

CAPÍTULO 3

# CRITERIOS DE DISEÑO EN EL ESPACIO COLECTIVO DEL TURISMO: VOLUMETRÍA, ACCESIBILIDAD Y USO

A partir de las 22 muestras de espacios colectivos descritas y clasificadas según localización, tamaño y tipología en el capítulo anterior, se eligen ahora 5 muestras representativas para un análisis pormenorizado sobre los criterios de diseño utilizados. Se evalúan tres aspectos: la volumetría y complejidad espacial, el gradiente de publicidad-privacidad y permeabilidad desde la calle y la intensidad de uso. Los criterios para la selección de los casos de estudio tienen en consideración la riqueza espacial, la variedad de programas y la relación con la calle, seleccionando aquellos que muestran una mayor complejidad en todos estos aspectos.

### 3.1 Categorías de análisis para evaluar las arquitecturas comerciales y de ocio

Los cinco casos de estudio se someten a un mismo criterio de análisis. Para ello se consideran tres características:

1. Los cambios en la **configuración volumétrica** (1.1) derivados del uso de cerramientos ligeros (arquitectura provisional) y **tipos de espacios colectivos abiertos** (1.2).
2. La **accesibilidad** a través del **gradiente público-privado** (2.1) muestra aquellos espacios donde el turista tiene relativa libertad de movimientos, frente a otros, donde se da un mayor control. Asimismo, la **permeabilidad** (2.2) desde el espacio público evalúa los puntos de ingreso como la posibilidad de ver el interior desde la calle, haciendo especial referencia a los accesos físicos como puntos de control.
3. La **intensidad de uso**, que valora aquellos espacios colectivos con mayor carga de usos a lo largo **del día**, directamente relacionada con el programa, pero también con los espacios de tránsito en aquellos edificios que pueden ser atravesados o comunican con la playa.

## 3.2 Tres casos de estudio en el interior del tejido

### Caso 1: Conjunto de centros comerciales Kasbah, Plaza y Metro



Fig. 3-1:

Foto aérea de la zona comercial compuesta por los centros comerciales Kasbah, Metro y Plaza en Playa del Inglés.

Fuente: Google Earth

Éste caso de estudio entra dentro de la subcategoría de “Área comercial por agrupación de centros comerciales” y se sitúa en torno a dos calles peatonales, donde coinciden tres centros, algunos bajos comerciales en apartamentos y un templo ecuménico.

### Caso 2: Centro comercial Yumbo



Fig. 3-2

Foto aérea del centro comercial Yumbo en Playa del Inglés.

Fuente: Google Earth

Dentro de la subcategoría de “Centro comercial aislado interior” y de dimensión mediana, su complejidad deriva de un conjunto de edificios en torno a un jardín central, que se desarrolla en tres plantas con retranqueos y huecos en los forjados. Es uno de los centros comerciales de referencia de Maspalomas-Costa Canaria por la amplia variedad de usos tanto genéricos como especializados.

### Caso 3: Complejo de apartamentos Barbados

Fig. 3-3 :

*Foto aérea del complejo de apartamentos Barbados en la avenida de Tirajana de Playa del Inglés.*

*Fuente: Google Earth*



Dentro de la categoría de “Edificio con locales y retranqueo” de tamaño medio, se elige por su dimensión y localización en la avenida Tirajana. La complejidad resultante de las ampliaciones de locales sobre el retranqueo hace más interesante el caso de estudio.

### 3.3 Dos casos de estudio en el borde urbano con la costa

Estos casos se incluyen dentro de la categoría “Centros comerciales” y se localizan cada uno en un punto distinto de la costa de Maspalomas-Costa Canaria. Se eligen por ser dos alternativas a la construcción del frente marítimo a partir de condiciones distintas.

#### Caso 4: Centros comerciales Anexo I y II



Fig. 3-4:

Foto aérea del Anexo I y II junto a la playa del Inglés en el área de Playa del Inglés.

Fuente: Google Earth

Los Anexos I y II se presentan como una sola entidad, que pertenece a la subcategoría “Bulevar comercial costero aislado”. Se encuentra sobre las dunas, muy por delante del límite físico que marca el corte de la meseta y del paseo marítimo

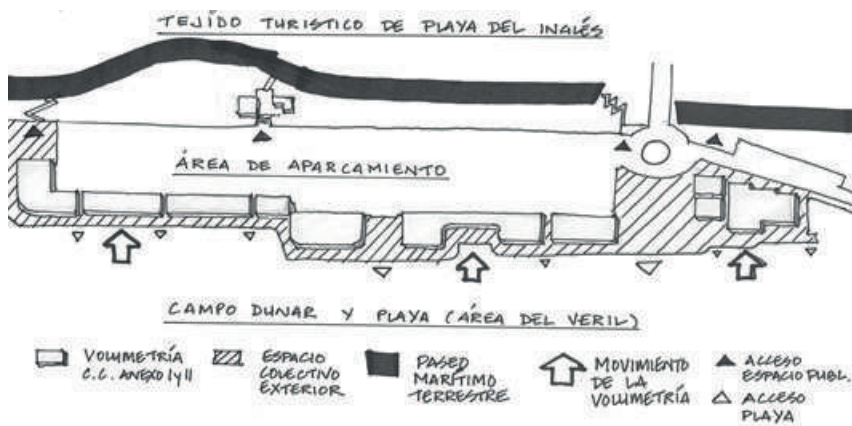


Fig. 3-5:

Esquema Volumétrico del Anexo I y II, Playa del Inglés.

Fuente: O. de Castro

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso

La configuración de local con paseo delantero se repite a lo largo de su desarrollo paralelo al mar. Además, introduce quiebros y vacíos puntuales para romper levemente su linealidad y permitir los accesos transversales a la playa.

#### Caso 5: Boulevard El Faro

Fig. 3-6:

Foto aérea del Boulevard El Faro, Meloneras. Fuente: Google Earth

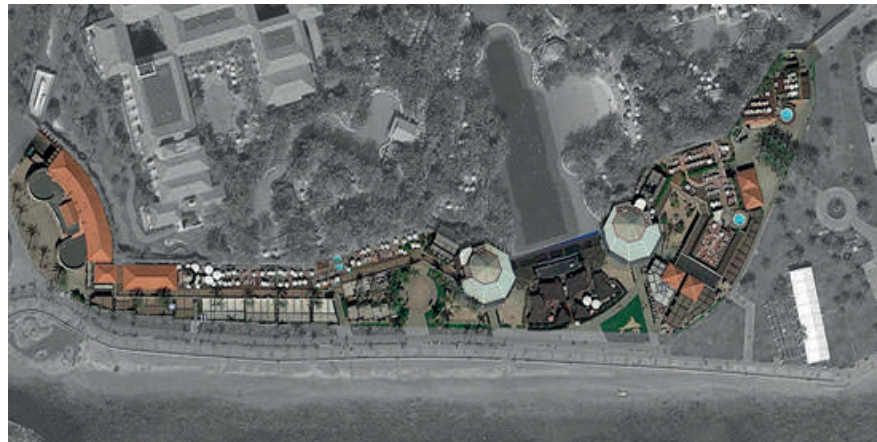
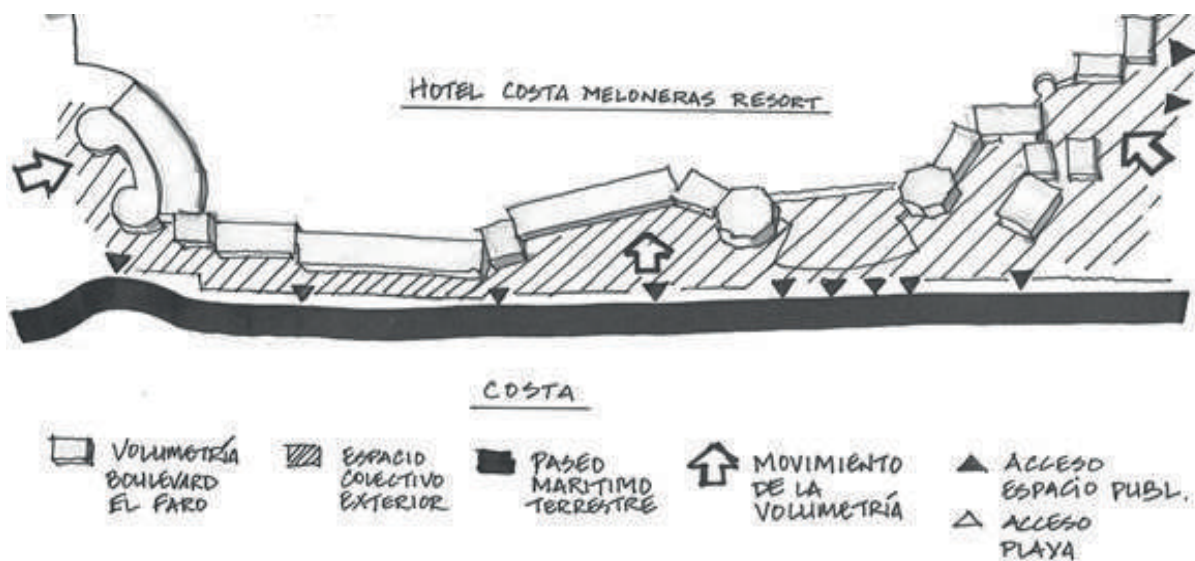


Fig.3-7:

Esquema volumétrico del Boulevard El Faro, Meloneras.

Fuente: O. de Castro

A diferencia del Anexo I y II, el Bulevar El Faro se sitúa por detrás del paseo marítimo-terrestre por lo que la relación entre este y el edificio es directa. Los diversos volúmenes que lo configuran se quiebran para romper la linealidad del paseo costero y ganar así espacio exterior. Pasajes, plazas, terrazas y jardines conforman lugares de encuentro ente el edificio y el espacio público.



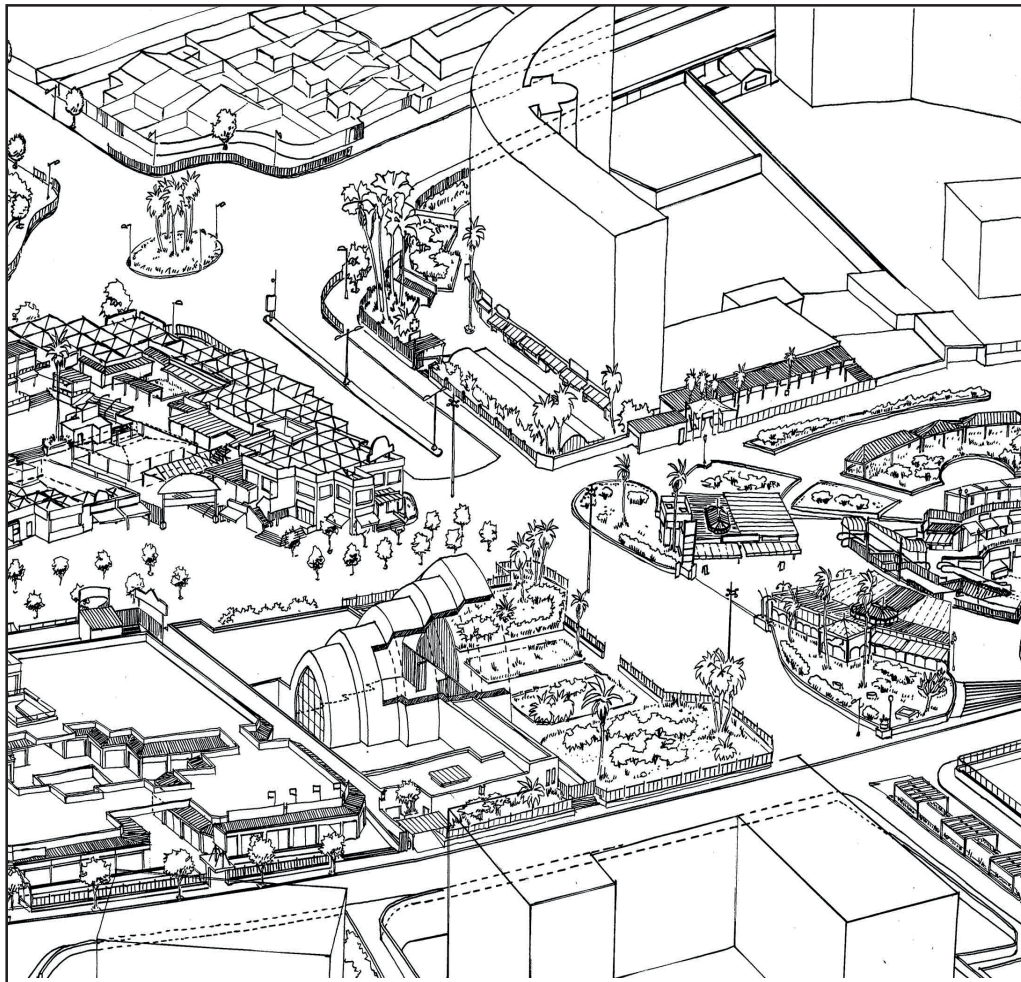
### **3.4 Análisis: Volumetría y espacio interior, accesibilidad e intensidad de uso**

