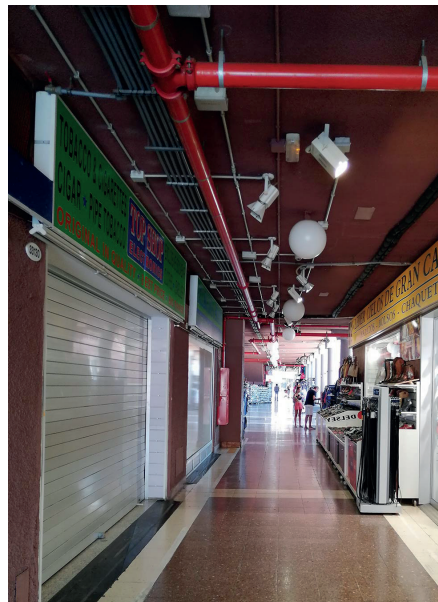
Fuente: O. De Castro

Fig. 2-58 (abajo-izquierda):
Galería comercial interior.

Fuente: O. De Castro

Fig. 2-59 (abajo-derecha):
Pasaje que comunica lateralmente el C.C. Yumbo con la avenida de Tirajana.

Fuente: O. De Castro



Análisis del área de estudio

La dimensión del espacio colectivo y su nivel de centralidad urbana

Al igual que en la avenida de Italia (muestra 1), la presencia de bloques de apartamentos también genera espacios abiertos que son de acceso público. En el plano “Espacio colectivo-espacio público” la avenida de Tirajana genera este tipo de espacio a ambos lados de la calle por la presencia de bloques. Por el contrario, en la avenida Alféreces Provisionales el comercio se concentra principalmente en el lado sur, donde los bloques quedan cerca de la acera, pero con retranqueos. En el lado norte de la calle los edificios colocan el área de jardines y piscina junto a la avenida, para orientar las zonas comunes hacia el sol. Esto hace que los apartamentos queden muy separados de la acera.

En el plano no se computa como espacio de uso los jardines de los retranqueos, estos están pensados como elementos de decoración del paisaje urbano.

Por otro lado, la dimensión de espacio colectivo exterior, en azul, se ha reducido con el tiempo por la ocupación de las ampliaciones. Esto no significa que desaparezca el espacio colectivo, sino que pasa a estar en el interior de una terraza y la circulación es más controlada.

Otra de las cuestiones a resaltar es que la tipología hotelera apenas cede espacio para uso público libre y no siempre presenta comercios en planta baja. Los restaurantes, discotecas y bares se vuelcan más hacia el interior del hotel.

En el centro comercial Yumbo encontramos espacios abiertos a modo de una gran mancha que se muestra poco conectada con la calle. En las avenidas, el color azul crea un esponjamiento de la acera, mejorando la trabazón entre la vía y los comercios.

El color azul del Yumbo pone de manifiesto las carencias en el espacio público del entorno. No existen plazas, parques o avenidas peatonales. La única gran zona peatonal es la del centro comercial y su plaza central es un foro público en

momentos puntuales como el carnaval.

El plano recoge el ensanchamiento de la acera en la avenida Alféreces Provisionales que ocupa los carriles de aparcamiento. La peatonalización se materializa en el lado sur de la avenida, justo donde se da la mayor presencia de espacios colectivos y llega hasta el Anexo I y II de la Playa del Inglés. En la actualidad, la misma operación se está realizando en el otro sentido hacia Campo Internacional. Destaca la falta de una acera amplia en la avenida de Tirajana que acumula una importante cantidad de comercios. El carácter primario de esta avenida se ha acentuado principalmente por la presencia de edificios en altura y bajos comerciales, pero no por la sección del vial que es idéntica a otros.

En las avenidas encontramos distintas soluciones formales entre el espacio comercial y la acera considerando tipo de retranqueo, volumetría de los edificios y cambios en la topografía. En muchos casos se establece una clara continuidad espacial entre el retranqueo y la acera sin cambios de cota. En otros casos, el retranqueo se plantea como un cambio de cota, que obliga a incorporar escaleras o rampas.

Las avenidas estudiadas contienen este tipo de acontecimientos a ambos lados. Sus secciones cambian, se esponjan o contraen el espacio a lo largo de su desarrollo. Cada uno de estos cambios de sección expresan una forma distinta de relacionarse con la calle.

Las parcelas 7, 11, 12, 13 y 16 muestran retranqueos que construyen un frente de fachada recto. Las 1, 3, 4 y 5 son espacios abiertos algo más complejos, con retranqueos más profundos que otros debido a la tipología de torre o quiebros del bloque. En las 6, 9 y 17, el bajo comercial se encuentra hundido respecto a la calle y encontramos un corte en sección transversal que obliga a introducir escaleras o rampas. Esta tipología establece una relación más compleja en sección, pero su permeabilidad desde el espacio público queda comprometida y más controlada al incorporar puertas en rampas y escaleras.

Por lo general, en cualquiera de las tres tipologías de espacio colectivo asociadas al tipo “avenida con edificios retranqueados y bajos comerciales” es común que los

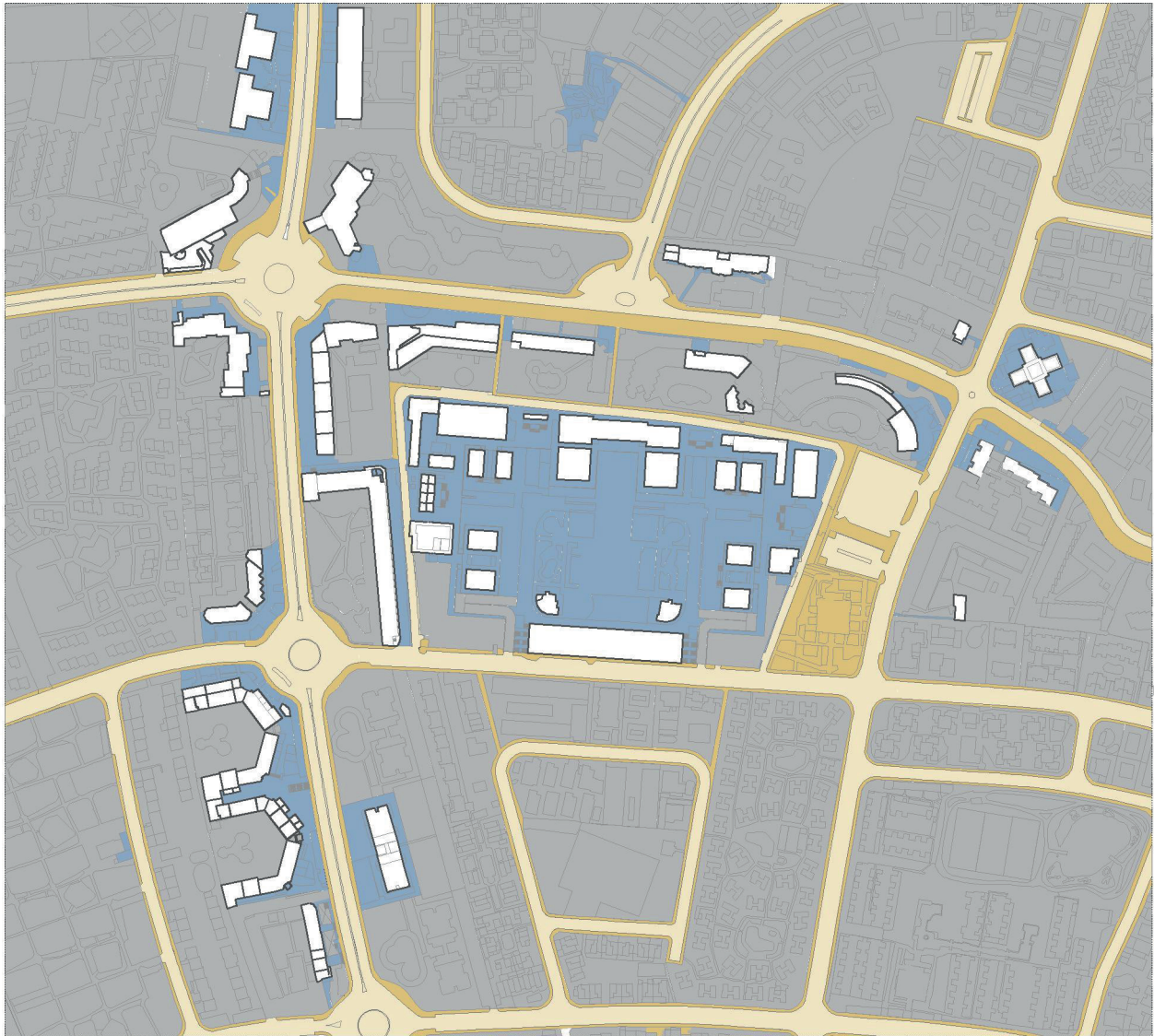
comercios ocupen eventualmente parte del espacio colectivo mediante ampliaciones o terrazas, construido con arquitecturas informales de aluminio y toldos.

Este fragmento tiene varias arquitecturas de carácter colectivo, que generan un espacio urbano complejo. Se combinan dos avenidas con bajos comerciales que presentan cuatro tipologías de retranqueo respecto a la calle y un centro comercial grande y espacialmente rico.

Así, la coexistencia de estos dos tipos de espacios colectivos en un mismo fragmento dota de notable interés a esta área para un estudio pormenorizado de sus muestras. En este caso, se aprecia una red de espacios públicos y colectivos, aunque en estado germinal, ya que no terminan de conectarse bien entre sí. Este es el caso del Yumbo con la avenida de EE.UU.

Espacio colectivo - espacio público dominio y uso

~



0 ——— 100 m e. 1/4500



USO PÚBLICO

Dominio privado

- Espacio colectivo exterior
- Predominio espacio colectivo interior

Dominio público

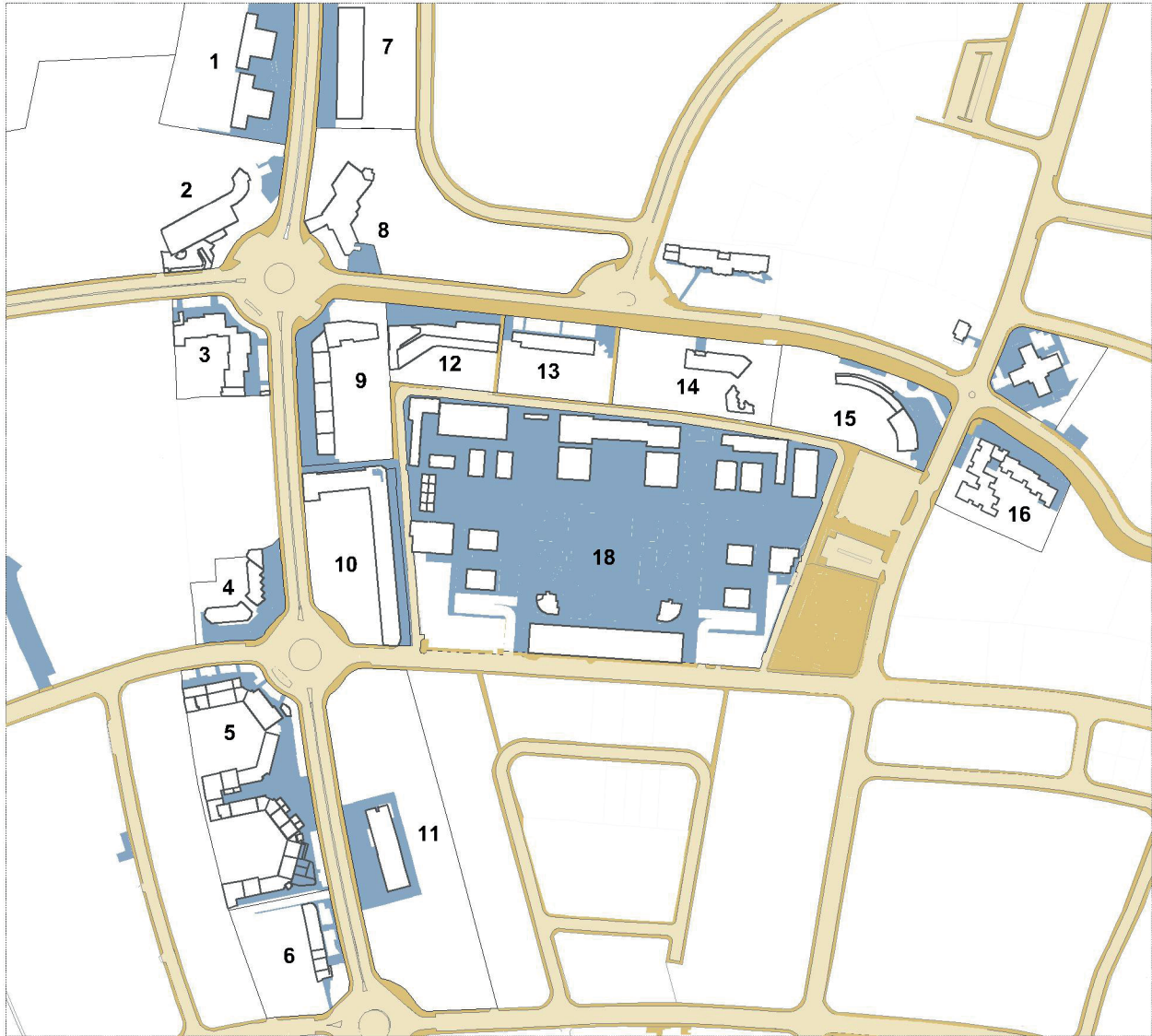
- Peatonal
- Rodado
- Ajardinado

USO PRIVADO

Dominio privado

- Uso comunitario

Grado de Centralidad según programa



0 100 m
e. 1/ 4500

USO PÚBLICO

Dominio público Peatonal Rodado **Dominio privado** Espacio colectivo exterior Predominio espacio colectivo interior