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso

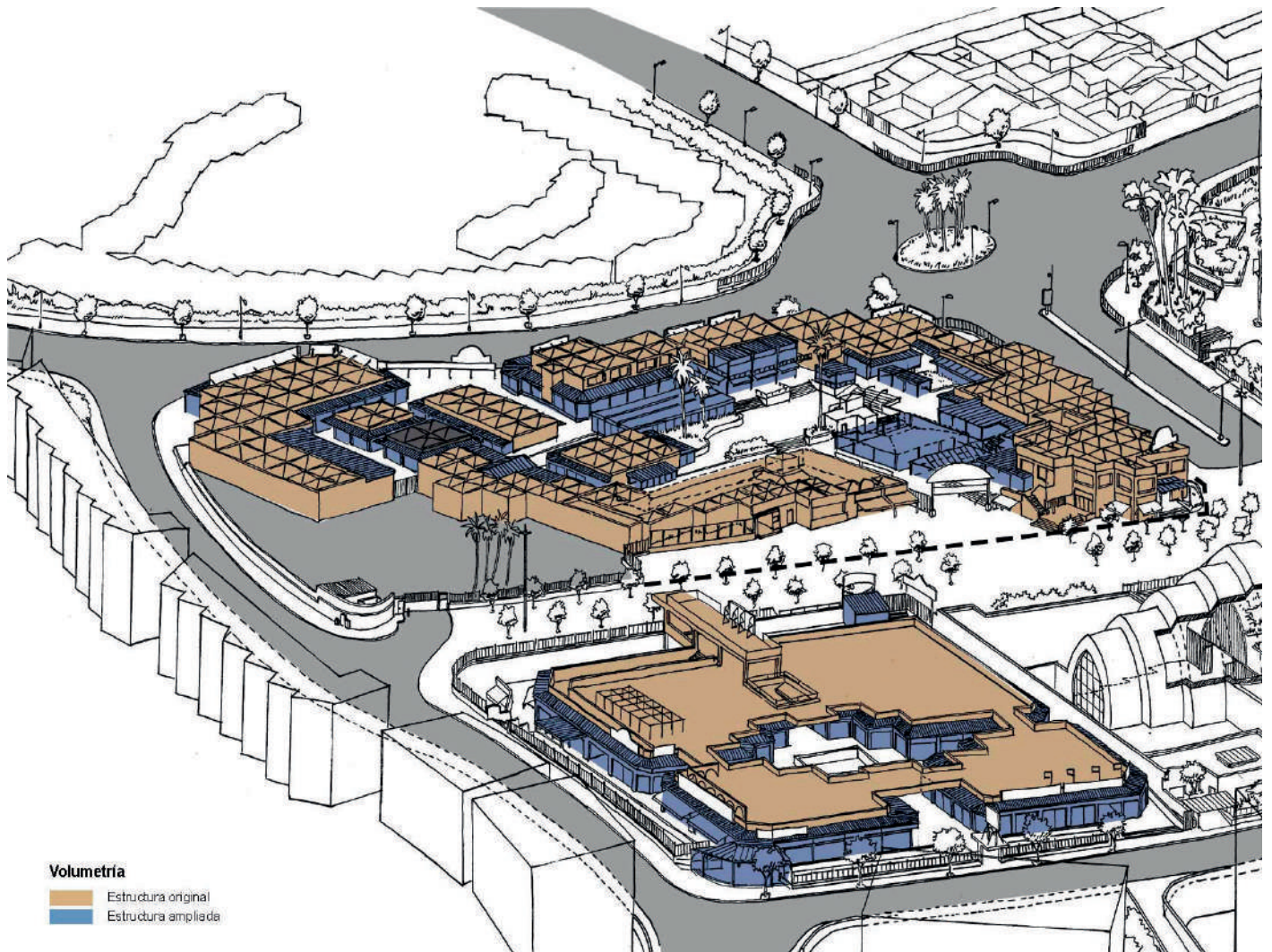


CONJUNTO DE  
CENTROS COMERCIALES  
**KASBAH,  
PLAZA Y  
METRO**

Sector de Playa del Inglés



Caso de estudio 1

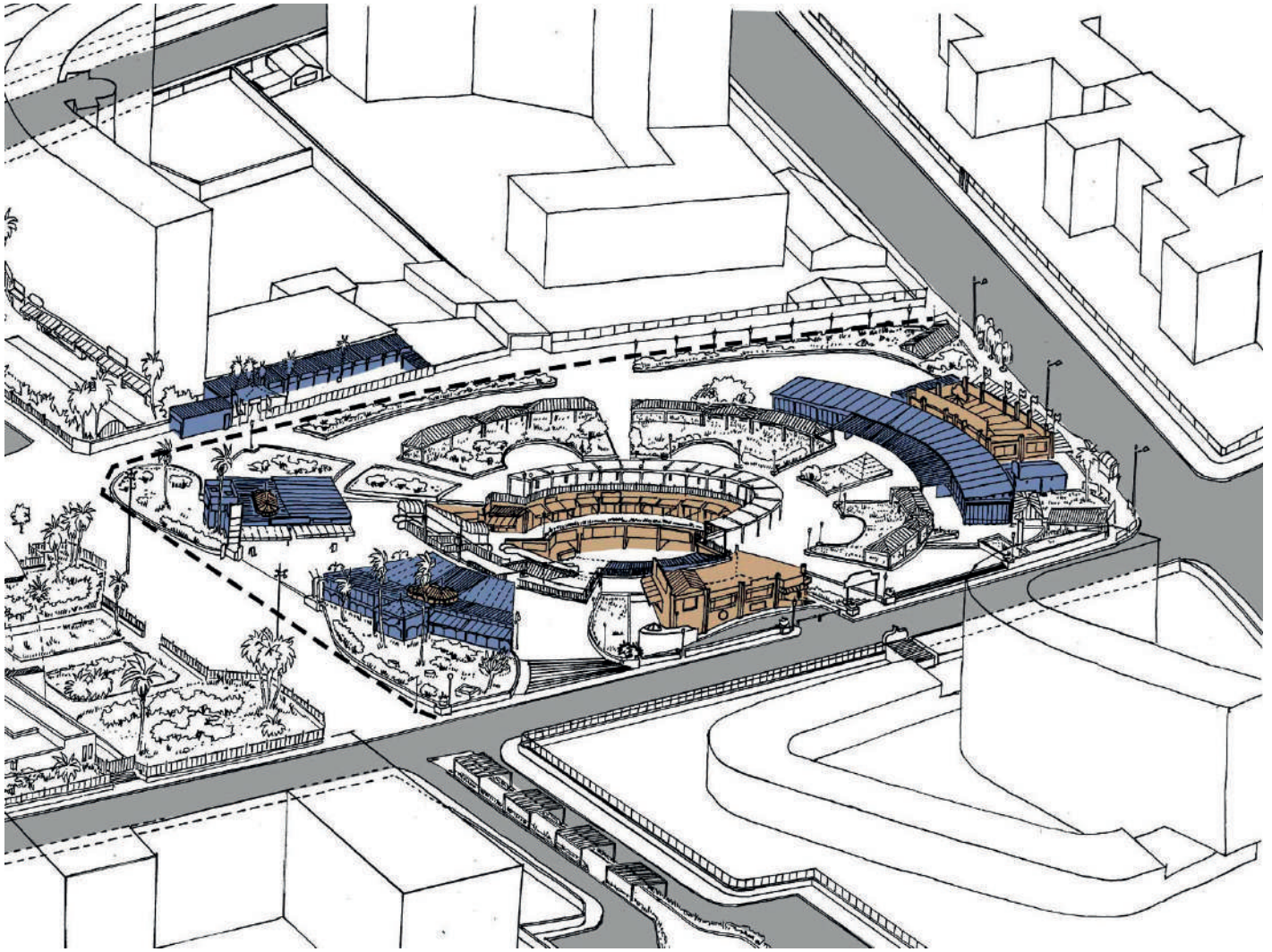


Fuente: O. de Castro

### Variaciones en la volumetría

Los tres centros comerciales muestran una importante presencia de alteraciones en su volumetría. Estas modificaciones son algo más acusada en la Kasbah (arriba) y el Metro (abajo) que en la del Plaza (en la página de la derecha). Esto se debe a que esta última dispone de menos volumen en la planta de acceso, lo que le permite conservar mejor el vacío del parque. En la Kasbah las ampliaciones reducen el vacío central. De los tres niveles que tiene, solo queda la plaza intermedia y las otras dos están completamente ocupadas por carpas. Prácticamente se pierde el juego de bancales que descenden desde la calle superior a la inferior.

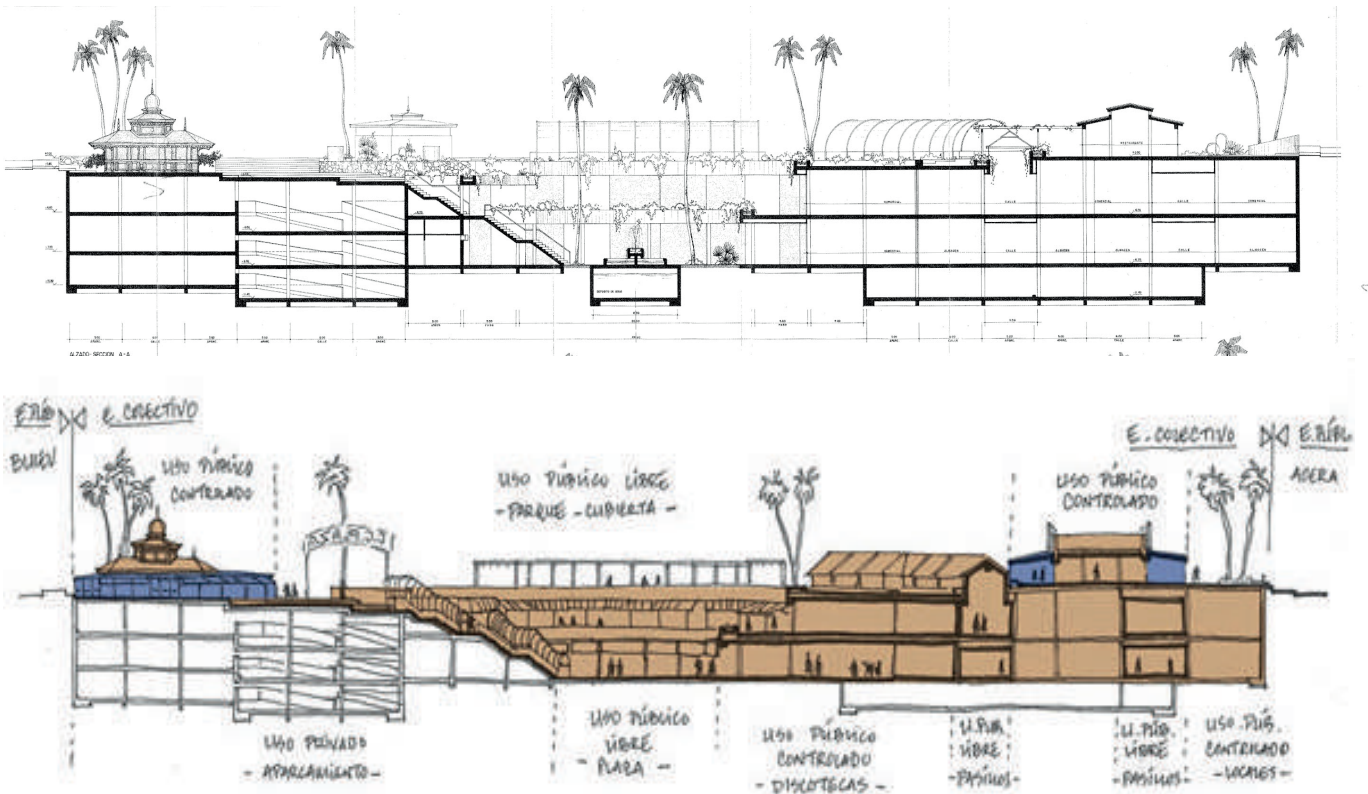
## Volumetría (1.1)



Plano. 3-01

En el centro comercial Metro las ampliaciones se producen a modo de recrecido de las fachadas. El edificio se camufla con toldos y estructuras de madera. Esto reduce la superficie de los pasajes y aumenta la sensación de movimiento entre pasillos estrechos. La cubierta, principal espacio abierto diseñado a modo de plaza, carece de locales y se encuentra actualmente en estado de abandono.

## Volumetría-sección



Plano. 3-02

Fig. 3-8 (arriba):

Sección transversal del centro comercial Plaza. La sección muestra la relación entre la plaza superior y el parque con el patio interior a través de las escalinatas.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana.

Fig. 3-9 (abajo):

Recreación de la sección transversal del centro comercial Plaza con las ampliaciones en azul.

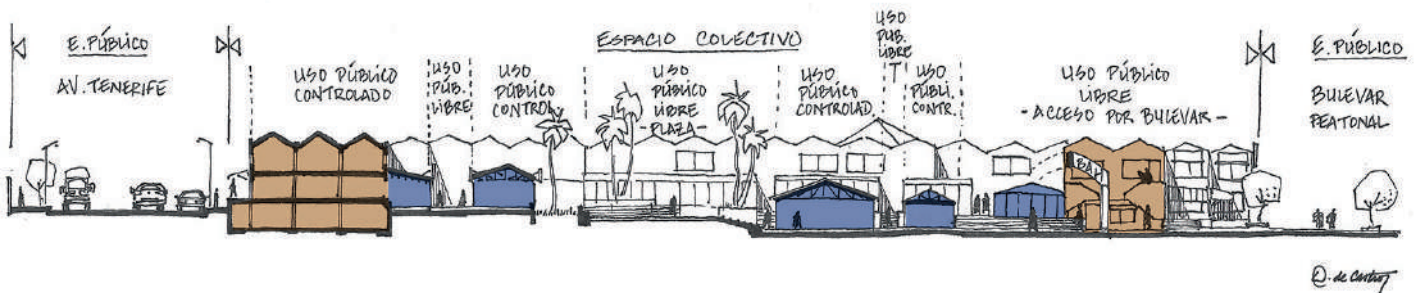
Fuente: O. De Castro

### Centro Comercial Plaza

El análisis de la sección permite comprobar que el patio central no ha sufrido una alteración sustancial respecto del estado original (Fig. 3-8). Tampoco se altera la relación entre la plaza superior y la inferior. El centro comercial mantiene prácticamente la estructura espacial original (Fig. 3-9).

Las ampliaciones se concentran en la cubierta. Los dos quioscos (a la izquierda de la sección) y el local comercial (a la derecha) han visto incrementada su superficie, desdibujando en parte su forma original. Sin embargo, las ampliaciones no afectan de manera importante al espacio de la plaza (Plano 3-01).

## Volumetría-sección



### Centro Comercial Kasbah

La sección transversal se elabora a partir de ortofotos y la toma de datos en el lugar. El resultado muestra la gran ocupación de sus plazas interiores (azul) respecto a los volúmenes originales (marrón). Destaca la ocupación de las plazas superior e inferior (Plano 3-01). La colocación de las carpas reserva un espacio angosto para pasillo, lo que le confiere un aspecto laberíntico al tránsito.