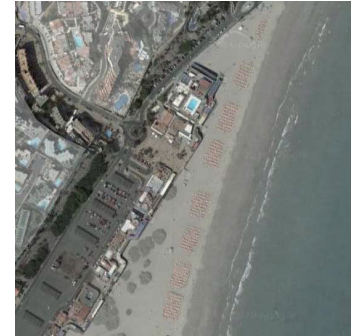
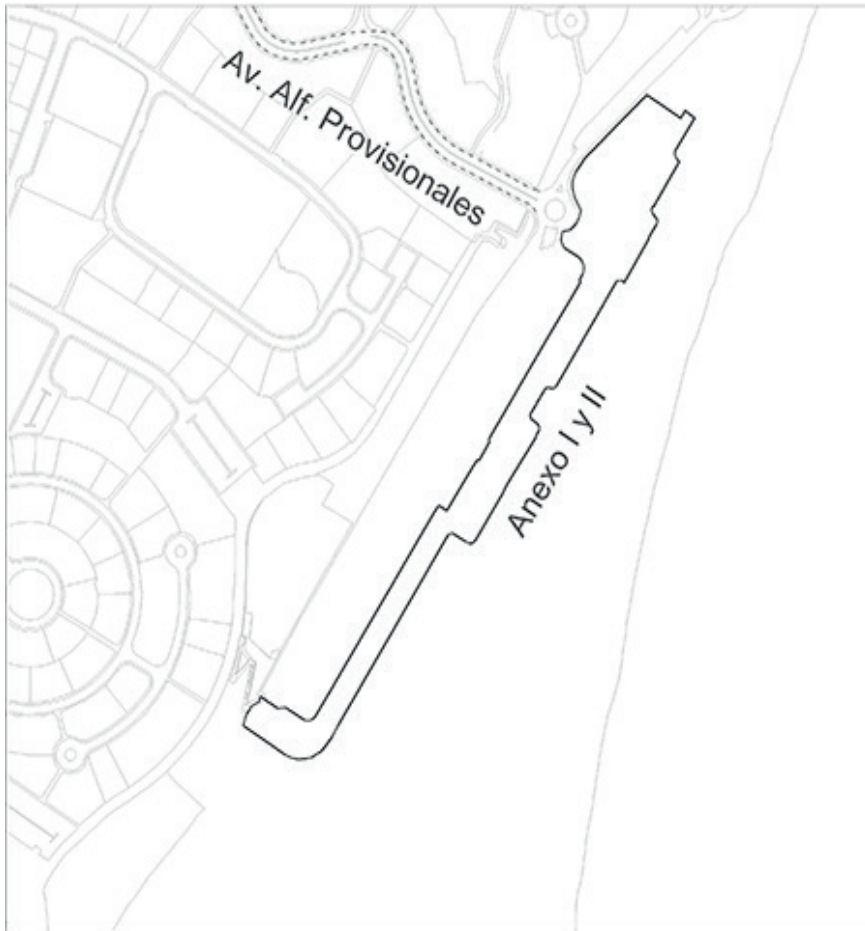
DESCRIPCIÓN PROGRAMÁTICA DE LOS ESPACIOS COLECTIVOS SEGÚN PARCELA

N	Tipología	E	Programa	N	Tipología	E	Programa	N	Tipología	E	Programa
1	RESIDENCIAL	P	Restauración Cafetería	10	HOTEL	P	Restaurantes	18	c.c.YUMBO	P	Restauración Pubs Cafeterías Minimercado Moda Deportiva Moda Franquicia Souvenirs Perfumaría Electrónica Marroquinería Accesorios Salón Recreativo Mini golf
2	HOTEL - BUNG.	P	Restaurante Lounge bar	11	APART. + RESID.	P	Restaurantes Bar			D	Religioso-Mezquita Franquicia Fast-food
3	APARTAMENTO	P	Restaurante	12	APARTAMENTO	P	Restaurantes Bares			Co	Restauración Gay Pubs Gay Comercios Gay Otros serv. Gay
4	RESIDENCIAL	P	Restaurantes Bar	13	RESIDENCIAL	P	Restaurantes Pub			Co + I	Carnaval
5	APARTAMENTO	P	Restaurante Bar	14	HOTEL	P	Bar Restaurante				
6	APARTAMENTO	P	Buffet Bar	15	APARTAHOTEL	S	Casino Bar				
7	HOTEL	P	Restaurantes	16	RESIDENCIAL	P	Restaurante Bar Sala de juegos				
8	HOTEL RESORT	P	Lounge Restaurante	17	C.C. Prisma	P	Restaurantes Pubs Mocca Bares				
9	APART. + RESID.	P	Restaurantes Pubs								

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

AE-4

Playa del Inglés



*Fig. 2-60 (arriba):
Ortofoto del área de estudio.
Fuente: Google Earth*

*Fig. 2-61 (izquierda):
Esquema de situación de
los elementos urbanos a es-
tudiar.
Fuente: O. De Castro*

Descripción del área de estudio

La única muestra de esta área es el centro comercial Anexo I y II, situados por delante del Paseo Marítimo-terrestre y prácticamente sobre la playa. Durante años su localización fue un aparcamiento y su construcción no estuvo exenta de polémica. Su localización entra en conflicto con otros dos espacios públicos, el paseo elevado y el final de la avenida Alféreces Provisionales (Fig. 2-62).

El paseo marítimo Costa Canaria se sitúa en el límite de la urbanización de Playa del Inglés con la playa (Fig. 2-63). Se caracteriza por tener una acera ancha arbolada e iluminada y una longitud de 2,5 kilómetros. En su recorrido hace tres arcos hacia el interior como consecuencia de tres complejos turísticos, que se sitúan por delante del paseo. El paseo se interrumpe en el encuentro con la avenida Alféreces Provisionales, esto obliga al turista a descender para volver a subir por unas escaleras que se retuercen para salvar el corte

del barranco.

El paseo es el resultado de detener la urbanización para dejar un ancho mínimo de tránsito peatonal y no como un espacio con identidad propia capaz de estructurar el frente marítimo. El paseo no ordena, no existen alineaciones de fachadas, su ancho no permite desarrollar actividades y las calles perpendiculares, que conectan con el interior del tejido son secundarias y funcionan como bolsas de aparcamiento. Tampoco es una centralidad en la misma categoría que las plazas públicas, aunque su localización es lugar obligado de tránsito hacia la playa. Fue de las últimas operaciones en realizarse, una vez que la urbanización estaba construida (Fig. 2-64).

Por su parte, la avenida de Alféreces Provisionales, que atraviesa de Este a Oeste Playa del Inglés, en su tramo final desciende en forma de zigzag hasta el Anexo I y II. Recientemente se ha modificado su sección peatonalizando dos de sus carriles (Fig. 2-65 y 2-66). La acera ancha queda en el extremo sur, justo donde más locales se aglutinan. Sin embargo, la relación con el centro comercial no termina de ser continua, se disponen como única conexión dos pasos de peatones uno a cada lado.

*Fig. 2-62:
En discontinua el paseo marítimo, en línea negra la avenida Alféreces Provisionales Fuente: O. De Castro.*



*Fig. 2-63:
Vista actual del paseo Costa Canaria de Playa del Inglés. Fuente: O. De Castro*





Fig. 2-64:
Frente marítimo de Playa del Inglés sin paseo, años 70.
Fuente: Fotosantiguasdecanarias.org



Fig. 2-65:
Avenida Alféreces Provisionales en su llegada al Anexo I y II, 2008.
Fuente: Google Street View



Fig. 2-66:
Avenida Alféreces Provisionales en su llegada al Anexo I y II, actualmente.
Fuente: Google Street View.

Descripción de la muestra del área

13. Centro Comercial Anexo I y II



Fig. 2-67:
Foto aérea actual del centro comercial Águila Roja y el espacio público del entorno.
Fuente: Google Earth

El conjunto formado por los centros comerciales Anexo I (a la derecha) y el II (a la izquierda) tiene una longitud de unos 600 metros aproximadamente. Su disposición no se enclava en ninguna parcela dispuesta al respecto, al contrario, se deposita sobre el paisaje de la Playa. La escala entra en conflicto con la dimensión de la playa ocupando prácticamente la mitad de las dunas en ese tramo. También su linealidad resulta demasiado contundente comparada con las suaves curvas de las calles y avenidas del tejido turístico.

La disposición del aparcamiento detrás del centro comercial lo separa de la ciudad y no permite ordenar un frente marítimo. El conjunto se conecta con el paseo elevado en tres puntos separados y mediante escaleras o rampas.

En la planta del Anexo II el edificio arranca desde la plaza localizada al final de la avenida Alféreces Provisionales que da acceso a la playa del Veril. Desde aquí el edificio se desarrolla hacia el Sur apoyado en una línea o eje paralelo al corte de la meseta. A lo largo de su desarrollo se introducen quiebros, que se justifican con la aparición de locales, con distinto ancho y profundidad, que empujan la línea del límite urbano hacia adelante. El edificio termina con un giro brusco, a modo de gancho para conectar el edificio al paseo marítimo elevado. (Fig. 2-68).

En sección los locales se sitúan detrás, construyendo una fachada ciega hacia el aparcamiento y negando una vez más la relación con la ciudad. Dispone un nuevo paseo sobre el que se abren todos los locales y las variaciones tipológicas introducidas en su sección aportan cierta complejidad (Fig. 2-69).

Toda esta riqueza que el edificio aporta en una sección variable queda empañada con las ampliaciones y modificaciones de carácter epidérmico que sufre el edificio. Por un lado, las cubiertas están llenas de artefactos, probablemente necesarios para el óptimo funcionamiento de los comercios, pero que producen un impacto visual cuestionable, si tenemos en cuenta que al edificio nos aproximamos desde una cota superior, la del paseo marítimo sobre el corte natural (Fig. 2-70). La cubierta, la quinta fachada, es realmente la principal. Por otro lado, el paseo que el Anexo I y II dispuso en su momento como espacio de relación con las dunas y la

playa está parcialmente ocupado por terrazas (Fig. 2-71). Las actuales ampliaciones se cierran lateralmente con aluminio y cristal y se techan con toldos para proteger del sol y viento. El espacio abierto al paisaje es ahora un pasillo estrecho y cerrado en sí mismo.

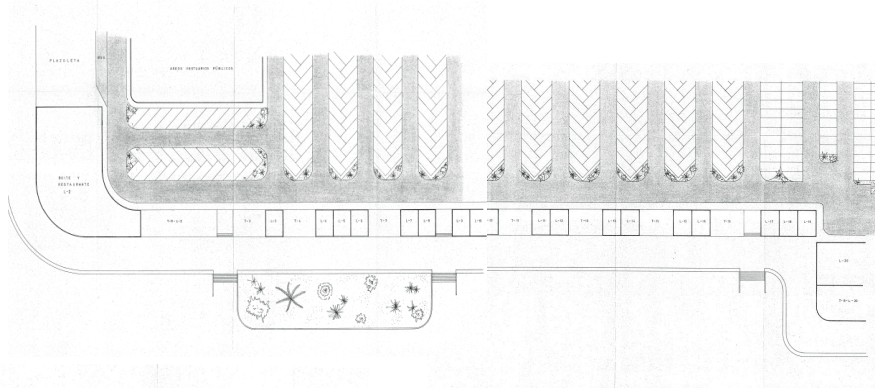


Fig. 2-68:

Planta del Anexo II partida en dos tramos. Arriba el tramo izquierdo que da hacia las dunas. Abajo el tramo derecho que termina en la plaza principal de acceso a la playa.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

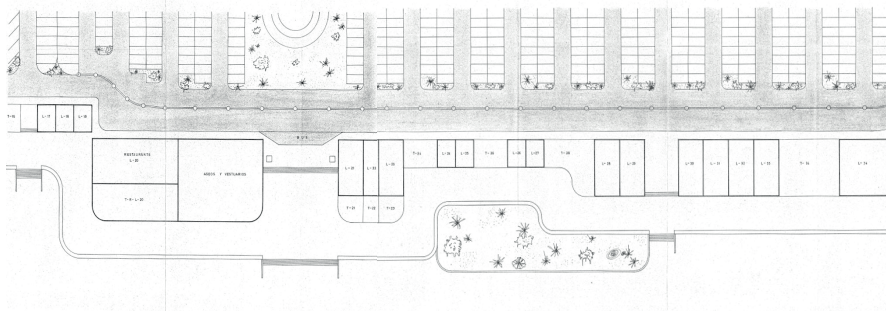
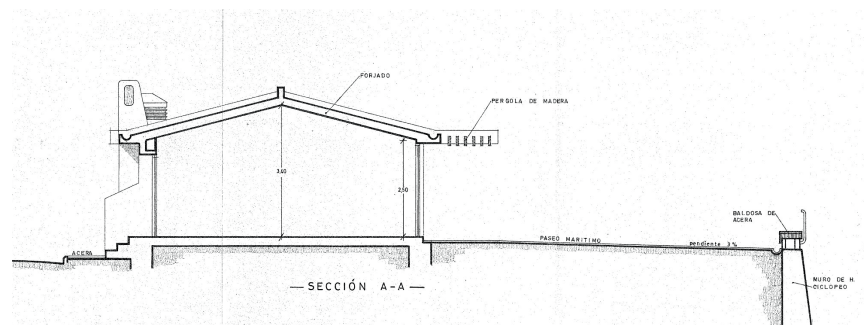
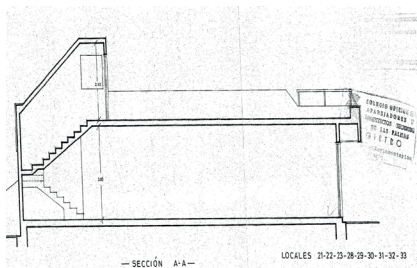


Fig. 2-69:

Tres secciones distintas a lo largo del Anexo II muestran las variantes tipológicas adoptadas.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana



02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

Fig. 2-70:

Cubierta del Anexo I y II de Playa del Inglés visto desde el paseo marítimo.

Fuente: O. De Castro



Fig. 2-71:

Terrazas sobre el paseo del Anexo II de Playa del Inglés.

Fuente: O. De Castro



Análisis del área de estudio

La dimensión del espacio colectivo y su nivel de centralidad urbana

En este fragmento de Playa del Inglés predominan las viviendas de segunda residencia y los pequeños apartamentos de tres a cuatro plantas sin locales comerciales. Excepcionalmente, encontramos algunos hoteles o apartamentos de mayor envergadura en la avenida Alféreces Provisionales en su recorrido de bajada hacia la playa. El análisis de la presencia de espacios colectivos (plano 11) muestra como el modelo urbano desarrollado limita los espacios comerciales y de ocio a los centros comerciales, con la excepción de algún que otro hotel que oferta un espacio de restauración o pub. Esta zonificación tiende a alejar los espacios residenciales de aquellos del ocio y el comercio. El gran espacio colectivo que representa los Anexos I y II se encuentra, de hecho, fuera del tejido y sin solución de continuidad con la urbanización.

La relación entre el espacio público y el colectivo es prácticamente nula. No hay espacios públicos, a modo de plaza o bulevar, que reciba al centro comercial; ni tampoco el espacio colectivo busca el encuentro. El centro comercial se agarra a dos puntos débiles, a modo de unión con el tejido. Hay una escalinata al Sur que conecta el final del centro comercial con el paseo marítimo elevado y los pasos de peatones entorno a la rotonda. Otros puntos de conexión indirecto son las pequeñas escaleras que descienden desde el paseo elevado y desembocan en el aparcamiento. El usuario debe atravesar el área rodada para llegar al centro comercial.

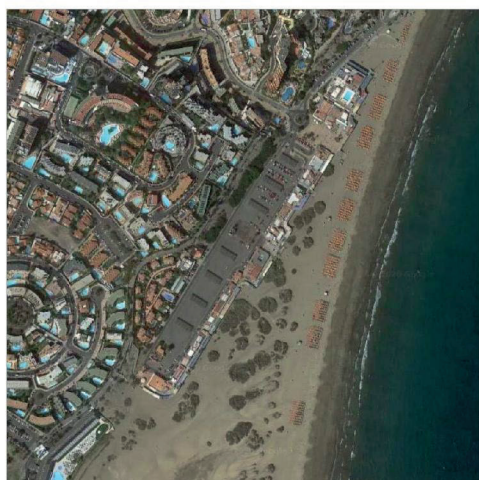
Esta falta de comunicación directa entre el centro comercial y el tejido urbano resulta aún más contradictoria si observamos los usos en el análisis de centralidad (plano 12). Los Anexos I y II ofertan un programa atractivo y son prácticamente los únicos de la muestra, sin embargo, todas las dificultades mostradas para acceder a él (su separación del tejido y su limitado acceso) reflejan una contradicción, la naturaleza de un espacio colectivo es ser usado de manera intensa siendo la fácil accesibilidad fundamental.

Espacio colectivo - espacio público dominio y uso





0  100 m

e. 1/4500



USO PÚBLICO

Dominio privado

-  Espacio colectivo exterior
-  Predominio espacio colectivo interior

Dominio público

-  Peatonal
-  Rodado
-  Ajardinado

USO PRIVADO

Dominio privado

-  Uso comunitario

Grado de Centralidad según programa



0 100 m
e. 1/4500

USO PÚBLICO

Dominio público Peatonal Rodado

Dominio privado Espacio colectivo exterior Predominio espacio colectivo interior

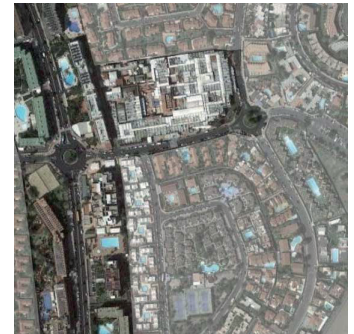
DESCRIPCIÓN PROGRAMÁTICA DE LOS ESPACIOS COLECTIVOS SEGÚN PARCELA

N	Tipología	E	Programa	N	Tipología	E	Programa
1	ANEXO I Y II	P+S	Restauración Pubs Cafeterías Minimercado Moda Souvenirs Perfumería Accesorios Salón Recreativo	5	C.C. LA SANDÍA	P	Minimercado Restauración Pubs Club nocturno
2	APARTAMENTO	P	Restauración Bar-piscina				
3	APARTAMENTO	P	Restaurante Terraza Pub				
4	APARTAMENTO	P	Panadería Pub				

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

AE-5

Playa del Inglés



*Fig. 2-72 (arriba):
Ortofoto del área de estudio.
Fuente: Google Earth*

*Fig. 2-73 (izquierda):
Esquema de situación de
los elementos urbanos a es-
tudiar.*

Fuente: O. De Castro

Descripción del área de estudio

Esta área de estudio contiene el tramo más meridional de la avenida de Tirajana (el más septentrional lo analizamos en la muestra 3) y el centro comercial Cita.

La avenida de Tirajana agrupa los edificios de mayor altura. Encontramos apartamentos de seis plantas y hoteles cuya organización volumétrica es parecida. Los volúmenes se orientan hacia el sur y por detrás de la piscina con el objeto de no arrojar sombra sobre la misma. De esta manera, prima el máximo aprovechamiento de las horas de sol por encima de las alineaciones a las calles o la construcción de esquinas en los cruces. Como consecuencia, la avenida establece una relación asimétrica con los edificios en ambos márgenes. Los edificios que quedan alejados de la acera introducen ampliaciones para acercar los locales a la calle estando una acera más equipada que otra.

Por otro lado, el centro comercial Cita es una gran superficie comercial situada en la trasera de la avenida de Tirajana. En este sentido, repite la misma localización del centro comercial Yumbo (muestra 3).

Descripción de las muestras del área

14. Avenida de Tirajana (tramo sur)

Fig. 2-74 (arriba-izquierda): Los locales se prolongan sobre el retranqueo hasta conformar un frente de fachada nuevo.

Fuente: O. De Castro



Fig. 2-75 (arriba-derecha): Los locales se separan del bajo comercial, se alinean a la calle y configuran una calle interior nueva entre comercios.

Fuente: O. De Castro



Fig. 2-76 (abajo-izquierda): El espacio de retranqueo se divide en dos niveles, uno contiguo a la acera y otro por debajo de la misma. Las pasarelas que salvan el corte y conectan el espacio contiguo con los bajos comerciales.

Fuente: O. De Castro



Fig. 2-77 (abajo-derecha): Todo el espacio de retranqueo se deprime respecto a la acera. Los locales se localizan por debajo de la cota del espacio público, escaleras y rampas conectan ambos espacios.

Fuente: O. De Castro

La avenida de Tirajana desarrolla parte de su actividad comercial en el lado oeste. El análisis se centra principalmente en este lado de la calle, donde existen hasta cuatro variables en la relación comercios-acera. Algunas de estas variaciones pudimos observarlas también en la muestra 3, en el tramo norte de esta misma avenida.

La ocupación total del espacio de retranqueo por parte de los comercios que conforman un nuevo frente de fachada es un tipo (Fig. 2-74). La otra es la disposición de comercios ocupando parcialmente el espacio de retranqueo y generando pasillos entre las construcciones (Fig. 2-75). En la tercera encontramos un retranqueo a dos niveles con pasarelas como solución para salvar el corte (Fig. 2-76). La última se conforma como retranqueo por debajo de la cota de la acera con acceso a locales mediante escaleras y rampas (Fig. 2-77).

15. Centro Comercial Cita



Fig. 2-78 (izquierda):
Ortofoto del centro comercial Cita.

Fuente: Google Earth

El centro comercial Metro (Fig. 2-78) se localiza en una parcela en esquina y de dimensiones rectangulares. Está limitado al Este y al Sur por un viario secundario. Los otros dos lados son medianeras, que quedan como espacios de servicio. Su emplazamiento no corresponde a la de un espacio comercial de primer orden. Su situación por detrás de un hotel lo relega a un segundo plano y dificulta su relación con la avenida principal, donde existe un flujo constante de personas.

Su planta (Fig. 2-79) ocupa prácticamente la totalidad de la manzana. Presenta un pequeño retranqueo que ensancha mínimamente la acera junto a los accesos principales. Tiene dos entradas, una a cada calle y centradas respecto a la composición de cada fachada. Dos marquesinas de estética *kitsch* señalan los puntos de ingreso. Tampoco existen locales a la calle, todo ocurre dentro.

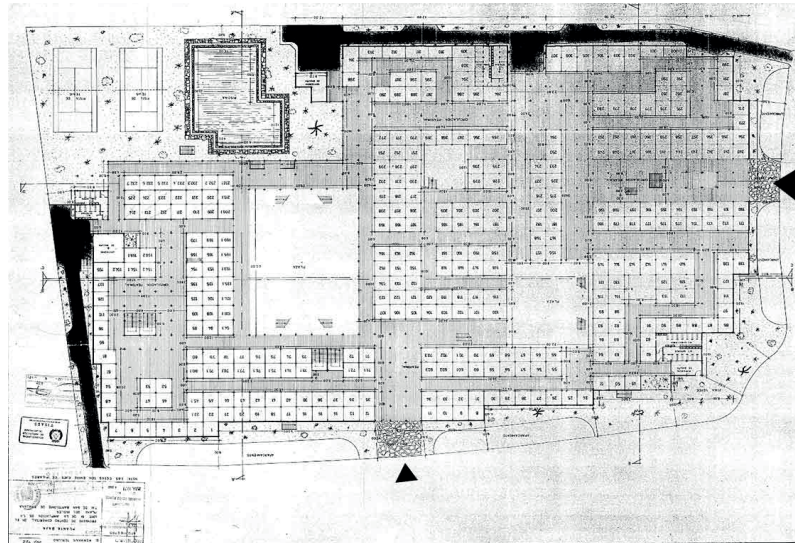
Su organización espacial se aproxima al laberinto o a los bazares árabes, con calles estrechas parcialmente cubiertas. Esta analogía con la ciudad la encontramos también en las dos plazas dispuestas de manera asimétrica, ambas distintas en dimensión y proporciones. Una más cuadrada y pequeña, la otra más grande y rectangular a modo de plaza mayor.

El edificio también se desarrolla en dos plantas más, una hacia arriba y otra bajo tierra (Fig. 2-80). Su sección (Fig. 2-81) muestra como la planta inferior absorbe otros programas de envergadura relativamente grande como un

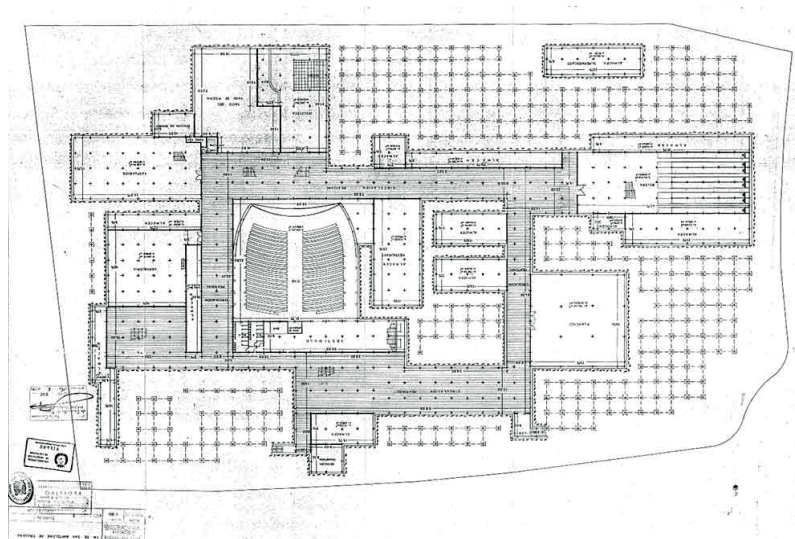
02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

cine, una bolera, una discoteca y una cervecería, además de almacenes. Las distintas solicitudes de espacio que demanda cada programa se traducen en una sección variable que talla el suelo para conseguir una planta baja continua. Solo la sala de cine produce un eco en la planta baja, la cubierta de la sala de proyección se transforma en plaza mayor. Por su parte, la relación entre planta baja y alta se produce a través de los patios y balcones desde la planta superior.

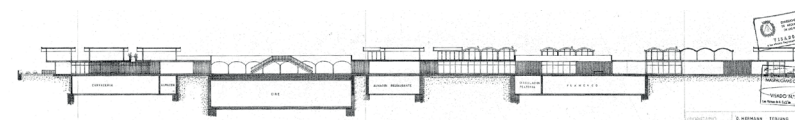
*Fig. 2-79:
Planta acceso centro comercial Cita.
Fuente: Archivo Municipal de S.B. de Tirajana*



*Fig. 2-80:
Planta sótano centro comercial Cita.
Fuente: Archivo Municipal de S.B. de Tirajana*



*Fig. 2-81:
Sección centro comercial Cita.
Fuente: Archivo Municipal de S.B. de Tirajana*



Análisis del área de estudio

La dimensión del espacio colectivo y su nivel de centralidad urbana

Si atendemos al plano Espacio Colectivo-espacio público (plano 13), el desarrollo de espacio colectivo en los retranqueos que detectamos al principio de la avenida de Tirajana (muestra 3) se corta a la altura de la penúltima rotonda, junto al centro comercial Cita. Esto se debe a que en el último tramo un hotel ocupa todo el lado oeste de la calle. Este se cierra por completo la calle con una fachada opaca y una valla perimetral sobre los parterres del retranqueo.

La avenida termina con el hotel RIU Maspalomas. La avenida continúa por debajo, a modo de pasaje peatonal. Salvando algunas boutiques, la aportación del hotel hacia la calle no tiene la intensidad que hemos visto con los bajos comerciales de los apartamentos.

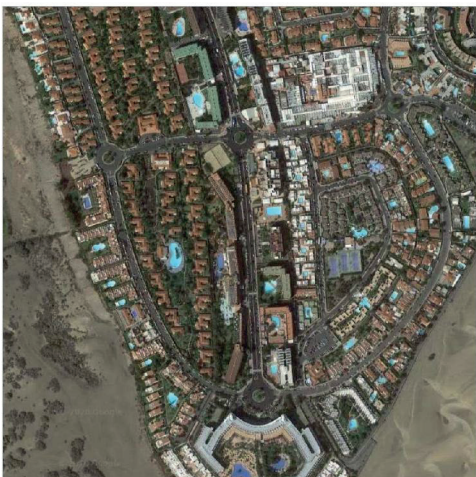
Por último, en el interior del centro comercial Cita existen calles, pasajes y plazas, elementos de naturaleza urbana, que el edificio adopta para ganar en complejidad. Esta tendencia de los centros comerciales a reproducir las lógicas de una ciudad es bastante común en Maspalomas. Así se detecta en el centro comercial Yumbo y en el Anexo I y II. Sin embargo, el Cita no tiene la porosidad de un trazo urbano, sino que se encierra en sí mismo y olvida su relación con la calle.

Espacio colectivo - espacio público dominio y uso



0 100 m

e. 1/4500



USO PÚBLICO

Dominio privado

- Espacio colectivo exterior
- Predominio espacio colectivo interior

Dominio público

- Peatonal
- Rodado
- Ajardinado

USO PRIVADO

Dominio privado

- Uso comunitario

Grado de Centralidad según programa



0 100 m
e. 1/4500

USO PÚBLICO

Dominio público Peatonal Rodado

Dominio privado Espacio colectivo exterior Predominio espacio colectivo interior

DESCRIPCIÓN PROGRAMÁTICA DE LOS ESPACIOS COLECTIVOS SEGÚN PARCELA

N	Tipología	E	Programa	N	Tipología	E	Programa
1	RESIDENCIAL	P	Restauración	6	RESIDENCIAL	P	Restauración Cafetería Supermercado
2	APARTAMENTO	P	Disco	7	APARTAMENTO	P	Restaurante
3	APARTAMENTO	P	Restauración Cafetería Panadería Supermercado	8	HOTEL	P	Boutique Souvenirs Joyería Quiosco Restaurante
4	HOTEL	P+S	Restauración Pub				
5	C.C. PLAZA	P+S	Restaurante Club nocturno Cafetería Pubs Moda				