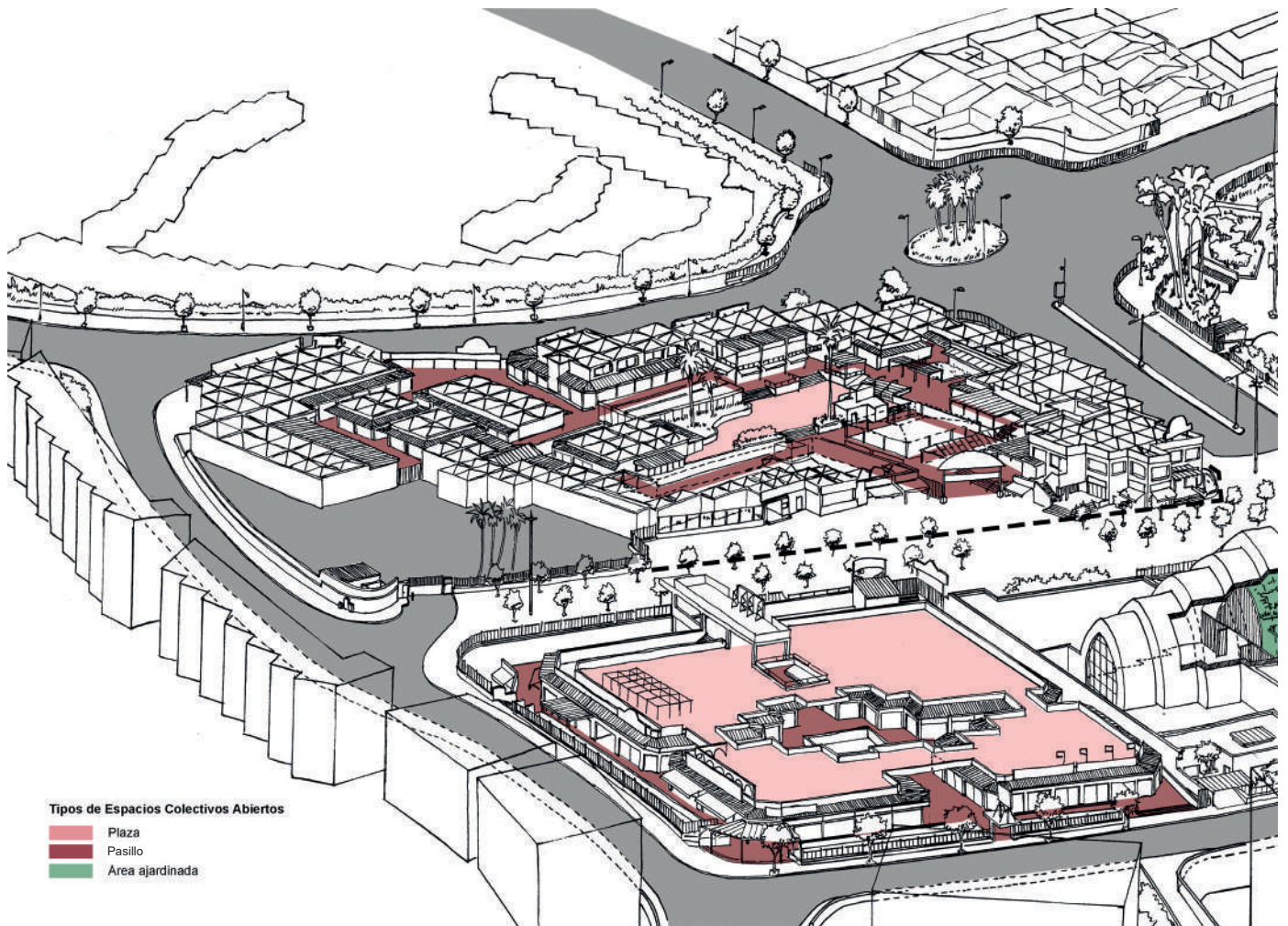
Fig. 3-10

*Recreación de la sección transversal del centro comercial Kasbah con las ampliaciones en azul sobre las plazas interiores.*

*Fuente: O. De Castro*

### Centro Comercial Metro

En la actualidad el edificio solo es accesible el nivel de calle, por lo que no es posible acceder a las plantas inferiores para una toma de datos. Tampoco existen planos en sección en el Archivo Municipal que permitan comprobar el estado original del proyecto.



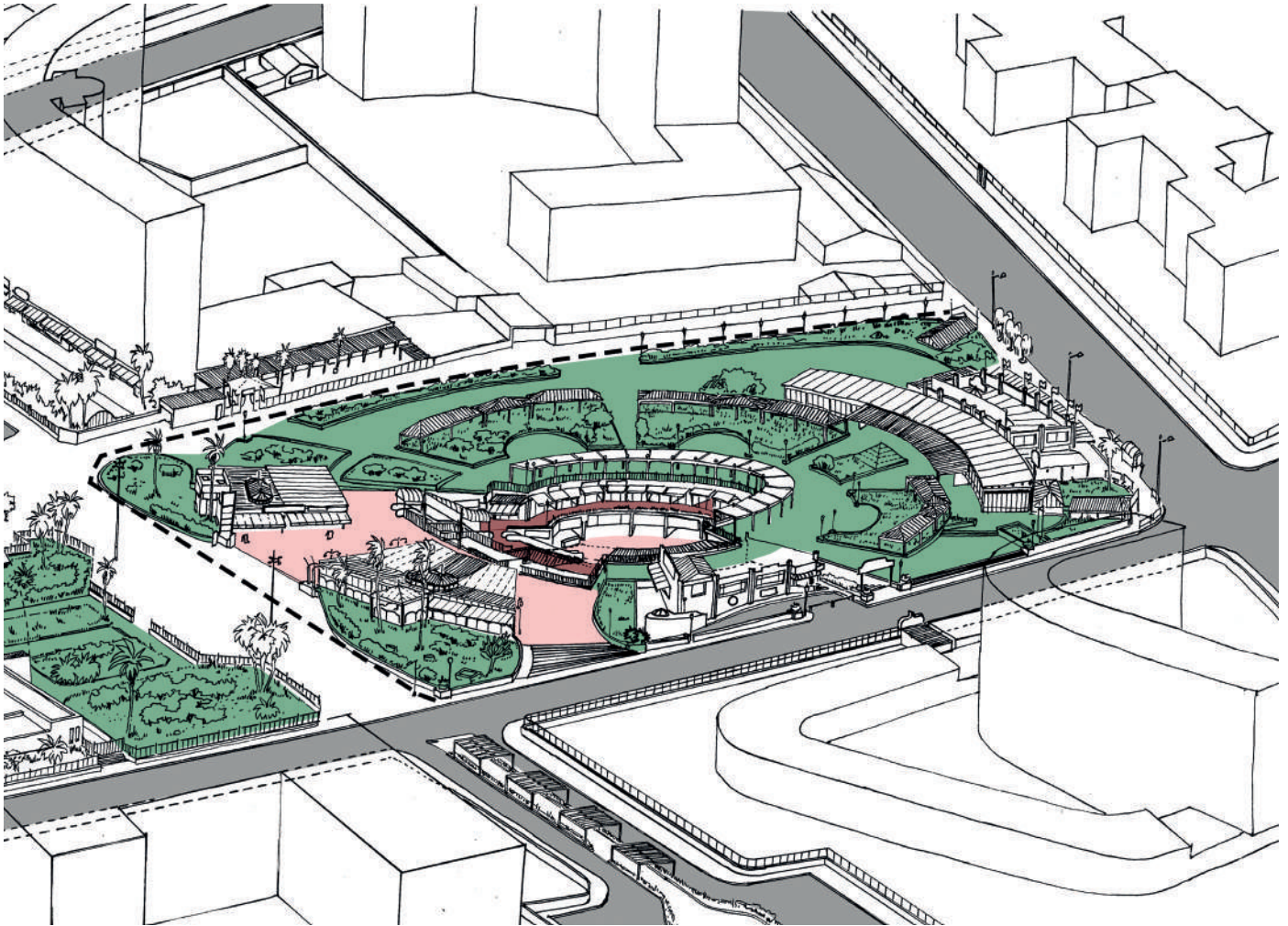
Fuente: O. de Castro

## Complejidad espacial

Las ampliaciones informales sobre el espacio interior de libre circulación alteran la configuración original. En la Kasbah, la reducción de tres a dos plazas elimina la articulación original de terrazas a distintos niveles. En consecuencia, se reduce el contraste entre espacios abiertos y pasillos en favor de estos últimos, homogenizando el interior del centro comercial.

En el Metro, la cubierta se propone como una gran plaza con una única pasarela de acceso desde el bulvar. El corte perimetral que separa la cubierta del espacio público perjudica la relación del edificio con su entorno.

## Espacio colectivos abiertos (1.2)

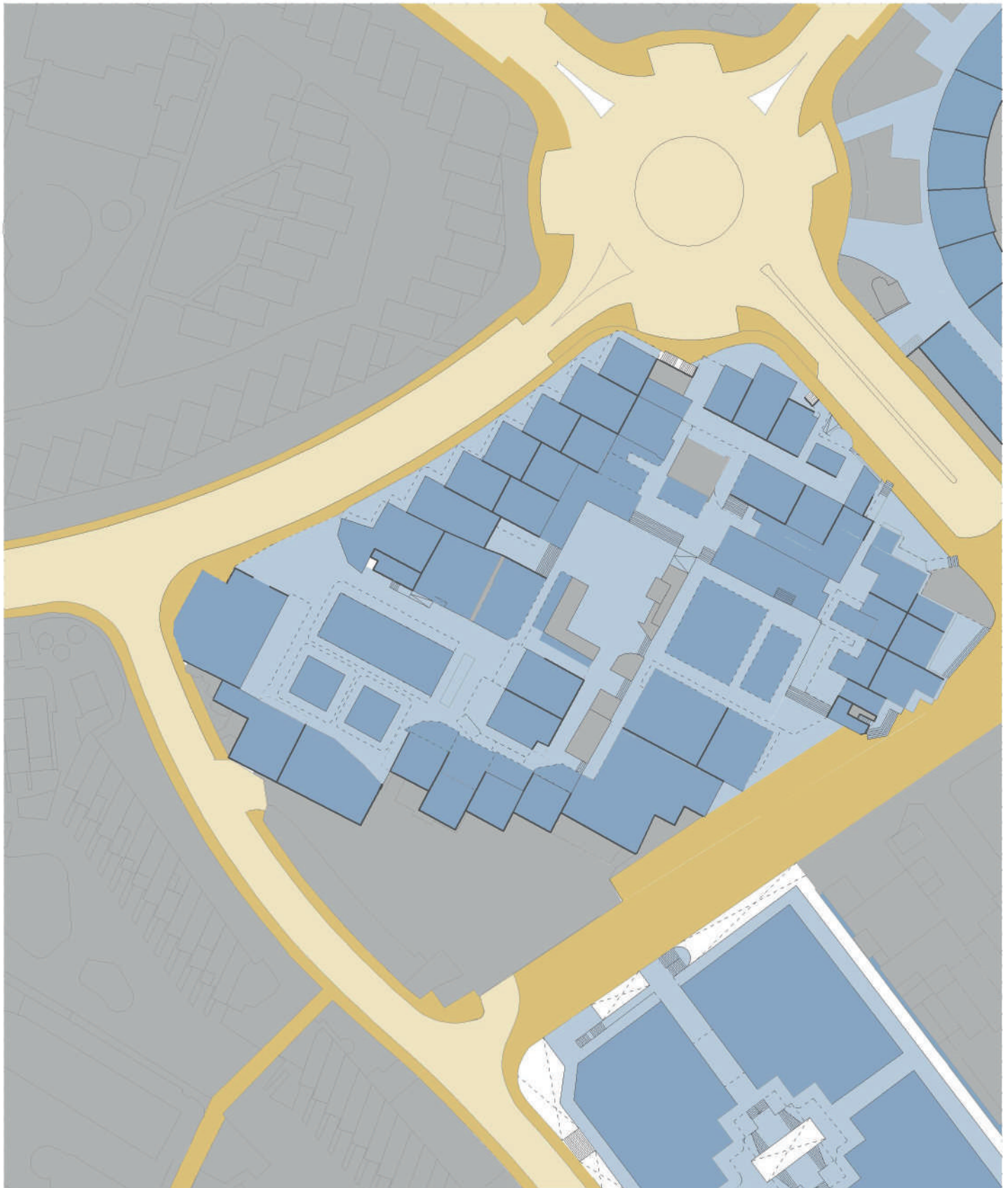


Plano. 3-03

La cubierta-plaza tampoco establece una relación espacial con lo que ocurre debajo. La escalera del hueco central soporta el peso de relacionar ambas plantas. En el resto de plantas solo existen pasillos, uno perimetral y otros en el interior, pero ambos sin cualidades destacables.

En el centro comercial Plaza el parque de la cubierta y el bulevar establecen una continuidad. Los laterales de la cubierta que dan a las avenidas Italia y Gran Canaria quedan más elevados y el acceso se soluciona con amplias escaleras. En el interior la relación visual entre la cubierta y la plaza inferior se garantiza a través de los balcones sobre el patio, mientras que la conexión física se consigue con una amplia escalinata.