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

AE-6

Campo Internacional

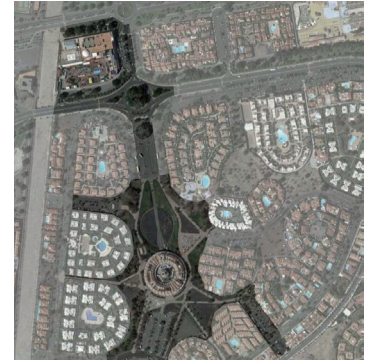
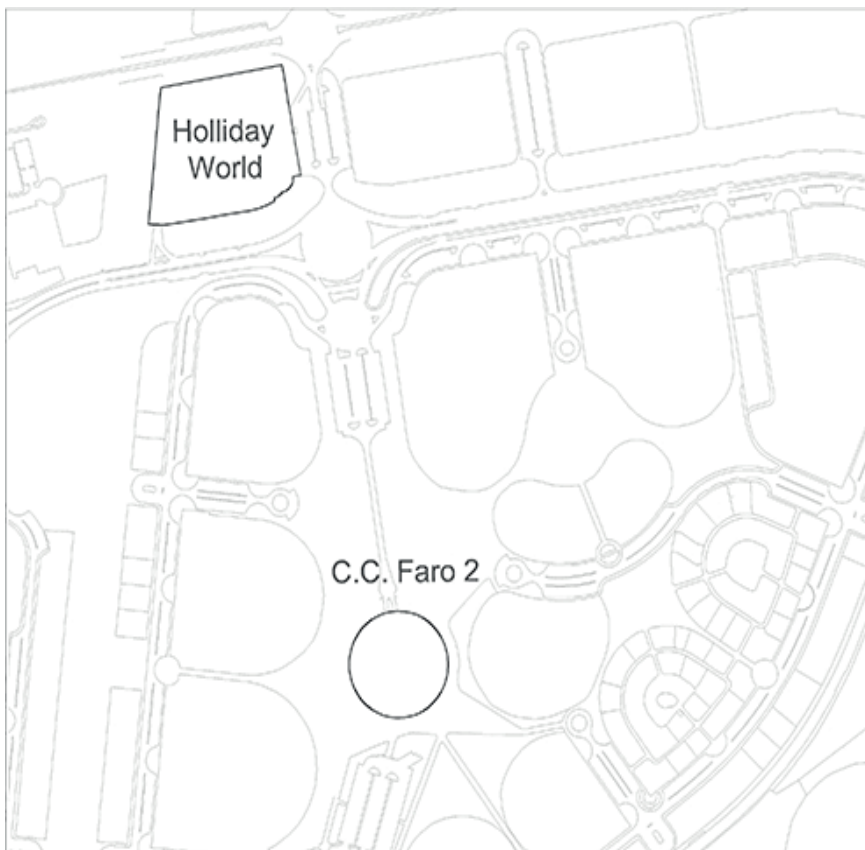


Fig. 2-82 (arriba):
Ortofoto del área de estudio.
Fuente: Google Earth

Fig. 2-83 (izquierda):
Esquema de situación de las
muestras a estudiar.
Fuente: O. De Castro

Descripción del área de estudio

El área de Campo Internacional es un modelo de ciudad jardín donde predomina la tipología de bungalow. Las avenidas y calles tienen apenas una función de acceso. El espacio público se organiza jerárquicamente con avenidas que se bifurcan en vías secundarias y éstas a su vez en calles cerradas o fondos de saco. Existe un gran espacio peatonal ajardinado en el intersticio que dejan los lotes diseñado como espacio de tránsito, pero no de estancia. En medio de ese espacio ajardinado con senderos se encuentra el centro comercial Faro 2 (Fig. 2-85). En el otro extremo del área estudiada se encuentra el parque de atracciones Holiday World, rodeado por dos vías principales, un aparcamiento y el borde del canal de Maspalomas. El parque de atracciones ha sido reformado recientemente y en la actualidad dispone de bolera, *sportbar* y casino en la planta baja y un *food court* en la cubierta, con una amplia oferta de espacios gastronómicos. Todos estos espacios son de acceso público, sin pagar entrada.

Descripción de las muestras del área

16. Centro comercial Faro 2

*Fig. 2-84:
Ortofoto del centro comercial Faro 2.
Fuente: Google Earth*



El centro comercial Faro 2 (Fig. 2-84) se localiza en unos jardines públicos generados en la trasera los complejos de bungalós. Los jardines son apenas parterres de tierra y tampoco existe mobiliario urbano. El área de uso real son los senderos. La forma de los caminos peatonales responde al intento de conectar las áreas de aparcamiento con el centro comercial. Los parterres quedan como otro intersticio más entre los complejos y los caminos.

*Fig. 2-85:
Caminos y jardines exteriores al Centro Comercial Faro 2.
Fuente: Google Earth*



Desde el exterior, el centro comercial se reconoce como un objeto extraño (Fig. 2-85). Su geometría circular y su estructura, de estética brutalista, expresan cierta autonomía formal. Los senderos peatonales y la topografía se organizan para permitir su encaje en el lugar.



Fig. 2-86 (arriba):
Panorámica exterior desde el interior del centro comercial Faro 2.
Fuente: O. De Castro

Su geometría circular (Fig. 2-87) permite acceder, desde distintos puntos a una primera galería perimetral cubierta y abierta lateralmente al paisaje, donde el proceso de observación se invierte (Fig. 2-86). Desde aquí se observan los jardines y senderos por donde aproximarse al edificio.

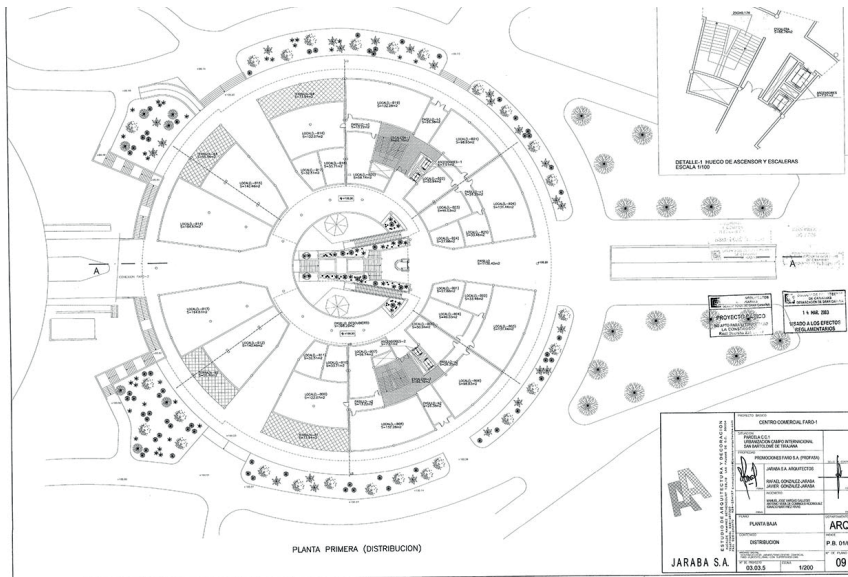


Fig. 2-87:
Planta del proyecto inicial.
Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

Una vez dentro (Fig. 2-88), descubrimos que su geometría circular no solo se desarrolla en el plano del suelo. Una rampa interior va ascendiendo en torno a un patio

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

describiendo una superficie helicoidal (Fig. 2-89). No existe por tanto una planta definida, más bien es una única planta que se desarrolla en giro a medida que asciende. Entre la rampa exterior y la interior se disponen los comercios (Fig. 2-90). La conexión entre ambas rampas se hace de manera puntual mediante pasajes y escaleras.

El Faro 2 añade usos comerciales a un entorno de ciudad jardín, donde todas las actividades del turista se vuelcan hacia el interior de los complejos alojativos. Sin embargo, su emplazamiento, alejado de las vías principales y dentro de un gran espacio público ajardinado sin uso lo muestran aislado. En la actualidad se encuentra en estado de semiabandono.



Fig. 2-88 (izquierda):
Vista del patio al entrar.
Fuente: O. De Castro

Fig. 2-89 (derecha):
Vista del patio desde la
parte superior.
Fuente: O. De Castro

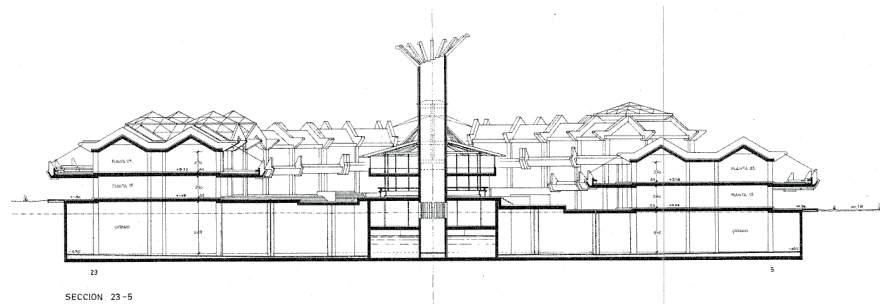
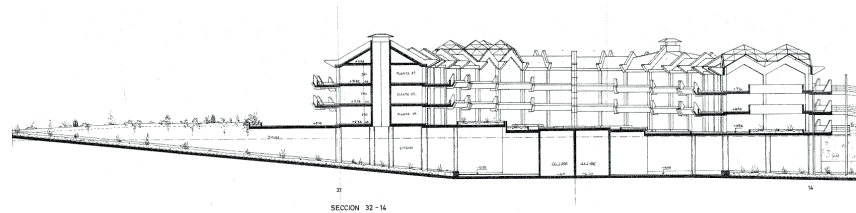


Fig. 2-90:
Secciones del centro co-
mercial.
Fuente: Archivo Municipal
de San Bartolomé de Tira-
jana



17. Holiday World Maspalomas Center



*Fig. 2-91:
Ortofoto del Parque de
atracciones Holiday World.
Fuente: Google Earth*

El parque de atracciones y área de ocio Holiday World Maspalomas Center posee una localización estratégica desde el punto de vista de las comunicaciones. Ocupa toda una manzana limitada por tres avenidas y el canal de Maspalomas. Acaba de ser reformado recientemente y está suponiendo un revulsivo en la zona.

En términos morfológicos, el edificio se divide en dos. Al norte se dispone la parte construida; un ala pequeña se extiende a partir del volumen principal hacia al Sur y conforma la fachada principal frente al aparcamiento (Fig. 2-91). En el lado sur de la parcela se deja un vacío que ocupan las atracciones del parque y que requieren un ticket de entrada que, por lo general, tiene un carácter de uso más ocasional.

La parte que nos interesa analizar es la que incorpora restaurantes, bares y zonas recreativas, porque su acceso es libre permitiendo que los turistas pueden acudir con más frecuencia. Las zonas con terrazas y amplias mesas invitan al encuentro entre personas.

El acceso al conjunto se hace desde una única entrada en la fachada principal (Fig. 2-92). Desde ahí, el pasillo principal interior da acceso a varios locales con áreas

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

recreativas y cafeterías (Fig. 2-93). Al final del pasillo, un distribuidor conecta al patio exterior, donde se encuentran las taquillas para acceder al parque de atracciones.

Fig. 2-92:

Fachada principal del Holiday World Maspalomas Center.

Fuente: O. De Castro



Fig. 2-93:

Pasillo principal del Holiday World Maspalomas Center.

Fuente: O. De Castro



El acceso al *food court* de la planta alta se realiza a través de una escalera mecánica dispuesta a un lado del pasillo principal. En la planta superior hay una zona cubierta y una terraza con pérgolas, un espacio lleno de puestos de comida internacional a modo de mercado gourmet. Desde la terraza se puede observar toda la ciudad jardín turística y el canal de Maspalomas, que llega hasta las dunas.

sencilla, un distribuidor, un pasillo y una escalera de conexión aparte de los dos ascensores conforman los espacios de circulación. La verdadera complejidad se consigue con los locales, que disponen espacios grandes, abiertos y muy permeables.

La debilidad del conjunto se da en el exterior. Si atendemos a su localización, la respuesta del Holiday World a su entorno obliga a reflexionar sobre la contribución del edificio al espacio urbano. Su relación con el canal es nula. Para el edificio, la margen del canal funciona como área de servicio de camiones.

Al abrir el objetivo encontramos que la disociación del resto de las arquitecturas con el canal es idéntica. Esto lo reduce exclusivamente a una infraestructura hidráulica. Por su parte, los paseos elevados a ambos márgenes del canal no contribuyen a darle un aspecto más urbano (Fig.2-94).



Fig. 2-94:

Vista parcial del canal de Maspalomas con la noria del Holiday World al fondo.

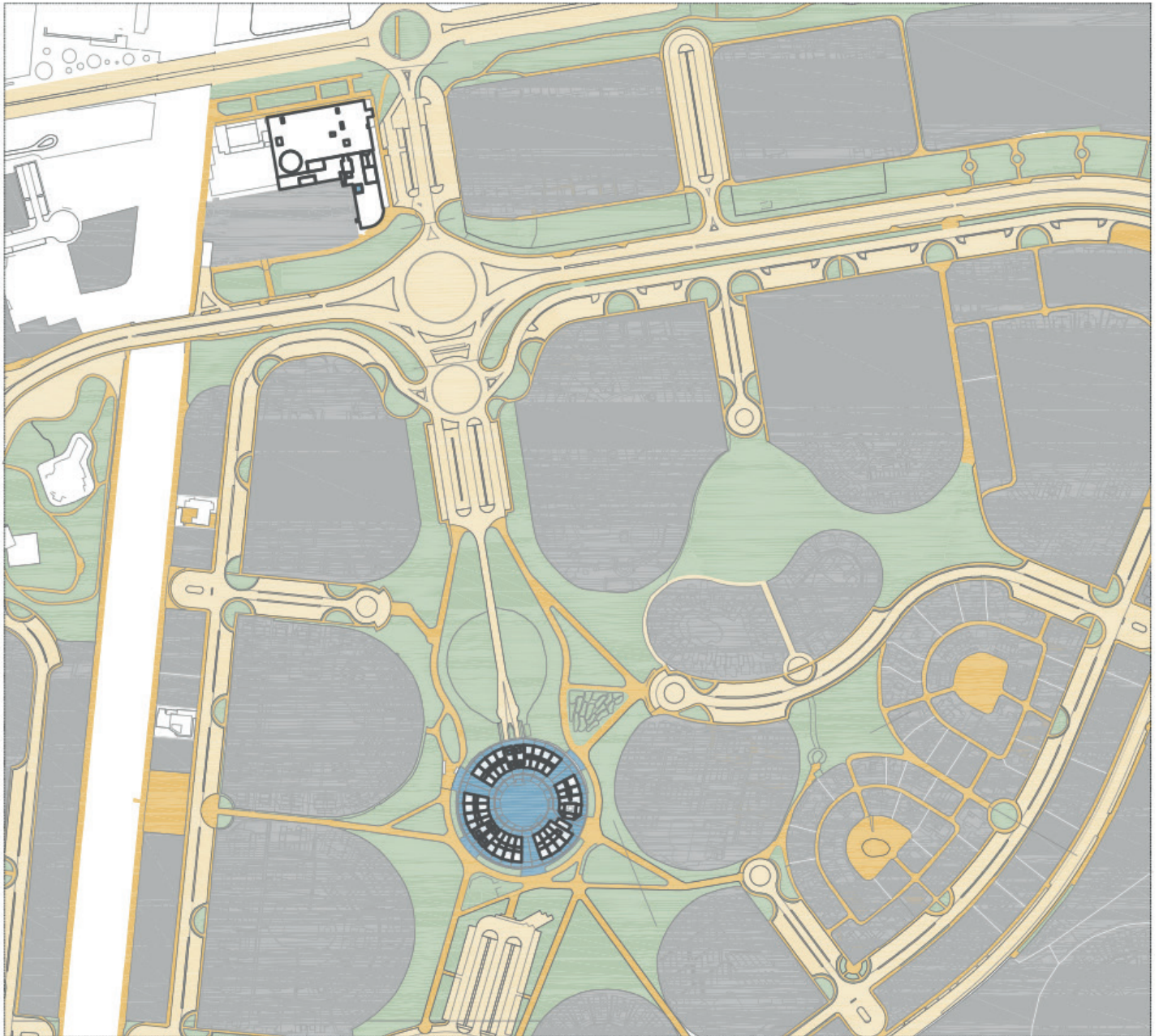
Fuente: O. De Castro

Análisis del área

La dimensión del espacio colectivo y su nivel de centralidad urbana

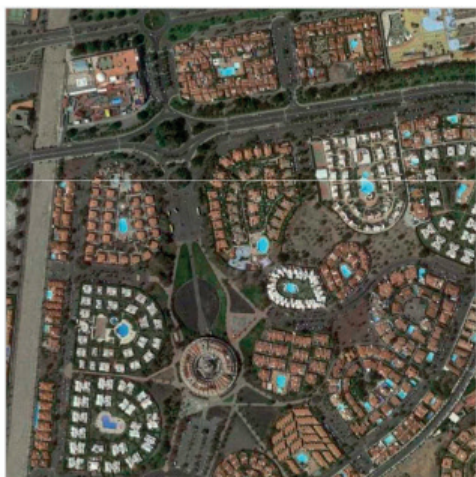
El espacio público de Campo Internacional es muy superior al de otros sectores. En cambio, el espacio comercial tiene una presencia anecdótica. Si nos fijamos en el plano de centralidad, la oferta de espacios colectivos en este sector es baja comparada con otras áreas estudiadas. Como consecuencia no podemos hablar de una red de espacios colectivos, aunque sí de espacios públicos.