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso



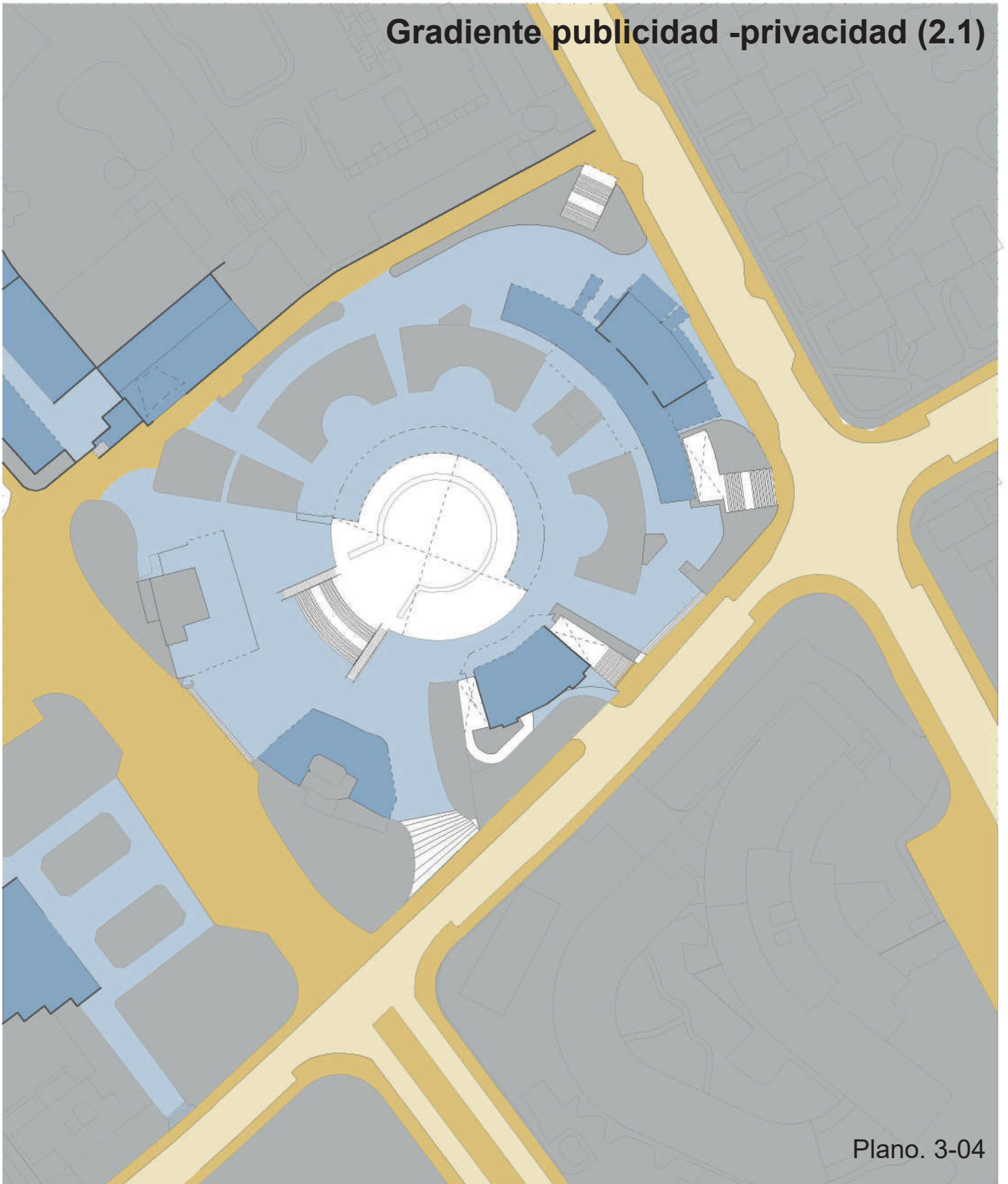
0 100 m e. 1/ 1000

- Espacio público
- Uso público libre peatonal
  - Uso público libre rodado
- Espacio colectivo
- Uso público libre
  - Uso público controlado

Caso de estudio



## Gradiente publicidad -privacidad (2.1)



Plano. 3-04



0 100 m e. 1/ 1000

Espacio público

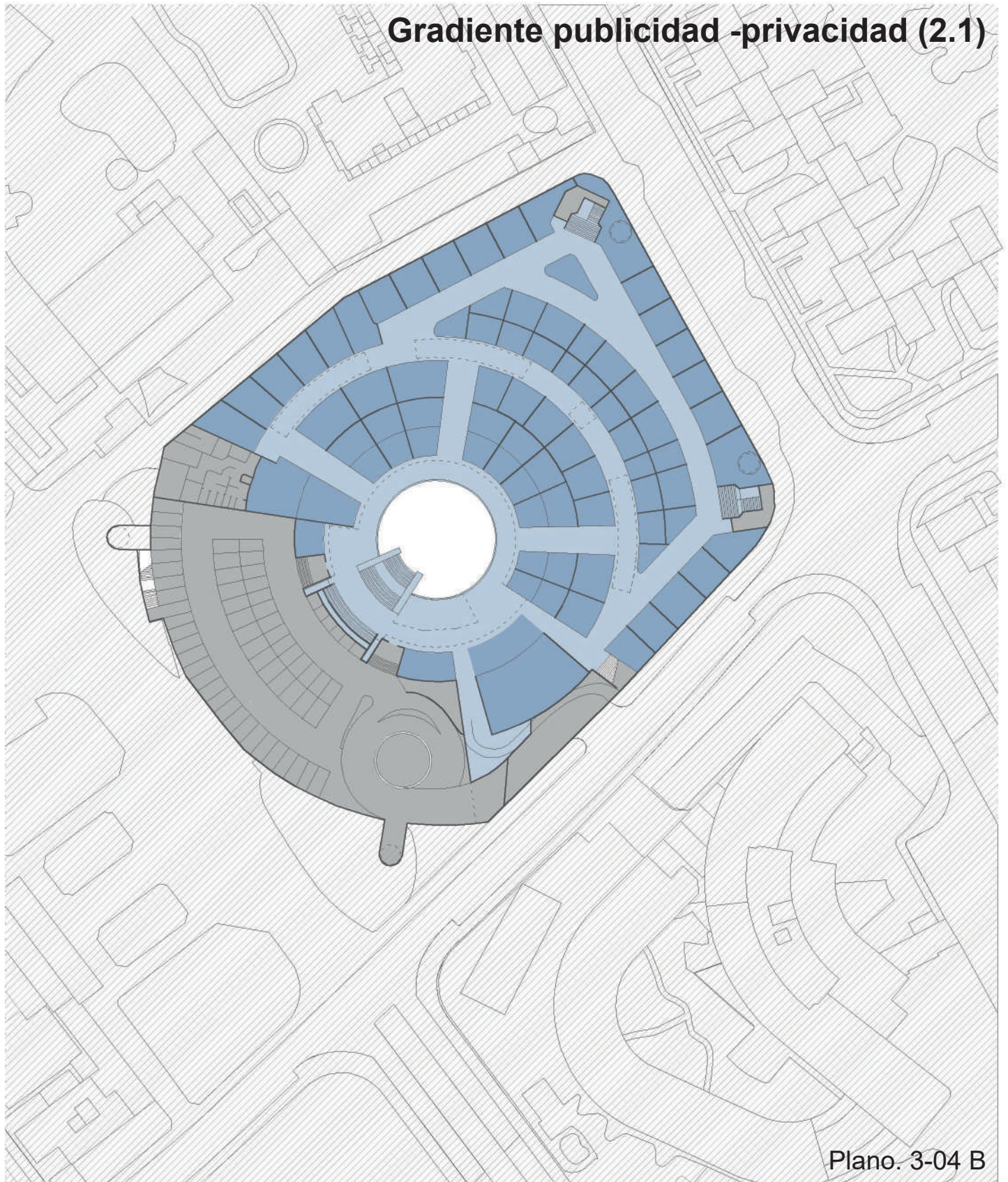
- Uso público libre peatonal
- Uso público libre rodado

Espacio colectivo

- Uso público libre
- Uso público controlado

Caso de estudio

## Gradiente publicidad -privacidad (2.1)



Plano. 3-04 B



0 100 m e. 1/ 1000

- Espacio público
- Uso público libre peatonal
  - Uso público libre rodado
- Espacio colectivo
- Uso público libre
  - Uso público controlado

Planta -1

## **Control del turista y libertad de movimiento**

En el centro comercial Kasbah las plazas originales relacionan ambos extremos del conjunto. Tras las ampliaciones, la única libre de ocupación esta desconectada de las entradas y por tanto del espacio público exterior, quedando comprometida la relación entre ambos lados del edificio. La libertad de movimiento está ahora más condicionada a la dimensión de plazas y pasillos que obliga a moverse entre ejes cartesianos.

En el centro comercial Metro esta pérdida de libertad es más acusada. Los estrechos pasillos perimetrales son ocupados por terrazas dejando un paso angosto. La cubierta también está cerrada, por lo que las posibilidades de circulación son mínimas.

El centro comercial Plaza permite una libertad de movimientos mucho mayor que los otros dos casos, por disponer un espacio abierto en la cubierta y tener una buena accesibilidad desde el bulevar. En sus plantas inferiores, el carácter laberíntico de los pasillos queda compensado por la plaza en la planta -2 y por abrirse los pasillos perimetrales al patio a modo de balcones.

## Elementos de control (2.1b)

Fig. 3-13:

1. Puerta de acceso al centro comercial Kasbah por la avenida Tenerife.

Fuente: O. De Castro

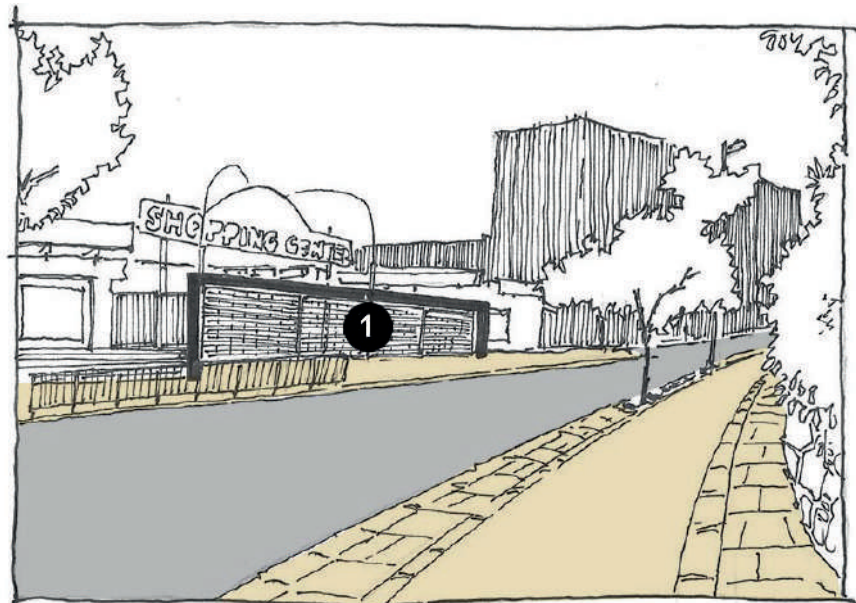
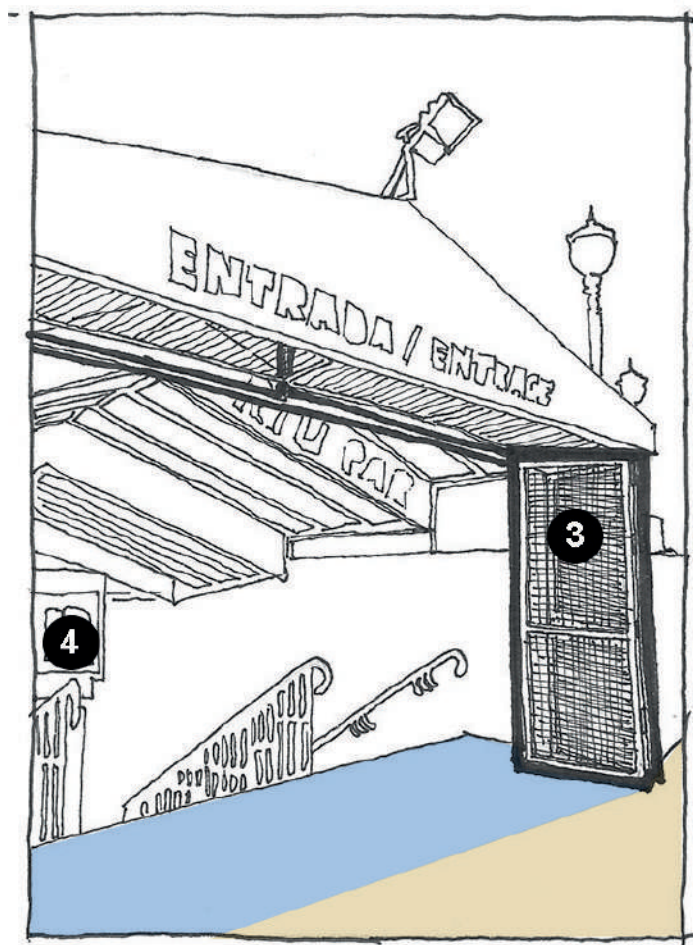


Fig. 3-14:

3. Puerta de acceso al centro comercial Plaza
4. Panel informativo de normas de comportamiento

Fuente: O. De Castro



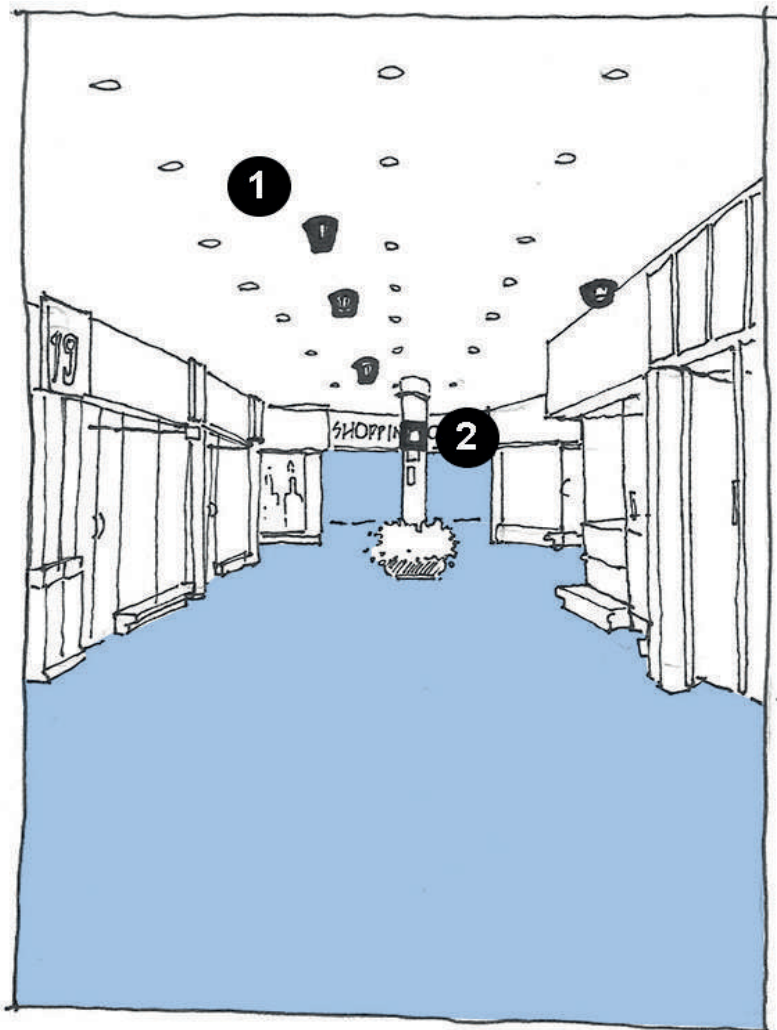


Fig. 3-15 (izquierda):

En los Pasillos interiores del C.C. Plaza encontramos diversos sistemas de control:

1. Cámaras de seguridad
2. Panel informativo de grabación con cámaras (arriba cartel tipo)

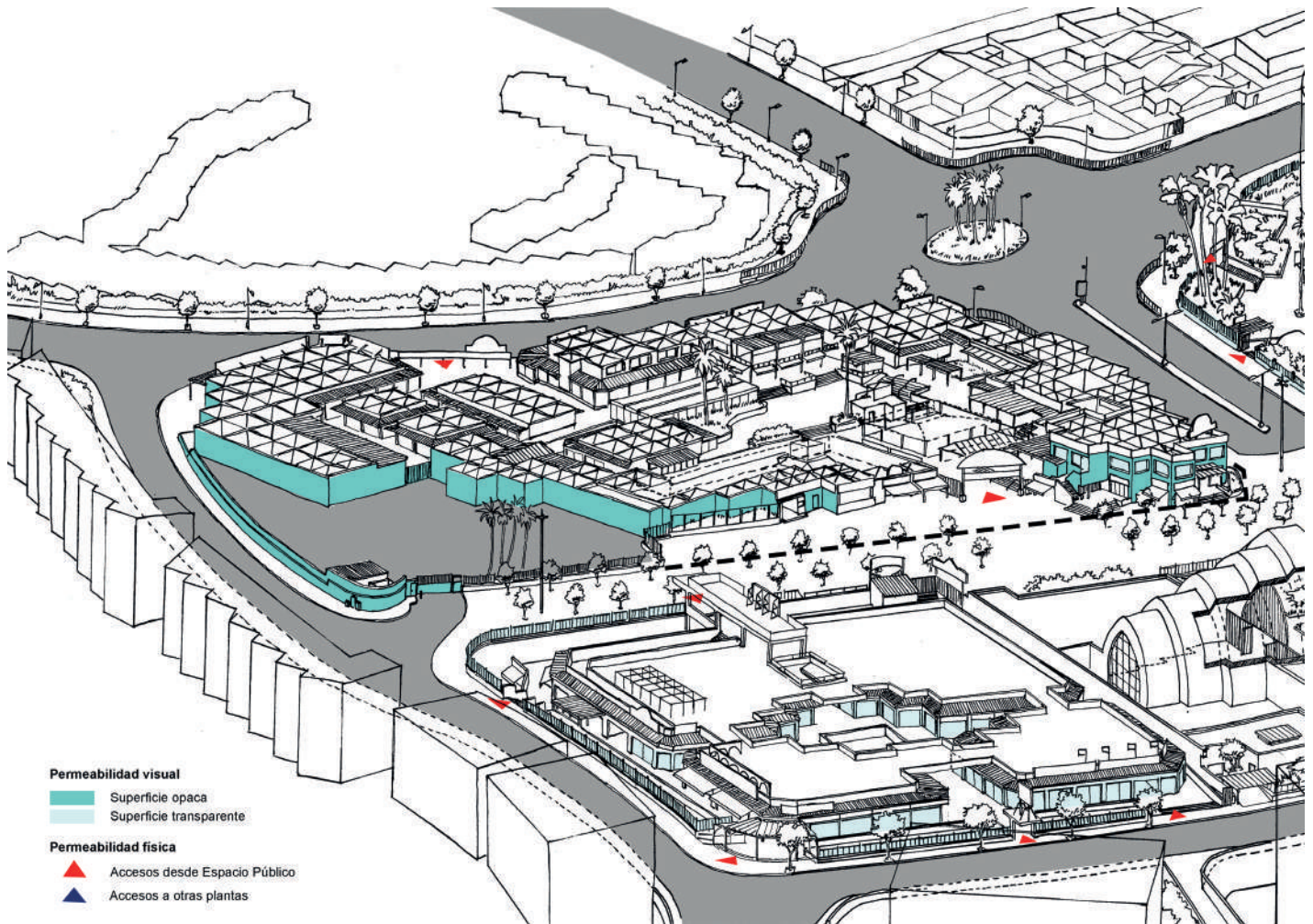
Fuente: O. De Castro

Los dos accesos del centro comercial Kasbah incorporan verjas que permiten cerrar el ingreso al mismo (Fig. 3-13).

El centro comercial Plaza solo incorpora puertas en los accesos a los corredores comerciales interiores (Fig. 3-14). De esta forma las tiendas pueden quedar independizadas de la actividad de ocio nocturno del patio y la plaza. Ambos espacios abiertos no presentan medidas de control de acceso.

Los dos centros comerciales incorporan normas de comportamiento y cámaras de seguridad (Fig. 3-15). En el caso del Plaza, se prohíbe acceder con animales, bicicletas, patines o hacer uso deportivo en sus zonas comunes.

El estado de abandono de centro comercial Metro no hace relevante analizar las medidas de control porque muchas zonas son inaccesibles.



Fuente: O. de Castro

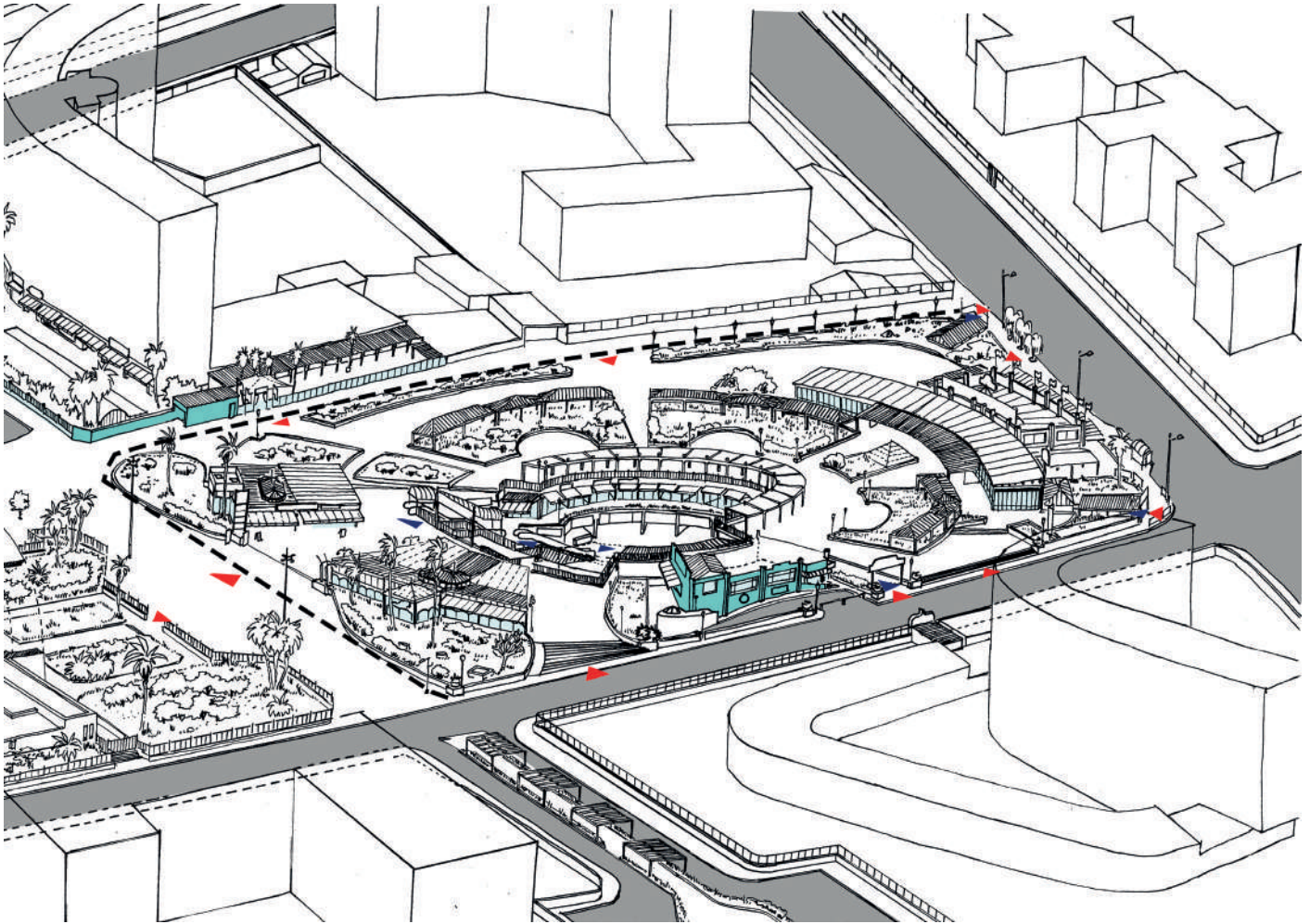
### Accesibilidad desde la calle

El centro comercial Kasbah tiene dos entradas principales y dos secundarias entre locales del perímetro. Las primeras se sitúan a ambos lados de la plaza interior. Una permite acceder desde la avenida y la otra desde el bulevar. El resultado es un eje de circulación que aporta un carácter pasante al edificio.

Pero los locales situados en el perímetro también se abren a la calle, lo que permite acceder a ellos sin entrar en el edificio.

El centro comercial Metro dispone de más entradas que la Kasbah, cinco habilitadas actualmente y dos cerradas.