Área de Estudio 6
Espacio colectivo - espacio público
 dominio y uso



0 100 m

e. 1/ 4500



USO PÚBLICO

Dominio privado


 Espacio colectivo exterior

 Predominio espacio colectivo interior

Dominio público

 Peatonal

 Rodado

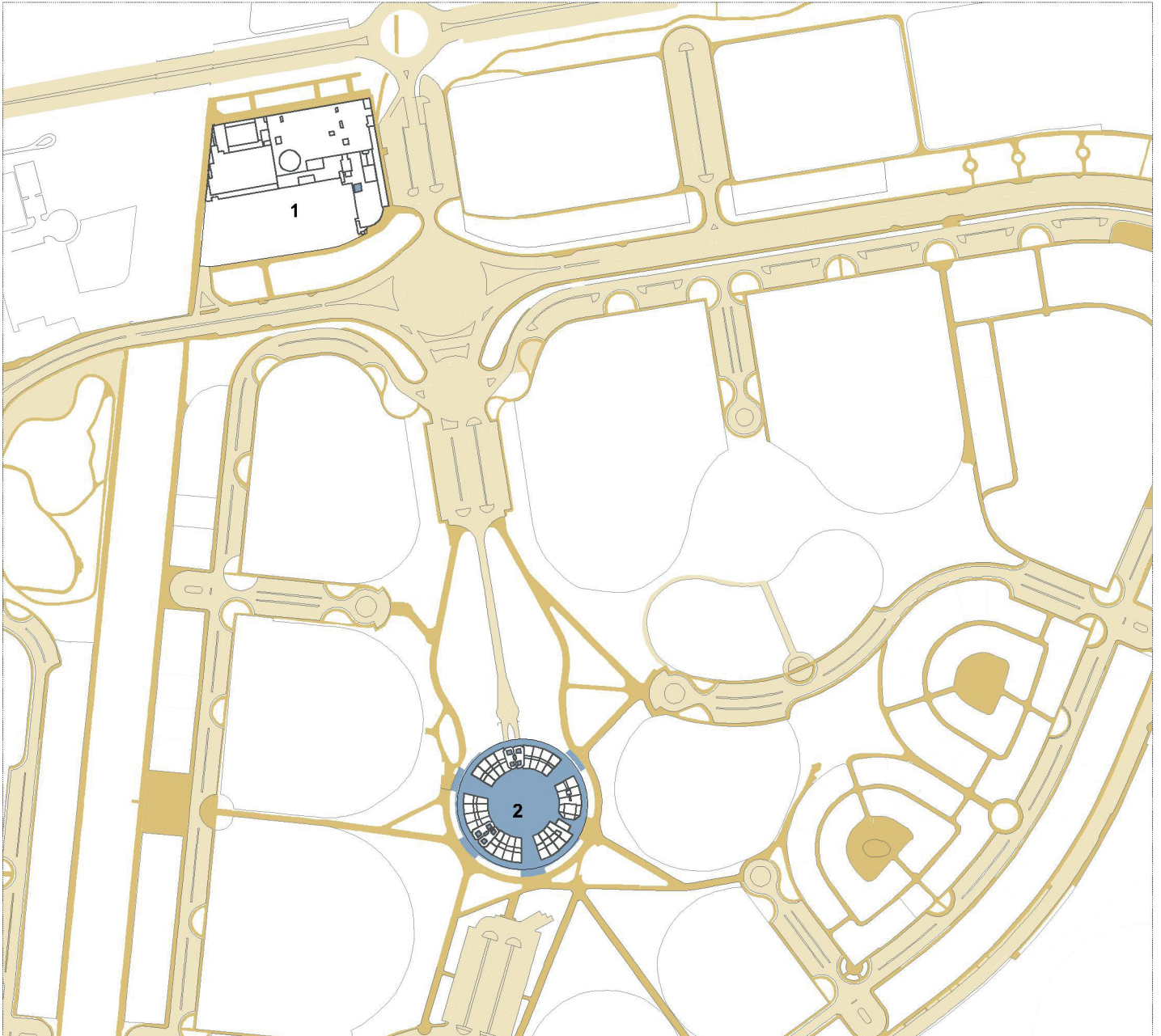
 Ajardinado

USO PRIVADO

Dominio privado

 Uso comunitario

Grado de Centralidad según programa



0 100 m

e. 1/4500

USO PÚBLICO

Dominio público

Peatonal
Rodado

Dominio privado

Espacio colectivo exterior
Predominio espacio colectivo interior

DESCRIPCIÓN PROGRAMÁTICA DE LOS ESPACIOS COLECTIVOS SEGÚN PARCELA

N	Tipología	E	Programa	N	Tipología	E	Programa
1	HOLIDAY WORLD Parque de atracciones	P+D	Restauración Sportbar Terrazas Food Court Bolera Casino	2	C.C. FARO 2	P	Restaurante Moda Souvenirs Accesorios

(*) El área destinada a las atracciones requiere una entrada específica, el resto es de libre acceso

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

La dimensión excesiva de espacios públicos sin un objetivo claro, más allá de conectar calles entre sí es consecuencia del modelo de ciudad jardín adoptado. La jerarquía de las vías nace de la necesidad de acceder a los distintos lotes y no de la presencia de comercios o usos públicos o colectivos. Además, los espacios peatonales son, en realidad, intersticios convertidos en pasajes y parterres. Se da una doble carencia dentro del sector, que no contribuye a implementar una red. El espacio colectivo es mínimo y el público rehúye la responsabilidad de estructurar.

La desconexión entre los dos únicos espacios colectivos, Holiday World y Faro 2, requiere detenerse en el papel que juega el espacio público. Es posible conectar ambos edificios a través de los senderos entre jardines, pero la ancha avenida rodada y los aparcamientos dificultan la tarea en algunos puntos. Otra conexión entre ambos espacios de ocio es a través del canal, pero su formalización no es la de un bulevar capaz de estructurarla, siendo más bien una servidumbre de paso.

AE-7

Meloneras

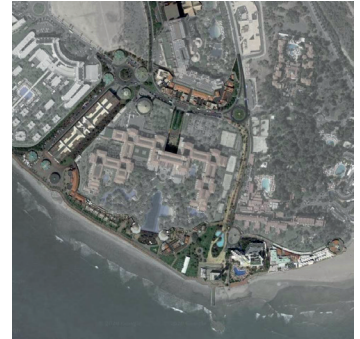


Fig. 2-95 (arriba):
Ortofoto del área de estudio.
Fuente: Google Earth

Fig. 2-96 (izquierda):
Esquema de situación de los
elementos urbanos a estu-
diar. Fuente: O. De Castro

Descripción del área de estudio

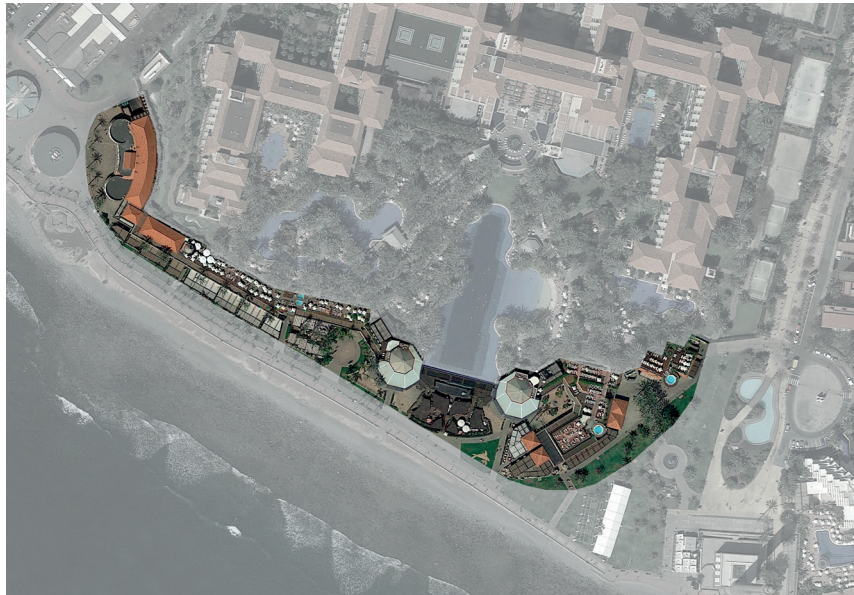
Esta área de estudio se localiza en la costa de Meloneras e incluye el final de la playa de Maspalomas con el oasis de palmeras. El lugar destaca por la presencia de grandes resorts. Por lo general, las vías no conforman calles comerciales, solo en un tramo interactúa el centro comercial Oasis Beach con la calle.

También hay un paseo que discurre a ambos lados del emblemático faro de Maspalomas. El área de estudio acota la parte más comercial del sector. Incluye los centros comerciales Oasis, en el tramo de Maspalomas y bulevar El Faro y Varadero en la parte de Meloneras. Los hoteles disponen sus zonas de aparcamiento hacia la calle y se alejan de la acera. Los espacios colectivos de restauración y cafetería quedan relegados al interior de la parcela siendo casi anecdóticos para nuestro objetivo.

Descripción de las muestras del área

18. Centro comercial Oasis Beach

Fig. 2-97 :
Ortofoto del centro comercial Oasis Beach.
Fuente: Google Earth



El centro comercial Oasis se desarrolló conjuntamente con el proyecto del hotel Bao-Bab (Fig.2-97). Su emplazamiento resuelve el linde del hotel con la avenida y dota de actividad comercial y de ocio a la principal avenida de Meloneras.

El centro comercial dispone una serie de volúmenes, distintos en forma y tamaño contra la medianera. Esto permite reducir el impacto de la escala del hotel que impone su presencia en el ala sur. El Oasis Beach también dispone otros volúmenes hacia la avenida para construir un frente de fachada. Entre ambas filas de volúmenes se desarrolla todo el espacio interior conformado por un pequeño bulevar interior, una plaza central con terrazas cubiertas y dos pasajes irregulares en las esquinas de la parcela. De esta forma, el centro comercial aporta un recorrido peatonal alternativo y en paralelo a la avenida.

La diversidad de formas y tamaños de los locales fragmenta el conjunto y dificulta su lectura como una sola entidad. La garantía de una imagen unitaria se pone sobre los materiales y los ornamentos con el objeto de buscar una estética homogénea.

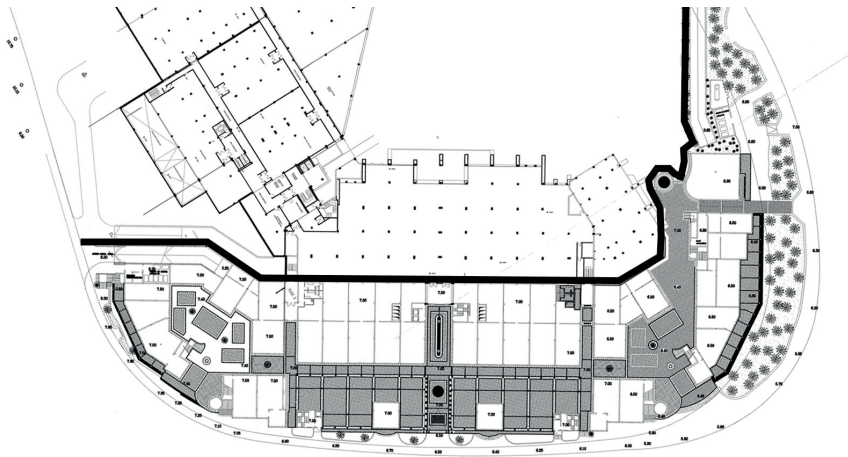


Fig. 2-98:
Planta baja del centro comercial Oasis Beach.
Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

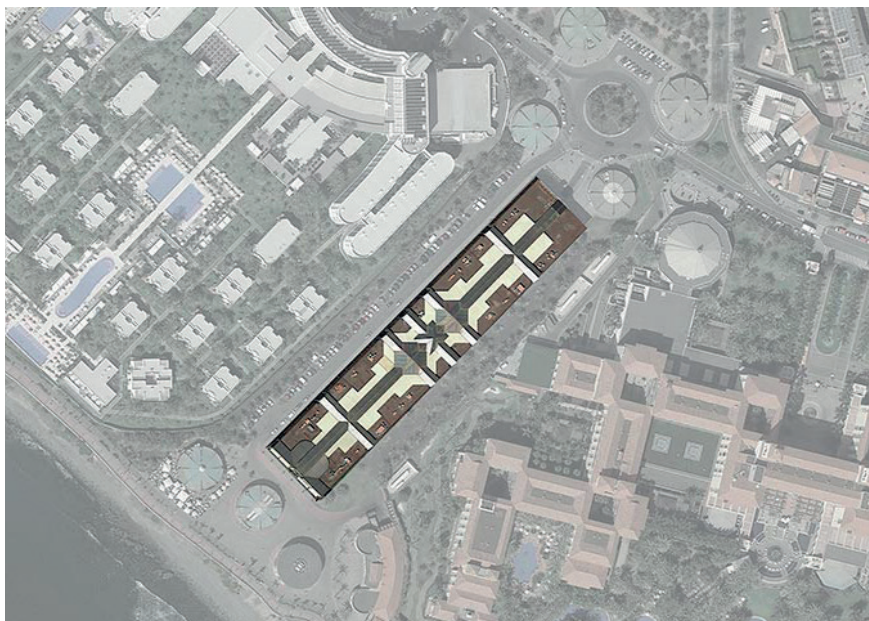


Fig. 2-99:
Panorámica exterior del C.C. Oasis Beach.
Fuente: O. De Castro

Su planta recuerda un fragmento de ciudad. Si entendemos su composición como una suma de volúmenes, su galería interior es la que pone en relación las partes. La recreación de unas calles interiores también genera una continuidad entre el interior y la acera aportándole complejidad. Este contraste tan marcado entre la calle sencilla y el interior del centro comercial manifiesta la debilidad de la avenida como espacio público estructurante. El conjunto podría funcionar en cualquier otra parcela a lo largo de la avenida, ya que la riqueza de ese tramo urbano la aporta únicamente el espacio comercial.

19. Centro comercial Varadero

Fig. 2-100:
Ortofoto del centro
comercial Varadero.
Fuente: Google Earth



El centro comercial Varadero se localiza entre dos importantes resorts de Meloneras y se orienta de manera perpendicular al paseo marítimo. Esta localización le aporta un carácter estratégico, es uno de los pocos pasos peatonales para llegar hasta el paseo costero y funciona como espacio de conexión entre el comercio de la avenida y el del bulevar marítimo.

Fig. 2-101:
Planta baja del centro
comercial Varadero.
Fuente: Archivo Municipal
de San Bartolomé de
Tirajana

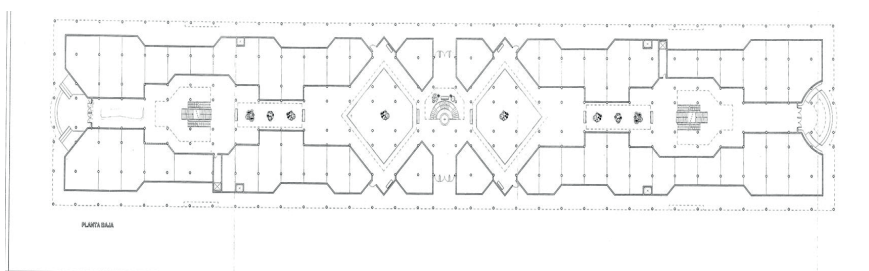
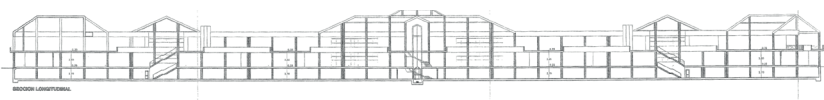


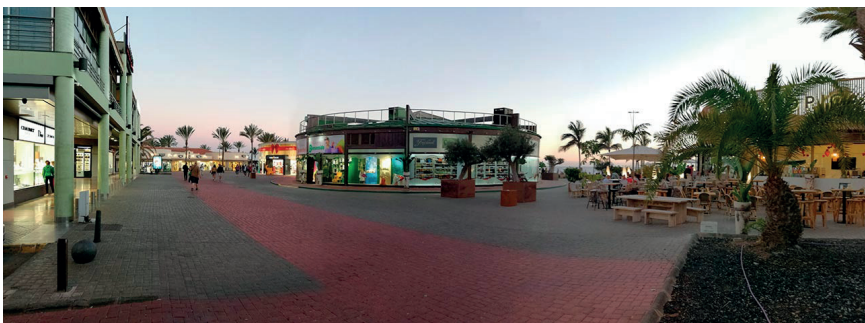
Fig. 2-102:
Sección longitudinal del
centro comercial Oasis
Beach.
Fuente: Archivo Municipal
de San Bartolomé de
Tirajana



Si atendemos a su arquitectura, su volumetría lineal reafirma el carácter de puente de unión entre dos puntos. El interior recuerda a las galerías comerciales decimonónicas por su simetría, los locales a ambos lados y la luz cenital del lucernario central. La planta baja (Fig. 2-101) es un espacio troquelado que refuerza una organización simétrica que no se justifica. Los extremos del edificio no responden a condiciones similares. La fachada norte se enfrenta a una rotonda en el interior del tejido (Fig. 2-103). El otro extremo (Fig. 2-104) se enfrenta a una plaza abierta, con terrazas y tránsito peatonal pausado. Solo el cerramiento en la planta alta de la fachada sur, que da a la plaza, dispone de una terraza y acristalamiento. Sin embargo, el tratamiento de las cuatro fachadas es bastante homogéneo.



*Fig. 2-103:
Fachada norte hacia la
avenida del C.C. Varadero.
Fuente: O. De Castro*



*Fig. 2-104 :
Plaza peatonal y comercios
en el paseo marítimo. A la
izquierda de la imagen
la fachada sur del C.C.
Varadero.
Fuente: O. De Castro*

En general, hay tres aspectos a valorar como positivos del centro comercial Varadero.

Su localización. El emplazamiento le aporta un carácter estratégico como espacio urbano de conexión relacionando la avenida interior con el paseo marítimo.

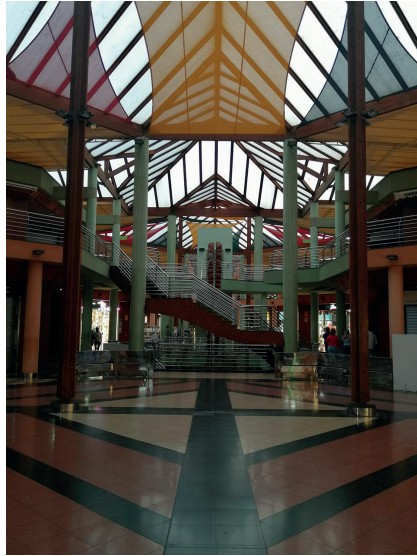
Su conceptualización como galería comercial está en

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

intonía con lo que su emplazamiento demanda.

Los contrastes entre espacios interiores. Las variaciones en el ancho de los pasillos y las dobles alturas (Fig. 2-105 y 2-106) aumentan su riqueza espacial y por tanto la experiencia del usuario. Sin embargo, su organización simétrica confunde y resta las posibilidades de una mejor integración en el lugar.

*Fig. 2-105 (izquierda) :
Atrio central del C.C.
Varadero.
Fuente: O. De Castro*

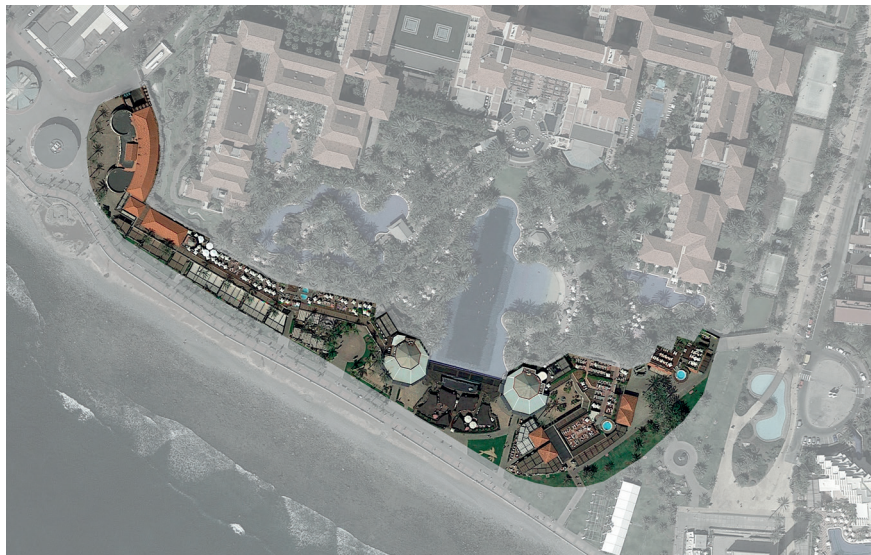


*Fig. 2-106 (derecha):
Pasillo con doble altura
y escaleras de acceso a
planta primera del C.C.
Varadero.
Fuente: O. De Castro*



20. Bulevar El Faro

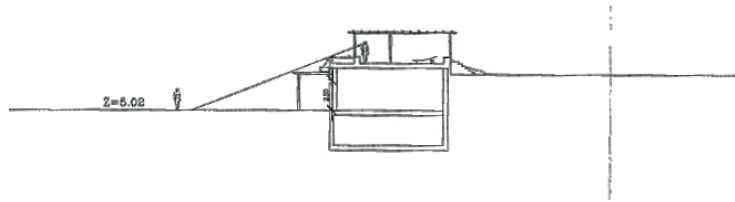
*Fig. 2-107:
Ortofoto del boulevard El
Faro.
Fuente: Google Earth*



El bulevar El Faro se sitúa entre el hotel Costa Meloneras y el paseo marítimo (Fig. 2-107). Los turistas alojados en el Costa Meloneras pueden acceder al paseo desde el hotel

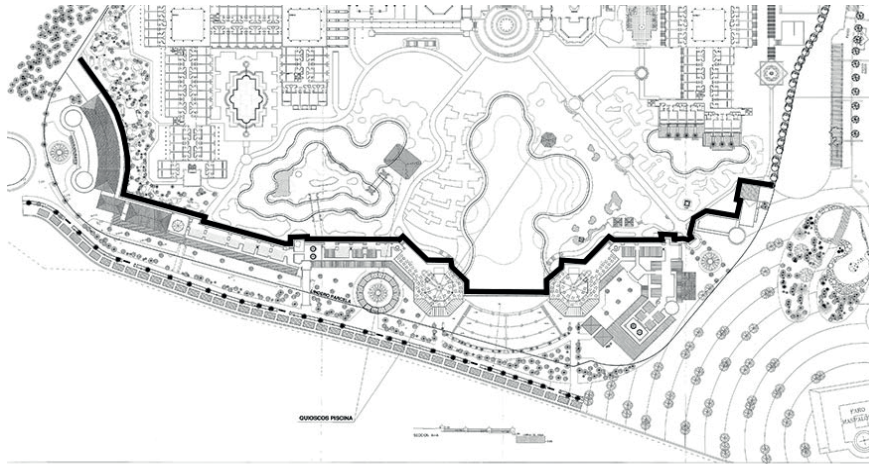
atravesando el bulvar.

Al igual que el centro comercial Oasis Beach, este soluciona el encuentro del hotel con el espacio público. Los locales del bulvar permiten salvar el salto de cota entre los jardines del hotel arriba y el paseo abajo (Fig. 2-108).



*Fig. 2-108:
Sección del bulvar El Faro.*

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana



*Fig. 2-109:
Planta general El Faro con hotel Meloneras.*

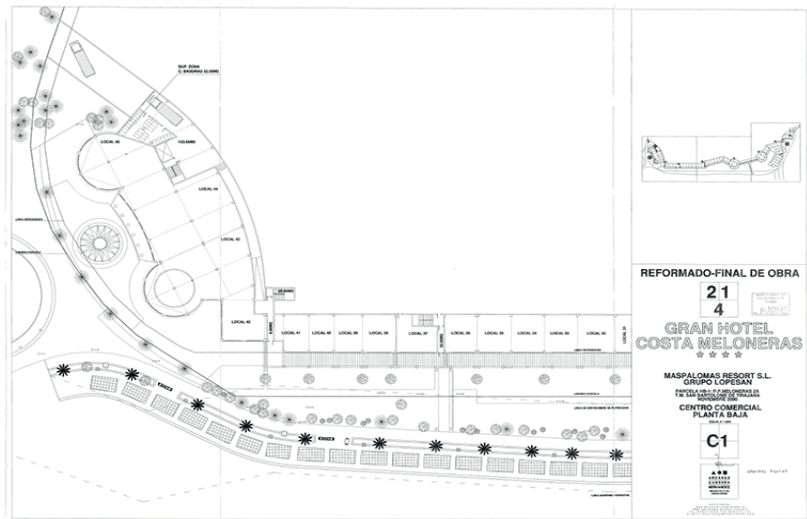
Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

El conjunto ocupa un fragmento alargado que se estrecha o ensancha a medida que nos acercamos a los extremos. Los mecanismos de configuración del edificio se pueden describir en dos fases. Al principio el edificio se pega contra la medianera del hotel como un muro de contención. Más tarde los empujes del hotel producen la fragmentación y dislocaciones del bloque lineal dando lugar a los pasajes y plazas. La contención mantiene infranqueable e indeformable la línea del paseo.

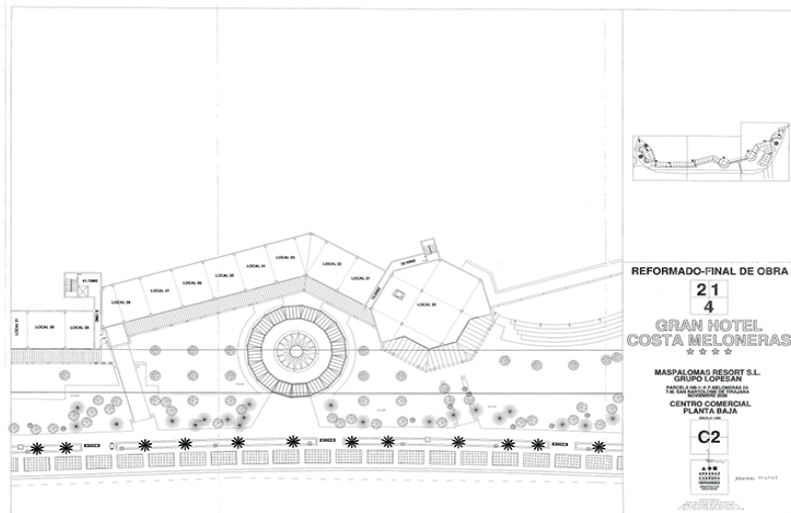
A diferencia del Anexo I y II en la playa de Playa del Inglés, aquí el Paseo Marítimo-terrestre pasa por delante del bulvar. Esto permite una relación más directa entre los pasajes interiores y las plazas abiertas del centro comercial y el paseo.

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

Fig. 2-110 (1, 2 y 3):
Planos de la planta baja del
bulevar
El Faro. Fuente: Archivo Mu-
nicipal de San Bartolomé de
Tirajana



1



2



3

Los planos 1 2 y 3 (Fig. 2-110) muestran en detalle los distintos espacios interiores y abiertos del bulevar. Éstos pueden leerse como la contribución urbana del edificio en la medida en que sirven para dotar de estancias al espacio público.

En el primer plano se muestra el extremo del bulevar que conecta con la plaza abierta y el centro comercial Varadero (Fig. 2-111). El edificio hace un giro siguiendo la forma de la parcela, permitiendo al bulevar disponer de una fachada a la plaza que define parte de los límites de la misma. La curvatura de la cabecera también invita al turista a acceder al pasaje, por lo que la transición entre la plaza y el bulevar se hace de manera fluida.



*Fig. 2-111:
Cabecera del bulevar El
Faro hacia la plaza y el
centro comercial Varadero.
Fuente: O. De Castro*

En segundo plano contiene el tramo intermedio del bulevar. El bloque quebrado genera una plaza que funciona como espacio intermedio entre los comercios y el paseo marítimo (Fig. 2-110). A continuación, una grada en forma de arco y abierta al paseo (Fig. 2-112) conecta con el tercer tramo donde los volúmenes muestran mayor libertad.

El tercer tramo es la terminación final. El ensanchamiento de la parcela en esa área permite que el conjunto comercial se extienda hacia los jardines del faro de Maspalomas. Se aprecia un mayor grado de libertad para distribuir los volúmenes, aunque los quiebros en la medianera para contener el hotel se mantienen. La planta nos muestra dos piezas alargadas que dejan una pequeña plaza y unos pasajes en medio. Otra segunda plaza conecta una de las salidas del hotel con el

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

jardín del faro y tres pequeños locales sueltos anuncian un final que se diluye a medida que se estrecha la parcela.

Fig. 2-112:

Espacio abierto del bulevar El Faro hacia el paseo marítimo.