## Permeabilidad física y visual (2.2)

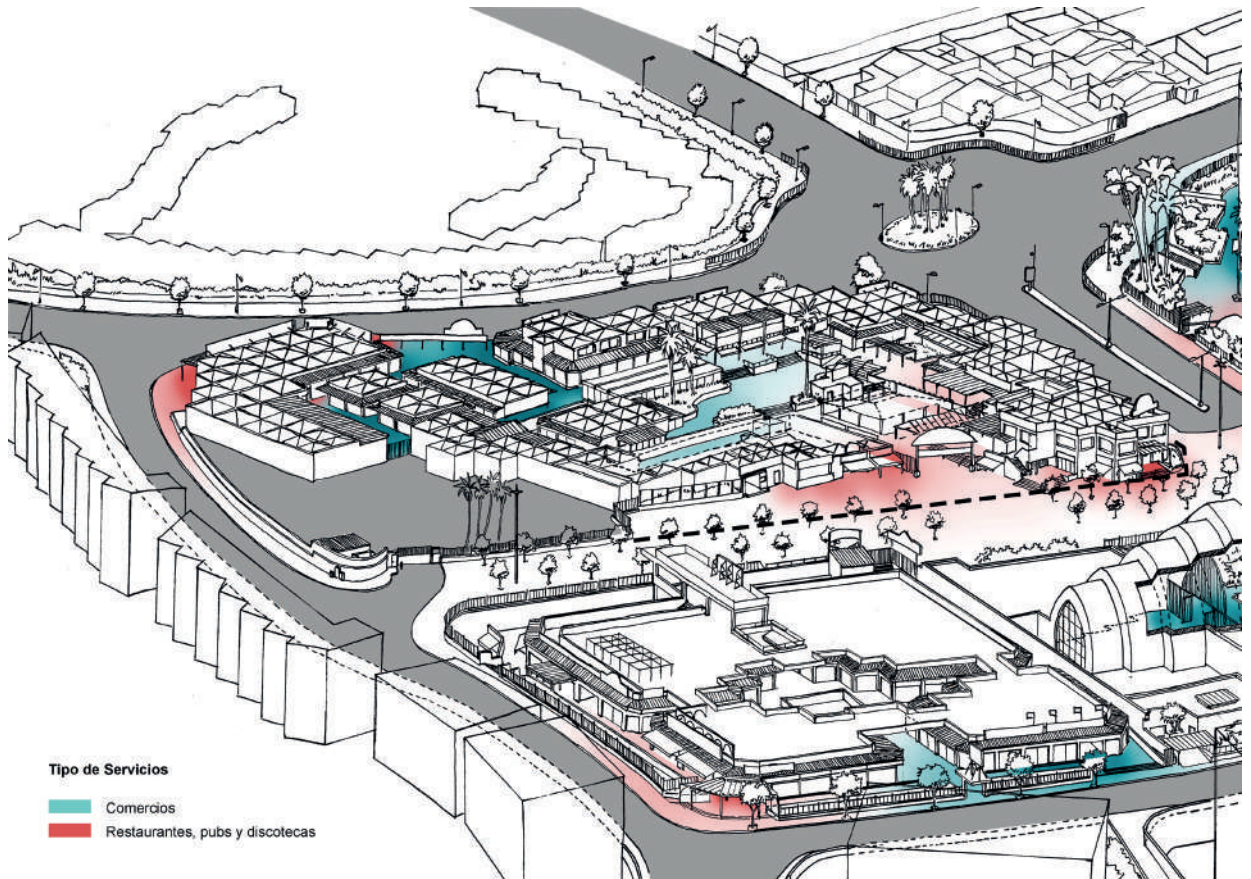


Plano. 3-05

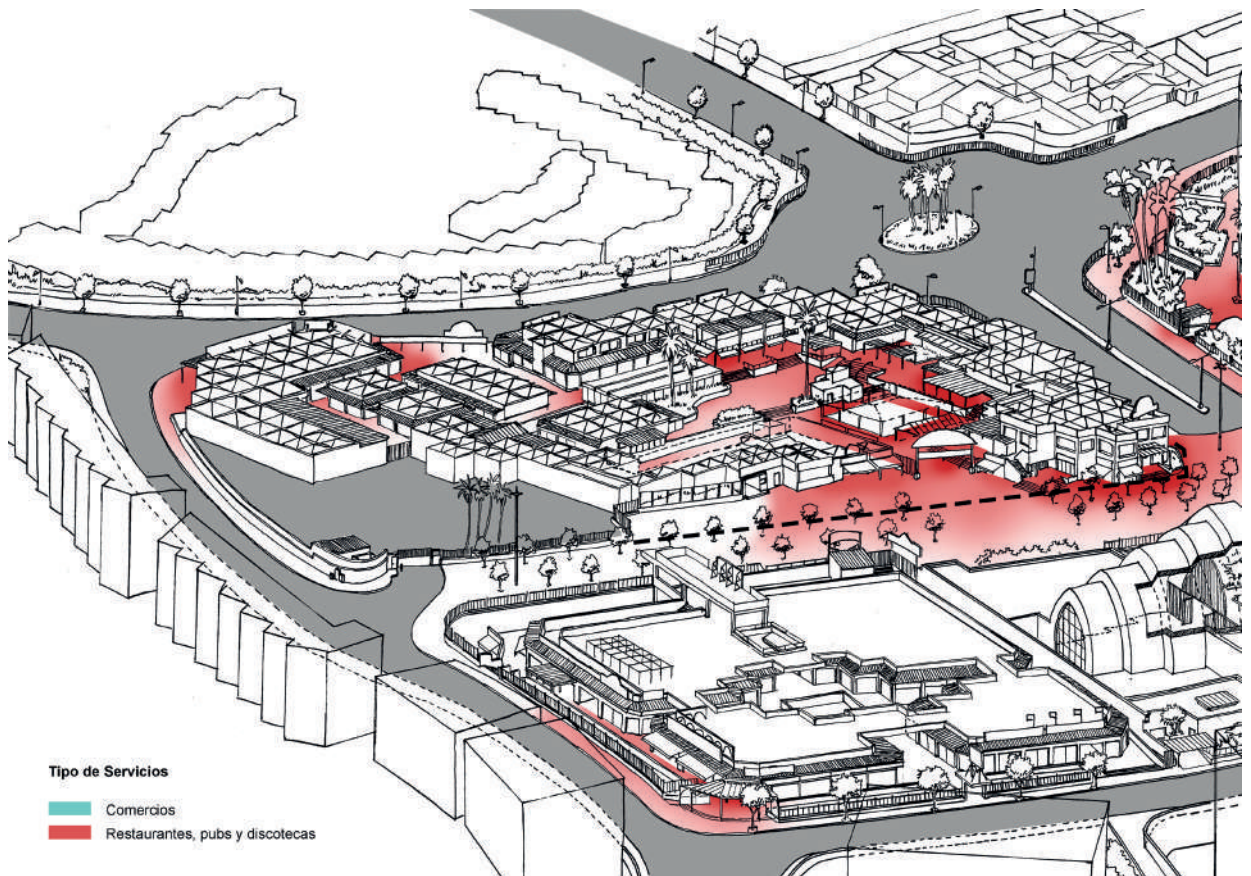
Los accesos requieren de pasarelas para salvar la zanja de separación entre el edificio y la calle. Ningún comercio es accesible directamente desde el espacio público.

La cubierta del centro comercial Plaza da acceso a los restaurantes situados en la misma. Desde aquí, una escalinata la conecta con la plaza o patio inferior desde donde se accede a los pubs. La cubierta no dispone de puertas hacia la calle por lo que existe una continuidad entre la acera y sus espacios libres.

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso



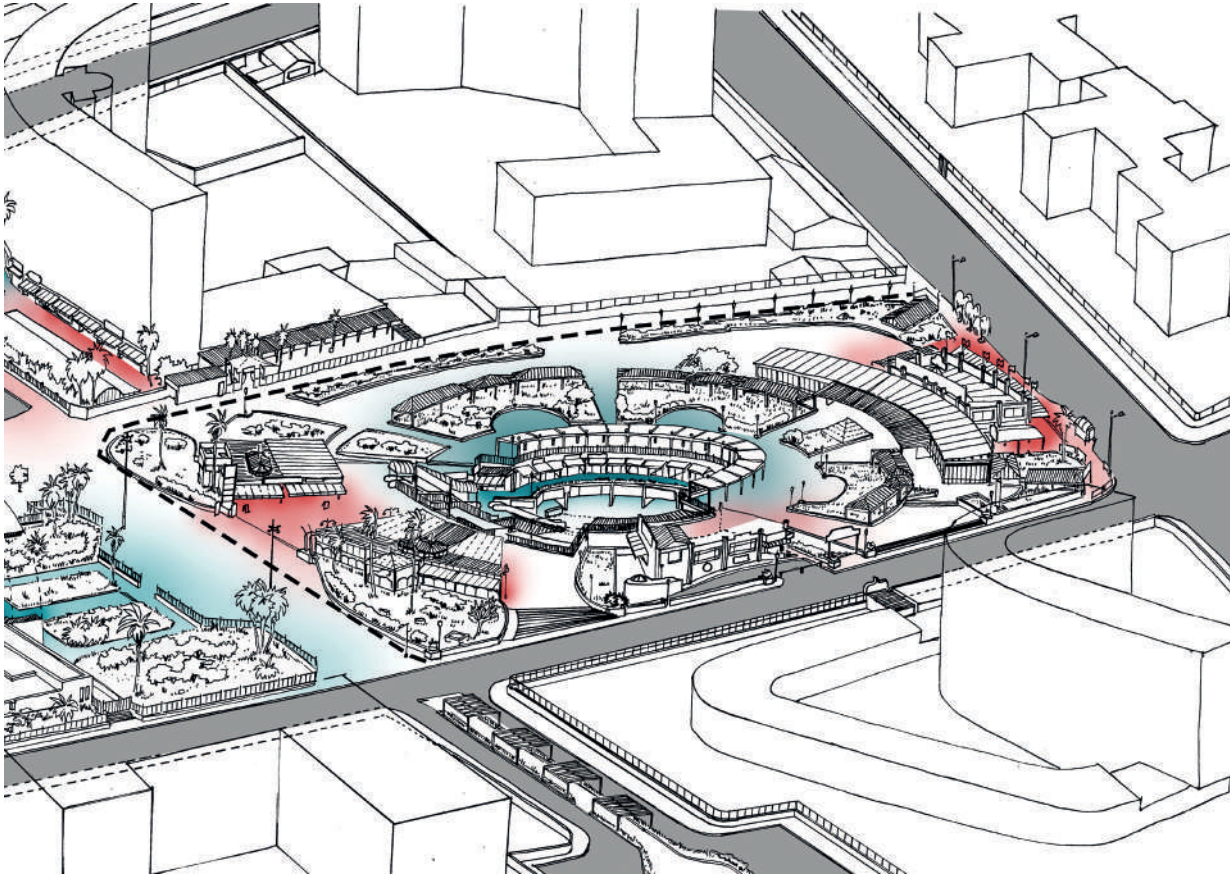
Fuente: O. de Castro



Fuente: O. de Castro

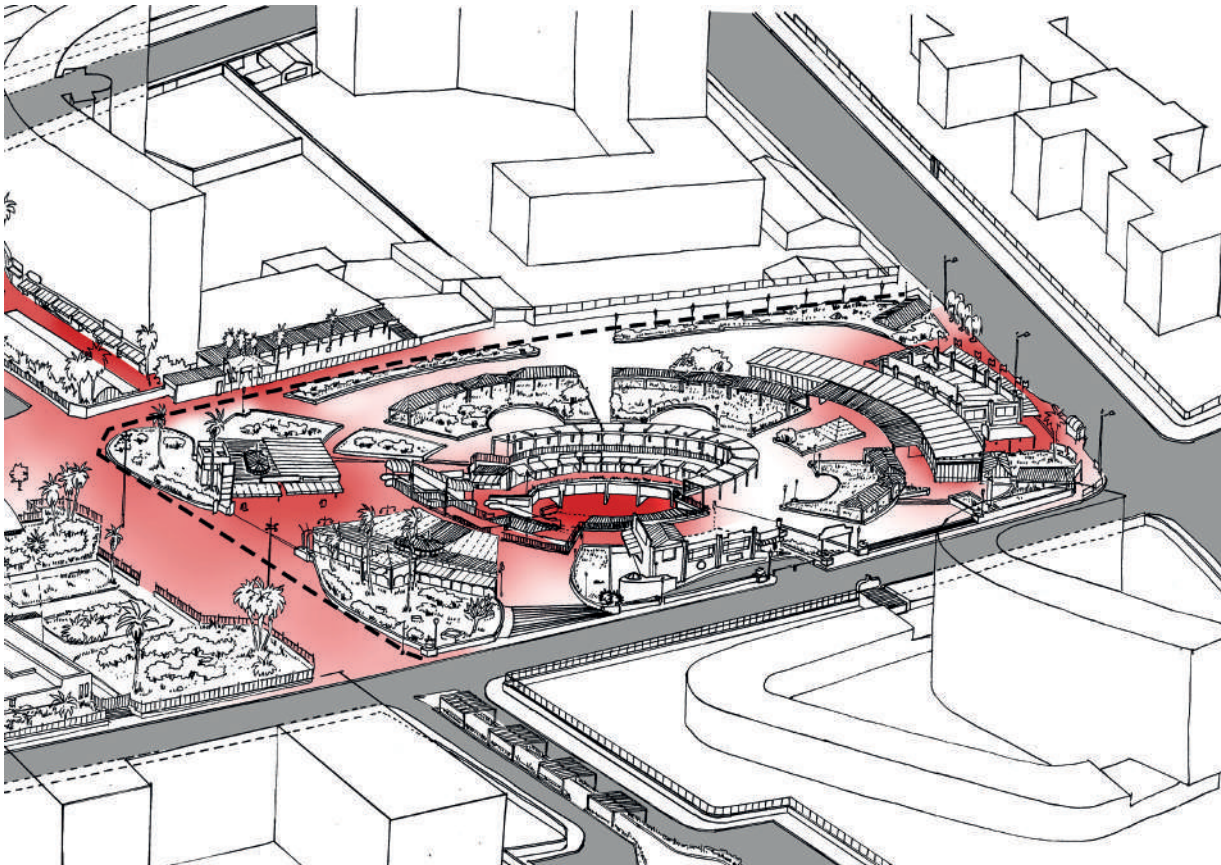


### Intesidad de uso diurno (3.1)



Plano. 3-06 A

### Intesidad de uso nocturno (3.1)



Plano. 3-06 B

### **Diferencias de usos entre el día y la noche**

Durante el día, los centros comerciales Plaza y Kasbah tienen una actividad moderada. En el primero, los locales comerciales bajo rasante pasan desapercibidos, aunque los abiertos al patio interior o a la calle son los que mejor funcionan. En la Kasbah la actividad es mayor debido a la presencia de comercios abiertos a la calle.

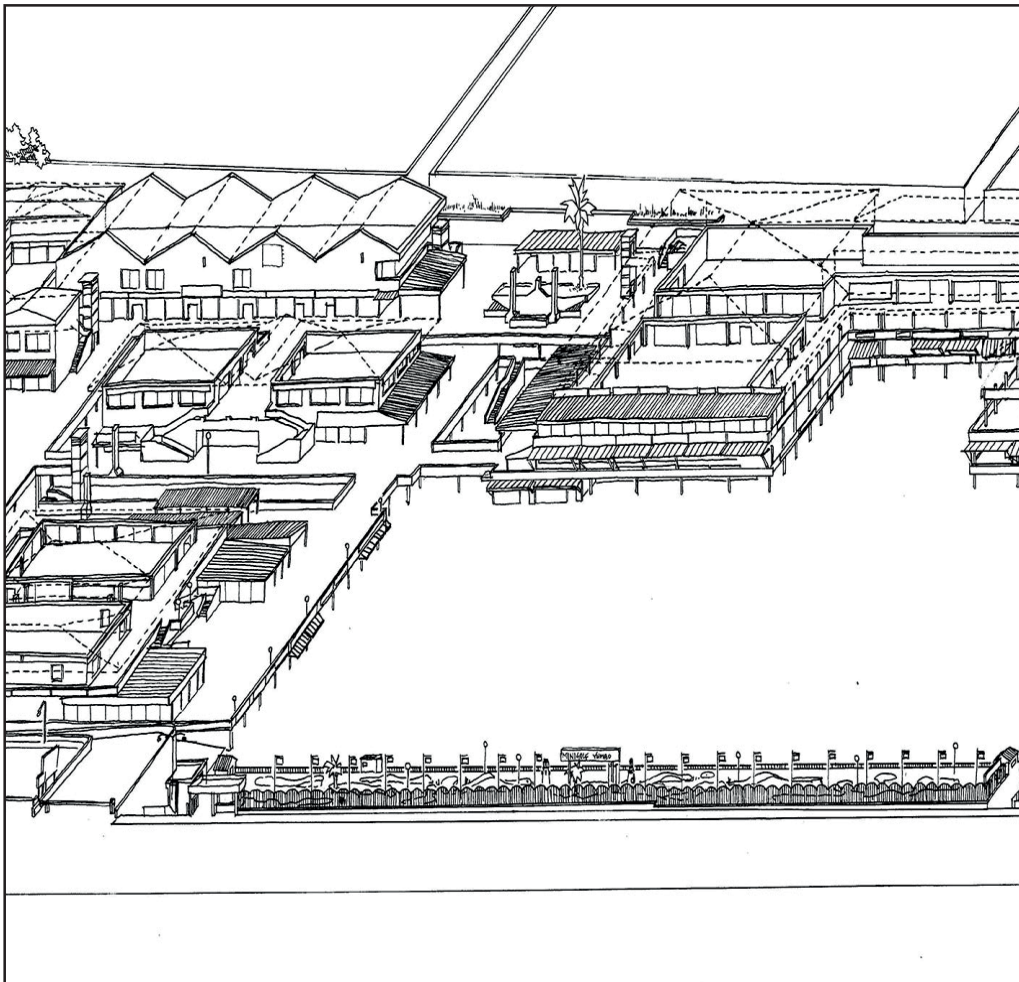
La actividad de estos dos centros comerciales es más intensa a partir de la tarde y se prolonga toda la noche hasta la madrugada por la restauración, los pubs y las discotecas. Como se muestra en el Plano 3-06B, tanto la plaza interior de la Kasbah como la del Plaza absorben la actividad principal de ocio.

En el caso del centro comercial Metro, su estado de semiabandono no hace relevante un análisis de intensidad de usos. Solo la esquina inferior muestra actividad debido a los únicos pubs que se mantiene abiertos.