Fuente: Google Street View



Fig. 2-113:

Vista de las ampliaciones del bulevar El Faro con de pérgolas de madera.

Fuente: O. De Castro.



Como resultado, el bulevar El Faro aporta una serie de espacios colectivos abiertos bien definidos y variados. Pasajes y plazas se alternan en un intento de controlar la relación con el paseo y permitir acceder a los turistas. Entre todos estos espacios, el conjunto posee una fila de pérgolas para terrazas, todas iguales, que conforman un segundo frente de fachada mucho más permeable que se entrelaza con el paisaje de palmeras del paseo (Fig. 2-113).

21. Centro Comercial Oasis, paseo del Faro



Fig. 2-114

Ortofoto del centro comercial Oasis.

Fuente: Google Earth

El centro comercial Oasis se localiza en la misma playa de Maspalomas, al final del paseo del faro. Su emplazamiento por delante del Paseo Marítimo-terrestre es una característica habitual de las edificaciones turísticas construidas en la década de los 70. El Anexo I y II y el centro comercial Tropical, ambos en Playa del Inglés, son dos ejemplos más de centros comerciales proyectados con anterioridad a la Ley de Costas de 1988.

El edificio se desarrolla en una planta y alberga los almacenes de los locales en la planta inferior. La primera propuesta (Fig. 2-115) adopta una organización espacial sencilla. Los volúmenes se alinean en el perímetro de la parcela, para dejar un pasaje comercial que recorre longitudinalmente el conjunto. Dos accesos, al principio y al final, conectan el pasaje con el paseo marítimo El Faro. Por su parte, la volumetría se resuelve en cajas agrupadas y de dimensiones parecidas dispuestas de manera racional, aunque con pequeños desplazamientos para romper la linealidad del pasillo interior y adaptarse a la curvatura de la parcela. La solución que finalmente se construye mantiene la organización general. Sin embargo, se opta por una forma hexagonal para los locales con mayor dinamismo en la fachada.

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

La sección (Fig. 2-116) se localiza entre el paseo y la playa. Sin embargo, el centro comercial Oasis no establece conexiones entre ambos niveles. Su función principal queda relegada a dar servicio al paseo por arriba y a la playa por debajo. Funciona como un bajo comercial. El centro comercial tampoco permite una relación visual con la costa.

Fig. 2-115:

Primera propuesta para el centro comercial Oasis, la solución final adopta la misma distribución de los pasillos pero los locales pasan a ser hexagonales.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

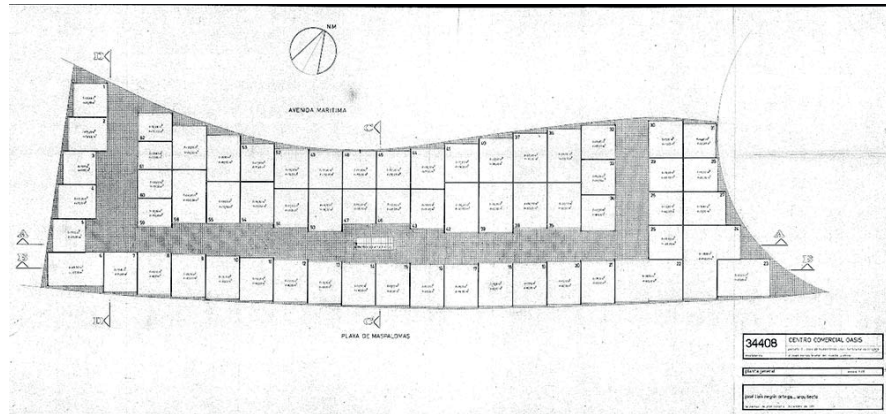
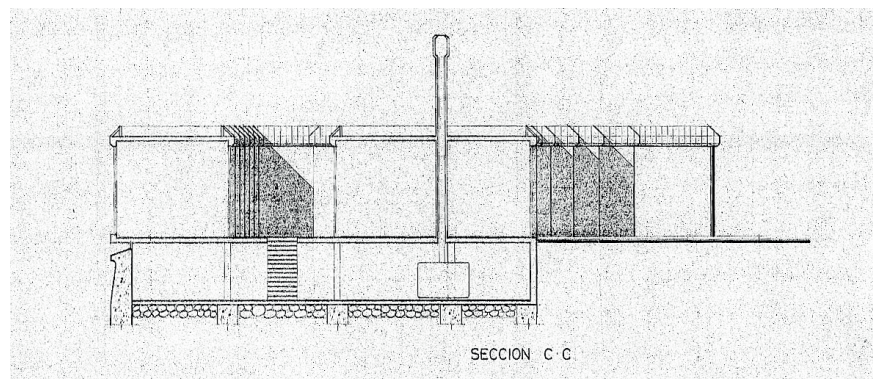


Fig. 2-116:

Sección de la primera propuesta para el centro comercial Oasis, la solución final adopta la misma distribución de los pasillos, pero los locales pasan a ser hexagonales.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana



Análisis del área de estudio

La dimensión del espacio colectivo y su nivel de centralidad urbana

El fragmento de Meloneras y el entorno del faro de Maspalomas muestra centros comerciales colocados de manera estratégica para dotar de actividad la avenida interior y el paseo marítimo. Los espacios libres de estos edificios permiten una transición no brusca con el espacio público, gracias a las formas orgánicas y a los distintos pasillos y plazas interiores que dan a la calle.

La presencia de estos espacios de pública concurrencia dentro de los centros comerciales tiene varios efectos sobre el espacio público. El Oasis Beach y el Bulevar El Faro ensanchan el espacio peatonal de la avenida y el Paseo Marítimo-terrestre respectivamente. Esto difumina los límites y amplía la libertad de movimiento. Por su parte, el centro comercial Varadero funciona como conector entre la avenida interior y el paseo marítimo, evitando una interrupción en el recorrido comercial, como ocurre en la otra avenida perpendicular a la costa que llega hasta el faro.

El caso del centro comercial Oasis es algo distinto, arrastra problemas derivados de una falta de claridad en la propuesta original. No cede espacios abiertos al paseo del Faro ni hacia la playa.

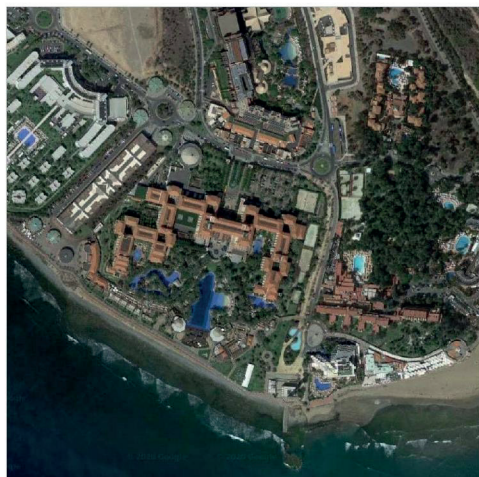
En general, la alternancia de centros comerciales y espacios públicos permiten al turista moverse con mayor libertad que en calles convencionales. El área más comercial de Meloneras se consolida como un espacio urbano complejo; pero no podemos tampoco hablar aún de una red. El espacio analizado involucra apenas unas pocas calles. Esta tendencia a relacionar centros comerciales con avenidas y paseos se diluye en el resto de Meloneras con la existencia de complejos turísticos y grandes resorts que no aportan espacios de uso público a la calle.

Espacio colectivo - espacio público dominio y uso



0 100 m

e. 1/4500



USO PÚBLICO

Dominio privado

- Espacio colectivo exterior
- Predominio espacio colectivo interior

Dominio público

- Peatonal
- Rodado
- Ajardinado

USO PRIVADO

Dominio privado

- Uso comunitario

Grado de Centralidad según programa



0 100 m
e. 1/ 4500

USO PÚBLICO

Dominio público

Peatonal
Rodado

Dominio privado

Espacio colectivo exterior
Predominio espacio colectivo interior

DESCRIPCIÓN PROGRAMÁTICA DE LOS ESPACIOS COLECTIVOS SEGÚN PARCELA

N	Tipología	E	Programa	N	Tipología	E	Programa	N	Tipología	E	Programa
1	COMERCIAL	P+S	Moda	6	C. C. VARADERO	P	Restaurante Souvenir Moda Joyería Tecnología Accesorios	12	HOTEL	P	Cafetería
2	COMERCIAL	P+S	Moda	7	HOTEL RESORT	P	Spa Bar	14	C.COMERCIAL	P+S	Pubs Restaurantes Terraza
3	COMERCIAL	P	Supermarket	8,9 y 10	COMERCIAL	P	Cafetería Minimercado Accesorios Perfumería	15	C.C. OASIS	P	Restaurantes Beach-bar Heladería Snack-bar
4	COMERCIAL	P+S	Casino	11	BOULEVARD EL FARO	P	Restaurante Sport-bar Moda Joyería Nigth-club				
5	BOULEVARD OASIS BEACH	P	Restaurante Terrazas Recreativo Cine Joyería Moda								

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

AE-8

Meloneras



*Fig. 2-117 (arriba):
Ortofoto del área de estudio.
Fuente: Google Earth*

*Fig. 2-118 (izquierda):
Esquema de situación de los
elementos urbanos a estu-
diar. Fuente: O. De Castro*

Descripción del área de estudio

Esta área de estudio se corresponde con el final de Meloneras, aún por consolidar. Interesa principalmente la relación del centro comercial con el paseo marítimo y la playa. Es el único centro comercial de borde que establece una relación siguiendo el orden “espacio colectivo-paseo marítimo-playa”. En el centro comercial Anexo I y II de Playa del Inglés (muestra 4) la relación es “paseo marítimo-espacio colectivo-playa”. En el caso del bulevar Faro de Meloneras (muestra 7) se dispone “espacio colectivo-paseo marítimo” (no hay playa). En la Muestra 8, el centro comercial Meloneras recupera una relación clásica que es centro comercial-terrazas-paseo marítimo-playa.

Descripción de las muestras del área

22. Centro Comercial Meloneras

Fig. 2-119 (izquierda):

Ortofoto del área de estudio.

Fuente: Google Earth



El centro comercial da solución a una parcela con proporciones cercanas a un triángulo rectángulo, en desnivel y al borde de la playa (Fig. 2-119). El edificio tiene que responder a una servidumbre de protección de 20 metros respecto a la orilla de la playa. En esos metros se incluyen también los 6 metros de servidumbre de tránsito donde se encuentra el Paseo Marítimo-terrestre. Las condiciones del frente marítimo se asemejan, por tanto, a las de la muestra del bulevar El Faro (área de estudio 7) con una diferencia, el centro comercial se presenta aislado, no comparte medianera.

El espacio público más importante es la playa; le sigue el paseo marítimo que se prolonga desde la muestra anterior y termina delante de este centro comercial. El resto del entorno urbano son vías rodadas que terminan en un fondo de saco y dan acceso al centro comercial. Desde el fondo de la vía superior, en la rotonda, discurren dos senderos peatonales que conectan tanto con la vía superior (Fig. 2-120), como con el paseo marítimo (Fig. 2-121). El espacio público cumple su función de conexión. Sin embargo, solo el tramo del Paseo Marítimo-terrestre establece una relación espacial compleja con el centro comercial.

La planta del centro comercial (Fig. 2-122) deja un medio arco abierto hacia la playa con corredores por delante



de los locales que miran al mar. De esta forma da respuesta a la profundidad de la parcela y al salto de cota que hay entre la calle superior y la del paseo marítimo.

El edificio incorpora cuatro plantas (Fig. 2-123) y se muestra como una estructura de forjados y pilares con cantos en vuelo hacia la playa. Además, el esfuerzo de la sección se centra en llevar la luz a través las plantas inferiores. Los tragaluz coinciden con las cajas de escaleras y justifican la implementación de cubiertas de lona, tensionadas para proteger frente a la lluvia.

Fig. 2-120 (arriba): Sendero desde la rotonda a la calle superior.

Fuente: O. De Castro

Fig. 2-121 (izquierda): Sendero desde la rotonda al paseo marítimo.

Fuente: O. De Castro

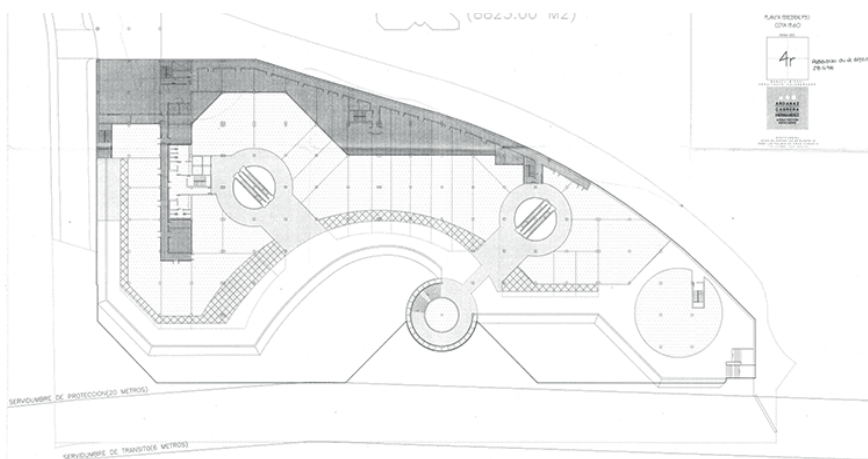


Fig. 2-122: Planta intermedia del centro comercial

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

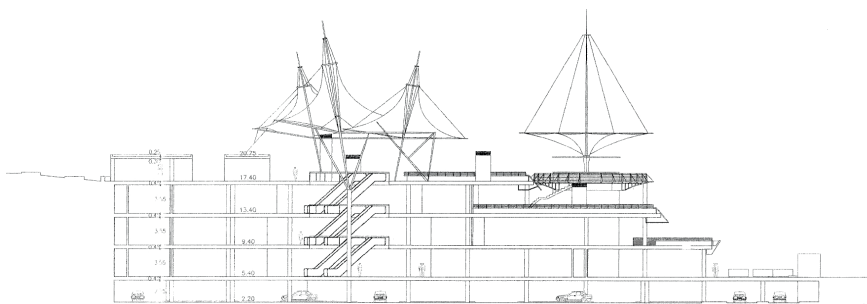


Fig. 2-123: Sección transversal del centro comercial con el paseo y la playa a la derecha.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

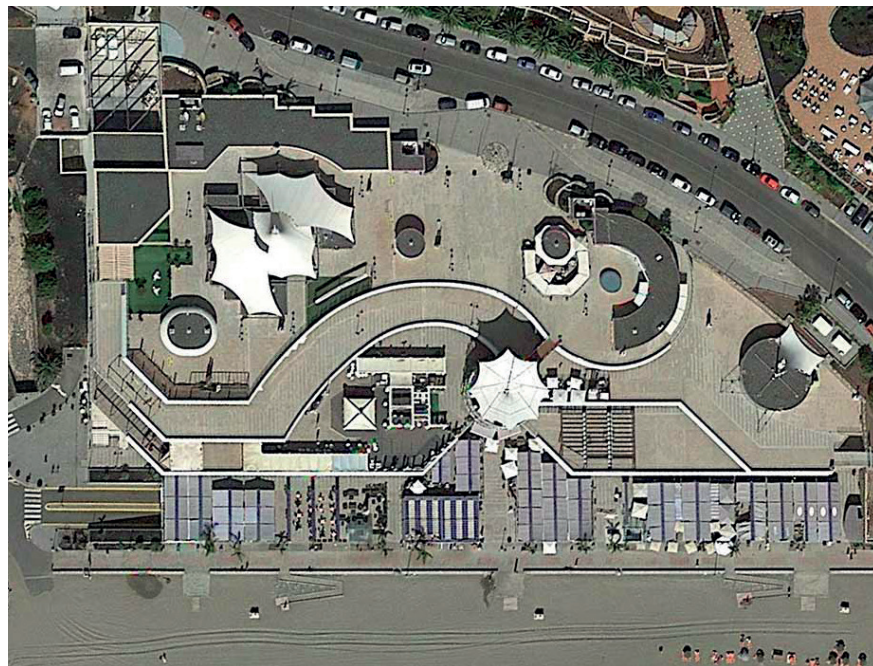
Si lo analizamos como espacio colectivo, las aportaciones más interesantes ocurren en los lugares en contacto con el espacio público. La planta alta es una plaza abierta accesible de manera continua desde la calle. Sobre ella, unos volúmenes de cafeterías y comercios se organizan reproduciendo una plaza.