La situación alejada de la playa reduce la frecuencia de paso durante el día, estando esta zona más enfocada al ocio nocturno.

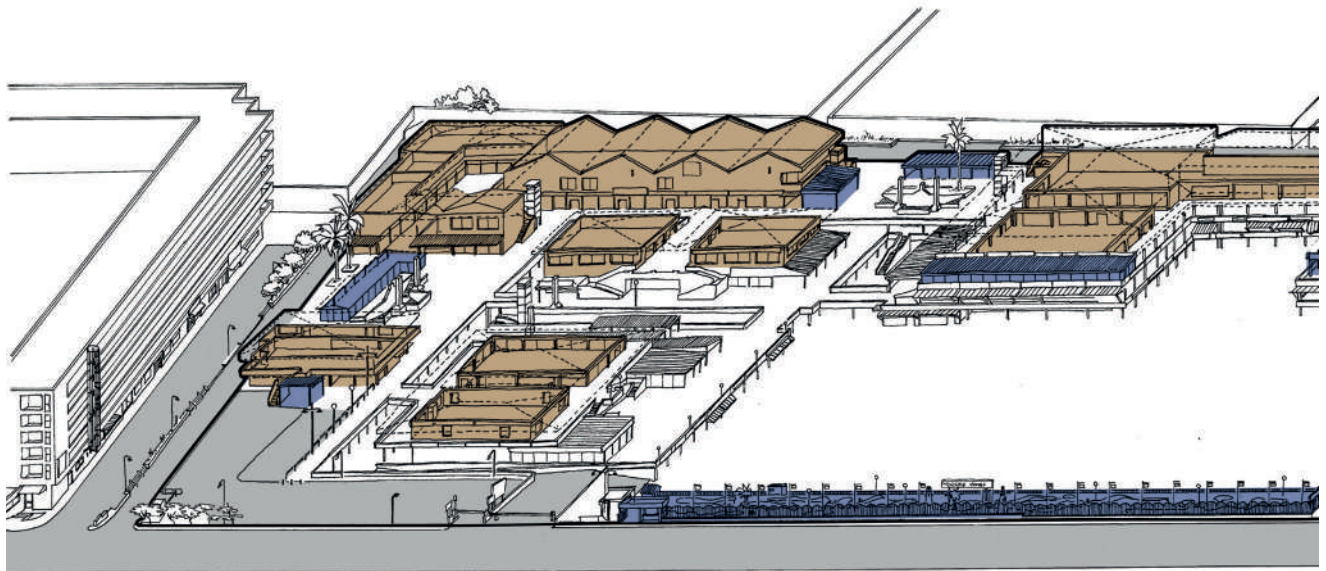
# CENTRO COMERCIAL YUMBO

Sector de Playa del Inglés

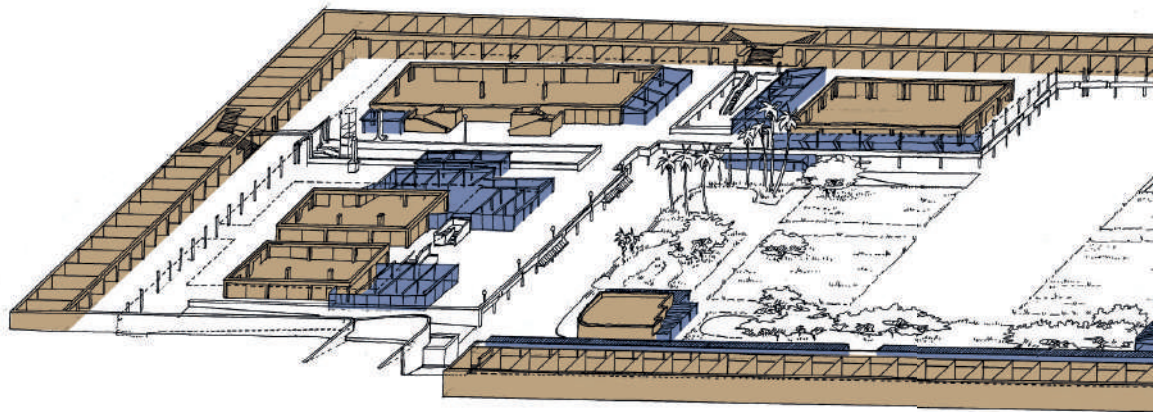


Caso de estudio 2

Planta baja



Planta -1 y -2

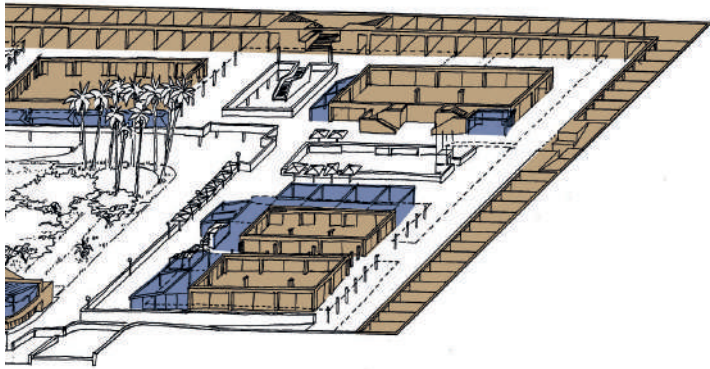
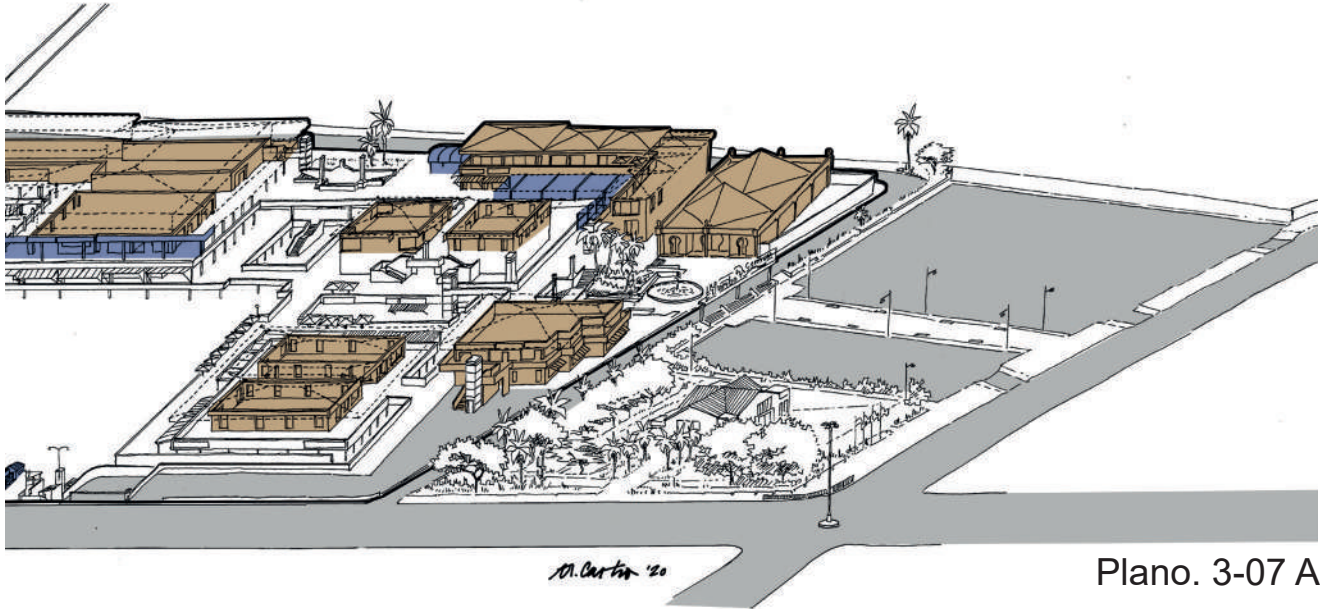


*Centro Comercial Yumbo, Playa del Mar*

**Volumetría**

- Estructura original
- Estructura ampliada

## Volumetría (1.1)



### Variaciones en la volumetría

El centro comercial Yumbo se conforma con volúmenes independientes que se organizan entorno a una plaza central en la planta -2. Cada edificio tiene un perfil distinto y la altura disminuye hacia la avenida y el patio. El resto de la volumetría bajo rasante queda oculta.

La comparación entre la sección original y la actual muestra los cambios de las ampliaciones informales (Fig. 3-11 y 3-12).

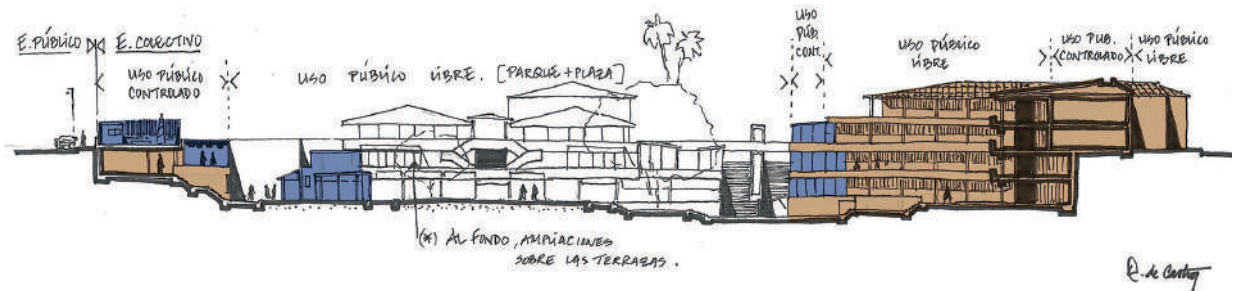
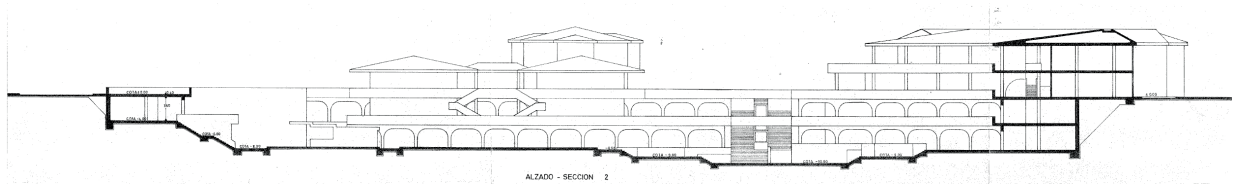
La volumetría es menor que en el caso de estudio anterior (C.C. Kasbah y Metro). La volumetría original no se desdibuja tanto y parte de las ampliaciones se prolongan sobre las terrazas, que son lo suficientemente grandes para absorberlas.

En la planta de acceso destaca la cubierta del volumen alargado que se alinea con la avenida. Originalmente era una plaza que servía de mirador del conjunto y era accesible desde la acera. En la actualidad la cubierta la ocupa un minigolf. No se han llevado a cabo ampliaciones, pero el vallado de tres metros de altura constituye una barrera.

En las plantas inferiores, las ampliaciones se concentran principalmente en las terrazas escalonadas que se abren sobre el patio: Las fachadas interiores son las que sufren más modificaciones. Los actuales cerramientos acristalados en el edificio central muestran una imagen maciza, muy alejada del juego inicial de bandejas en vuelo.

En la sección original (Fig. 3-11) los pasillos perimetrales discurren bajo un peristilo que aporta profundidad a las fachadas y permite un recorrido comercial a la sombra. Actualmente esta ocupado por acristalamientos y toldos que afectan a la relación visual entre espacios (Fig. 3-12).

## Volumetría-sección



Plano. 3-08

Fig. 3-11 (arriba):

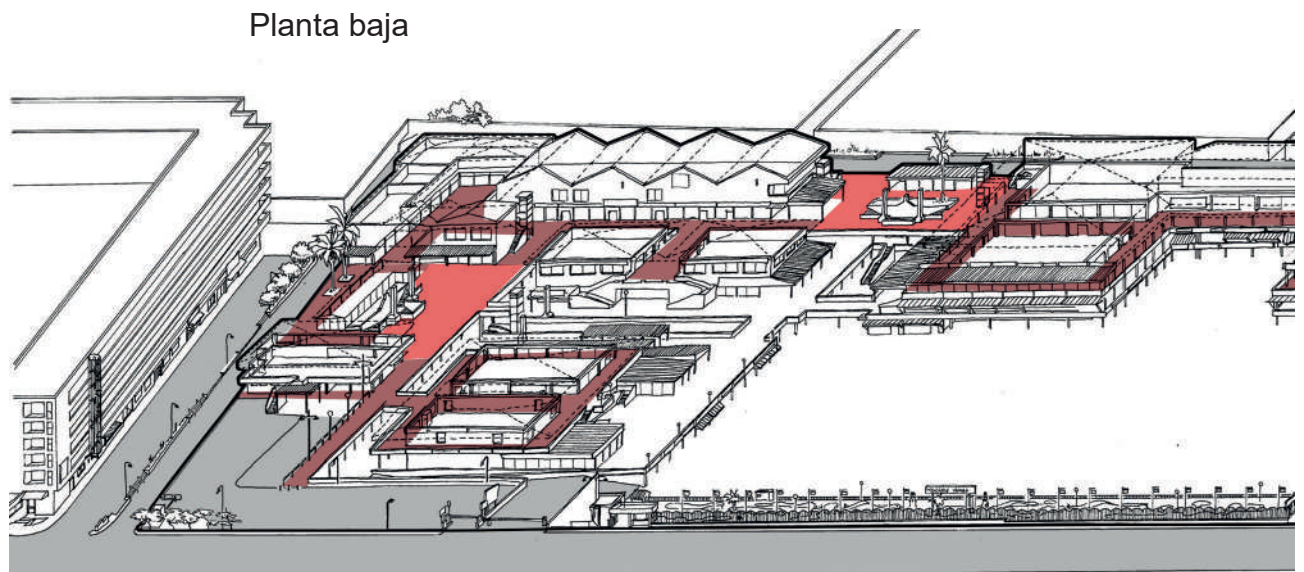
Sección transversal original del centro comercial Yumbo. La sección muestra la avenida a la izquierda con la cubierta mirador del volumen enterrado junto a la acera y la topografía de la plaza central.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana.