En la planta de acceso del paseo marítimo se produce una mayor actividad y las terrazas de los comercios sobre el retranqueo recuerdan a lo visto en las avenidas y bulevares de otras muestras. Estas terrazas completan la organización de franjas de uso “comercios-terrazas-paseo marítimo-playa” (Fig. 2-124), una solución canónica en muchos paseos marítimos de ciudades turísticas y no turísticas.

Fig. 2-124:

Ortofoto del centro comercial Meloneras, abajo las ampliaciones.

Fuente: Google Earth



En relación a las ampliaciones con marquesinas, éstas construyen todo un frente de fachada, que no responde a ningún orden arquitectónico. Al contrario, es fruto de la espontaneidad y del criterio propio del propietario del local (Fig. 2-125). De esta forma, estas fachadas (Fig. 1-126) representan la imagen reconocible de los paseos marítimos, como vimos en el Anexo I y II de Playa del Inglés con los toldos organizándose en una composición caótica.



Fig. 2-125:

*Fuente de las ampliaciones desde la planta superior.
Fuente: O. De Castro*



Fig. 2-126:

Paseo Marítimo-terrestre con las ampliaciones del C.C. Melonera.

Fuente: O. De Castro

Análisis del área de estudio

La dimensión del espacio colectivo y su nivel de centralidad urbana

El área de estudio presenta un fragmento urbano no consolidado, por lo que muchos espacios públicos solo tienen una lectura como viario. Encontramos un único centro comercial que se relaciona más intensamente con la playa que con el resto. Esta parte de Meloneras apuesta por un modelo menos urbano y más próximo a la ciudad jardín. Los complejos de dúplex y los hoteles se separan de la vía y disponen muros de seguridad en todo su perímetro.

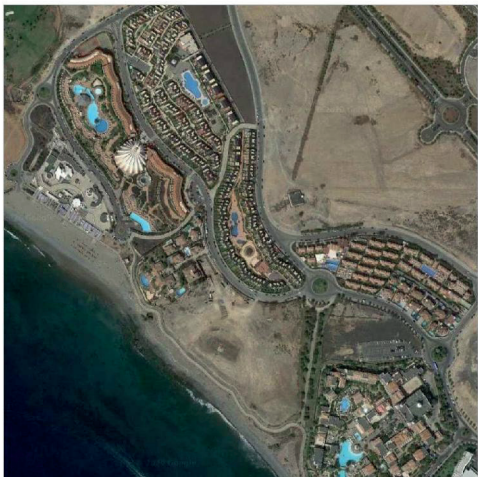
El modelo de ciudad jardín del sector de Campo Internacional, pese a sus problemas, presentaba un mayor porcentaje de espacio público. Además, las parcelas en este sector son muchos más grandes por lo que se aleja de una ciudad hecha a escala del peatón. Aquí no existe ninguna red de espacios comerciales, solo un lugar puntual para el ocio.

Espacio colectivo - espacio público dominio y uso



0 100 m

e. 1/4500



USO PÚBLICO

Dominio privado

■ Espacio colectivo exterior

□ Predominio espacio colectivo interior

Dominio público

■ Peatonal

■ Rodado

■ Ajardinado

USO PRIVADO

Dominio privado

■ Uso comunitario

Grado de Centralidad según programa



0 100 m
e. 1/ 4500

USO PÚBLICO

Dominio público

Peatonal
Rodado

Dominio privado

Espacio colectivo exterior
Predominio espacio colectivo interior

DESCRIPCIÓN PROGRAMÁTICA DE LOS ESPACIOS COLECTIVOS SEGÚN PARCELA

N	Tipología	E	Programa
1	C.C.MELONERAS	P+S	Restauración Pubs Cafeterías Minimercado Souvenirs










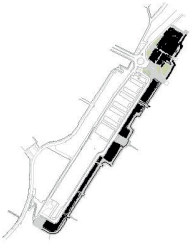
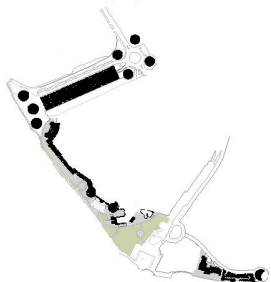






2.3. Clasificación de las muestras

A partir del análisis de las muestras y su entorno, se elabora una clasificación de espacios colectivos en Maspalomas-Costa Canaria, clasificados según tipologías (centros comerciales, apartamentos con locales y retranqueos y parques de atracciones con comercios), criterios de localización (interior del tejido o en la costa), dimensión (pequeño, mediano y grande), configuración (aislado o agrupados).

La clasificación permite reconocer las variaciones tipológicas de cada uno de ellos y su preponderancia.

Si atendemos al diagrama, los centros comerciales no tienden a agruparse en el interior del tejido, siendo una excepción los centros comerciales Kasbah, Plaza y Metro. El resto son edificios pequeños y medianos diseminados. En el interior del tejido no encontramos un edificio comercial grande, ni un área resultante de la agrupación de varios de ellos, como se aprecia en la costa. Las grandes avenidas interiores son las únicas que conforman un espacio colectivo de igual dimensión que los frentes marítimos, debido a la agrupación de apartamentos con locales y retranqueos. Los centros comerciales no tienden a agruparse en torno a ejes primarios.

DIAGRAMA DE CLASIFICACIÓN DE LAS MUESTRAS

Categoría		Subcategoría				
		PEQUEÑO	MEDIANO		GRANDE	
Centros Comerciales	Interior	Aislado  C.C. Aguila Roja	Agrupados  CC. CC. Kasbah, Plaza y Metro	Aislado  C.C. Yumbo		
		 C.C. Oasis Beach		 C.C. San Agustín		
	 C.C. Faro 2	 C.C. Cita				
	Costero	Aislado  C.C. Tropical		Aislado  C.C. Meloneras	Aislado  Anexos I y II	Agrupados  CC.CC. Oasis beach, Oasis, Varadero y Bulevar El Faro
		 C.C. Atlantic Beach				
Apartamentos con locales y retranqueos	Interior	Aislado  Bloque en esquina	Agrupados  Apartamentos Barbados		Agrupados en avenida  Avenida de Tirjana	
		 Bloque lineal				
Parques de atracciones con comercios	Interior	Aislado  Holiday World				

Resultados del Capítulo 2

1. Sobre la variedad de tipos de espacios colectivos

Los espacios colectivos son principalmente centros comerciales y, en menor medida, avenidas comerciales. Por lo general, los hoteles no están contribuyendo, salvo excepciones, a enriquecer el espacio de uso público en Maspalomas-Costa Canaria.

En relación a la categoría de centros comerciales, estos varían según su organización, tamaño y localización. Se dividen en dos tipos, aquellos que se desarrollan longitudinalmente y los que ocupan una parcela de proporciones rectangulares, con uno o varios patios. Por tamaño existen pequeños, medianos (hay agrupaciones medianas como consecuencia de la unión de varios pequeños) y grandes. En cuanto a su localización se sitúan en el borde urbano junto a la costa, tanto por delante (anteriores a la Ley de Costas) como por detrás del paseo marítimo, y en el interior del tejido, en parcelas en esquina, u ocupando manzanas enteras. También encontramos centros comerciales con presencia en avenidas primarias y en secundarias.

Como excepción, el frente marítimo de Meloneras combina centros comerciales con el espacio de servidumbre y protección que la Ley de Costas dispone para el uso público. El centro comercial Anexo I y II se sitúa por detrás de este espacio de protección y su funcionamiento es prácticamente autónomo.

Los espacios colectivos “bajos comerciales en apartamentos y agrupados en torno a viarios principales” obedecen a cuatro tipologías:

- Locales alineados a la acera
- Locales que dejan un espacio libre delante a nivel de la calle
- Locales retrasados con salto de cota (obligando a introducir escaleras y pasarelas para llegar a los comercios)

- Locales con aparcamientos sobre el retranqueo y comercios en el interior del apartamento u hotel.

La acumulación de estos comercios a lo largo de una avenida define el tamaño del tramo comercial. Muchas veces las soluciones coexisten y se alternan, por lo que no queda claro el carácter de la calle.

Existen también parques de atracciones en Maspalomas-Costa Canaria. Solo se ha estudiado el caso del Holiday World porque contiene locales de ocio y restauración que están abiertos a la calle. No se ha considerado como una categoría dentro de los espacios colectivos por su uso puntual y no diario del turista, aunque posea algunos locales de uso colectivo y repercusión en la calle.

Otro aspecto relevante en la implementación de los tres tipos de espacios colectivos tiene que ver con su modelo urbano. Playa del Inglés es el sector que más centros comerciales y avenidas con bajos comerciales tiene. Coincide con un modelo que combina bungalós, bloques de apartamentos y hoteles, apostando así por una mayor densidad y heterogeneidad en tipologías alojativas que el resto de sectores. Por el contrario, aquellos donde el tejido se basa en un modelo parecido al de ciudad jardín, la presencia de espacios colectivos es mucho menor. San Agustín y Campo Internacional son dos ejemplos. La baja densidad y las tipologías de bungalós con muro perimetral no propicia la aparición de avenidas comerciales.

2. Sobre los valores arquitectónicos encontrados

En este muestrario general se detecta algunas cuestiones que afectan al diseño arquitectónico de los espacios colectivos como es la accesibilidad desde el espacio público.

Por lo general, las tiendas en las calles mantienen una fachada más cerrada para controlar el acceso de los clientes. En el caso de aquellas situadas en el interior de un centro comercial suelen abrirse hacia los pasillos y plazas interiores, lo que permite que la gente transite con mayor libertad. El control y la seguridad que ofrecen los centros comerciales

permiten ese relajamiento en los accesos a los locales.

En relación a la permeabilidad de los centros comerciales y su funcionamiento, detectamos algunos problemas. Un espacio colectivo muy permeable, con múltiples entradas, puede ser un acierto para garantizar un flujo continuo de personas en varias direcciones, pero no siempre es garantía de éxito como ocurre en el centro comercial Metro.

Este centro comercial se ubica alejado de la avenida principal, donde está el flujo principal de turistas que van a la playa y detrás del templo ecuménico, lo que aporta una desventaja inicial. También tiene problemas de accesibilidad desde el espacio público y sus espacios interiores son precarios en iluminación y construcción, estrechos y laberínticos.

El buen diseño de los espacios interiores de un centro comercial es fundamental para establecer una relación con la calle. No solo deben dimensionarse pensando en una función o varias a la vez, sino que además deben ser generosos, variados y funcionar como una prolongación del espacio público (bulevares, plazas o calles).

En este sentido, el centro comercial Kasbah es mejor que el Metro, al establecer una continuidad entre el interior y el exterior en la planta baja. Esto resulta mucho más difícil con los centros comerciales enterrados como el Plaza. Una alternativa es disponer de una escalera amplia que conecte la calle con el espacio interior principal. El centro comercial Plaza utiliza esta estrategia para conectar el patio de la planta -2 con la plaza superior. En el centro comercial Metro no encontramos ni continuidad con el espacio público ni espacios interiores generosos y bien definidos. Junto a su mala localización, este factor agudiza su abandono.

Otra cuestión a considerar son los recorridos continuos que permiten atravesar el conjunto. De manera excepcional los espacios sin salida pueden funcionar con determinados usos como en el centro comercial Plaza. Su patio inferior funciona con ocio nocturno y los turistas están obligados a entrar y salir por la misma escalinata.

3. Sobre la existencia de una red compuesta por espacios colectivos y públicos en Maspalomas-Costa Canaria

Por red de uso público se entiende un espacio ininterrumpido y peatonal que se construye por la alternancia o complementariedad de los espacios de propiedad pública y privada, ambos de acceso libre peatonal y con un marcado carácter comercial y de ocio. El análisis muestra una red en estado germinal solamente en las Áreas de Estudio 2 (Playa del Inglés) y 7 (Meloneras). El resto no consigue articular los espacios entre sí y los centros comerciales se disponen demasiados distantes.

En el área 2 se ha mejorado el espacio público en el entorno de los comercios con la peatonalización completa o parcial de algunas calles. El área 7 destaca por agrupar los centros comerciales en torno al paseo marítimo, que funciona como elemento de conexión entre las partes.

El Plano “Espacio colectivo-espacio público” también permite reconocer y ordenar aquellos tipos arquitectónicos que mejor contribuyen a la construcción de una red. A continuación, se exponen por orden de importancia:

En primer lugar, los apartamentos con bajo comercial y cuatro tipos de retranqueos. El análisis de las avenidas Italia, Tenerife, Alféreces Provisionales y Tirajana muestran una intensidad de uso importante, como resultado de su encuentro con la calle. La dependencia entre ambos y la posibilidad de conformar un gran eje comercial sitúa los bajos comerciales con retranqueos, como el principal espacio colectivo para conformar una red.

En segundo lugar, los bulevares de borde, porque están directamente relacionados con el paseo marítimo, principal espacio público de las ciudades turísticas costeras. El bulevar El Faro en Meloneras es el que mejor demuestra esta relación, además de definir el final del tejido y su relación con la costa.

En tercer lugar, los centros comerciales que funcionan como conectores. Los espacios libres interiores no solo sirven de acceso a los comercios, también permiten comunicar las

02. El espacio de uso público de Maspalomas-Costa Canaria

calles a ambos lados del edificio. La Kasbah en Playa del Inglés o el Varadero en Meloneras son dos ejemplos de edificio pasante.

Los centros comerciales también pueden contribuir a mejorar la red, aportando grandes zonas abiertas a modo de parques o plazas, como el Yumbo o el Plaza. Esto permite equilibrar las carencias del espacio público del destino donde la mayoría son aceras.

Finalmente, los hoteles en Maspalomas-Costa Canaria tienen un impacto mínimo sobre el espacio público. Son diseñados como recintos cerrados sobre sí mismos. Aunque encontramos algunos servicios de cafetería, restaurante, pub o discoteca estos se ubican alejados de la acera.