Fig. 3-12 (abajo):

Sección transversal actual del centro comercial Yumbo con las ampliaciones en azul.

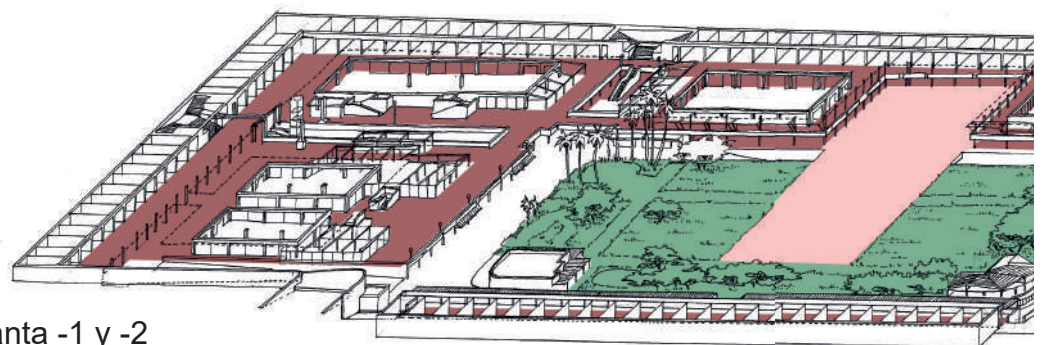
Fuente: O. De Castro



CENTRO COMERCIAL YUMBO, PLAYA DEL INRIECO

Tipos de Espacios Colectivos:

- Plaza
- Pasillo
- Distribuidor
- Área ajardinada



Planta -1 y -2

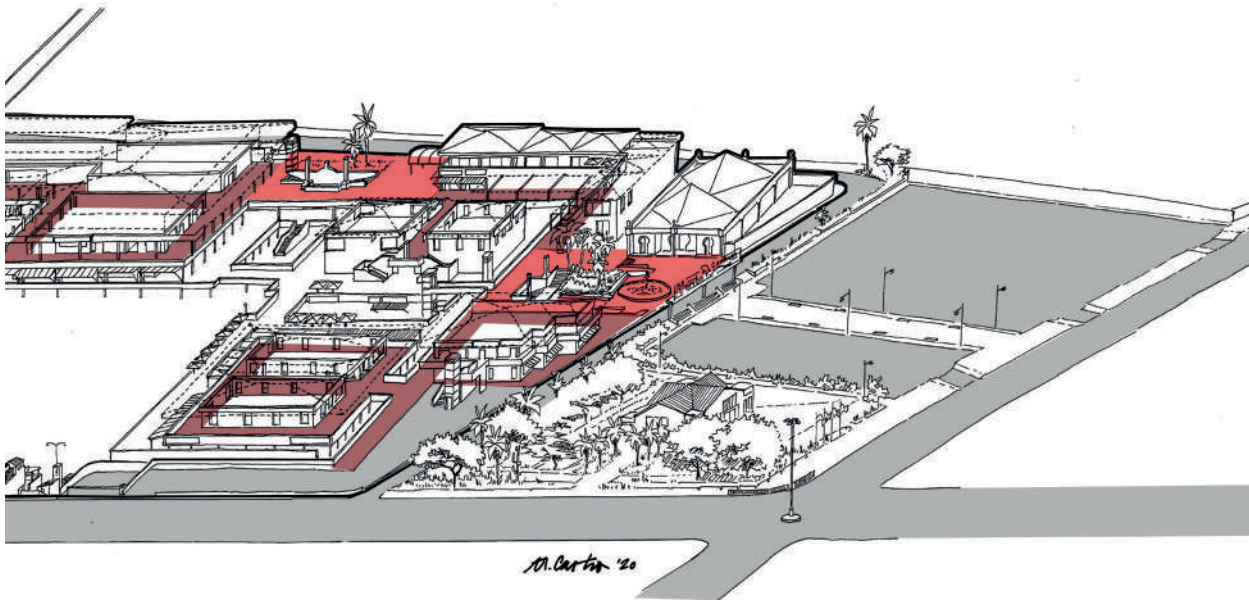
### Complejidad espacial

El centro comercial Yumbo combina volúmenes de distinto tamaño y forjados a modo de bandeja en torno a la plaza central. Esta interacción genera otras plazas pequeñas, distribuidores, terrazas y pasillos. Todos los encuentros se resuelven con ángulos de 45 grados, pero gracias a los recortes de los forjados y las dobles alturas consiguen una tridimensionalidad que permiten vistas cruzadas.

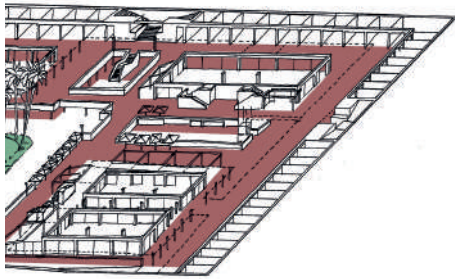
Los espacios varían según la planta (alta, intermedia o baja). En la planta alta o de acceso hay mayor presencia de espacios descubiertos, ya que éstos discurren entre edificios. Además, son los espacios interiores encargados de conectar con la calle.



## Espacio colectivos abiertos (1.2)



Plano. 3-09 A



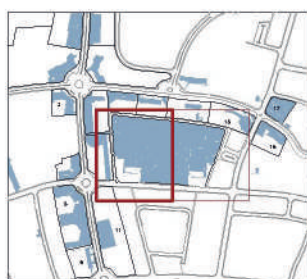
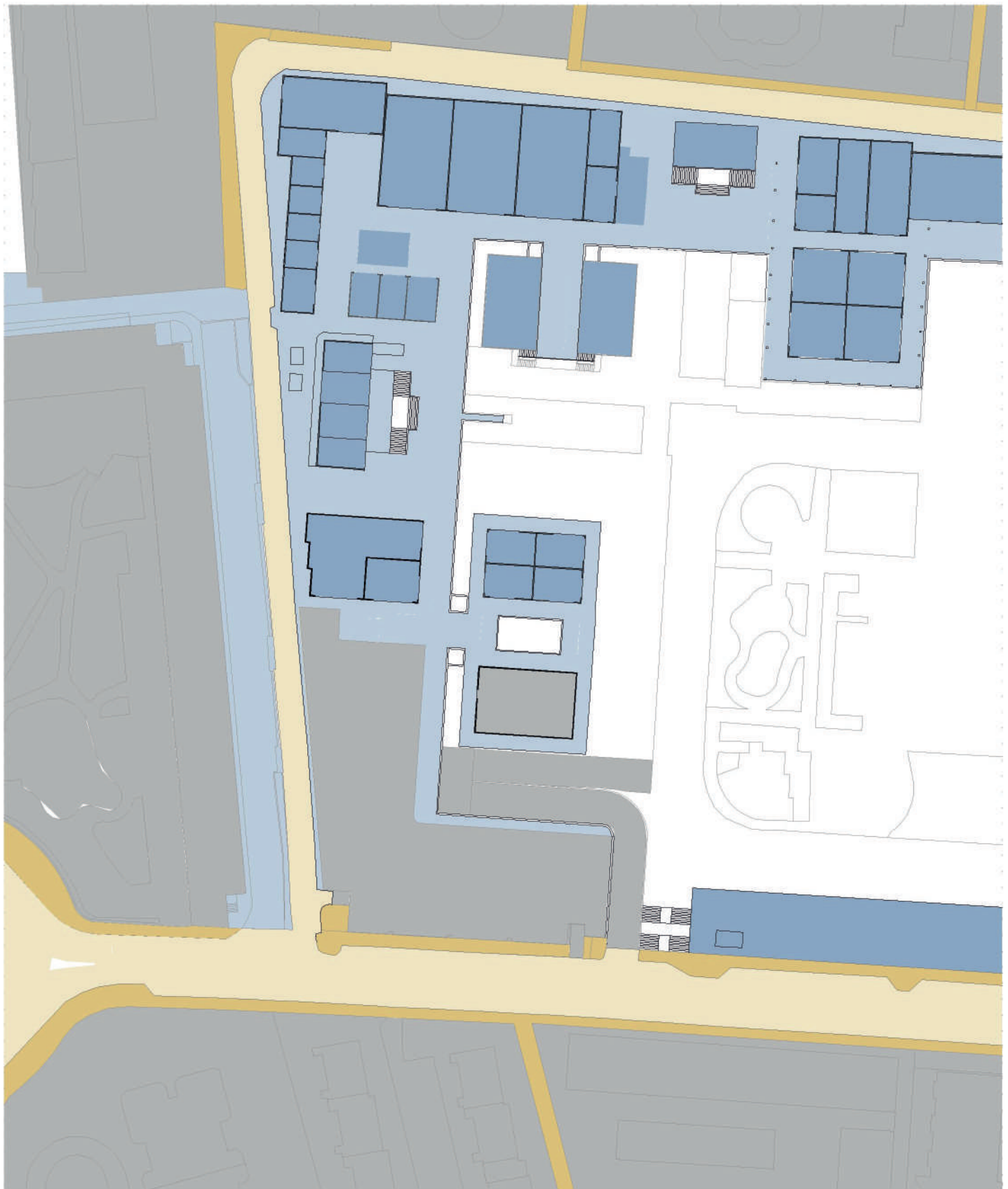
Plano. 3-09 B

En la planta intermedia (-1), estos mismos pasillos crean un pasaje comercial cerrado, al estar cubierto, pero disponen aperturas laterales de manera puntual hacia las terrazas y desde ahí conectan con la plaza central.

La planta baja (-2) es prácticamente una plaza ajardinada con un peristilo perimetral que incorpora locales. La presencia de una vía rodada de servicio entre los comercios y la plaza conforma un corte que los desconecta.

Este centro comercial incorpora calles, jardines, plazas y galerías comerciales lo que recrea un fragmento de ciudad e incita al turista a moverse con libertad. Las dobles alturas y las vistas cruzadas multiplican la sensación de espacialidad del conjunto.

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso

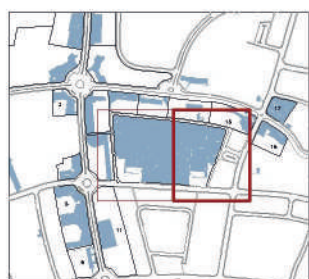
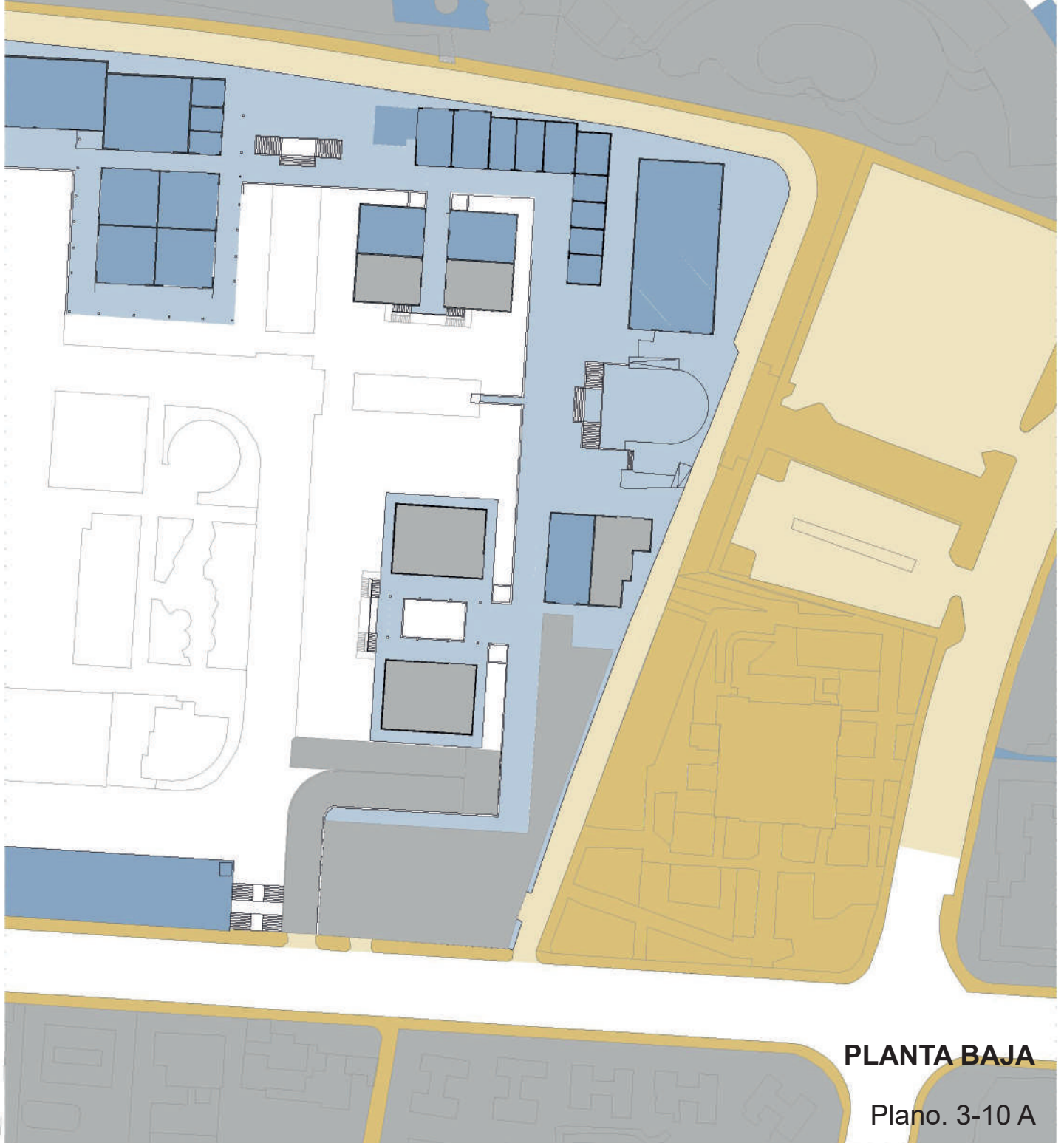


0 100 m e. 1/ 1000

Caso de estudio

- Espacio público
- Uso público libre peatonal
  - Uso público libre rodado
- Espacio colectivo
- Uso público libre
  - Uso público controlado

## Gradiente publicidad-privacidad (2.1)

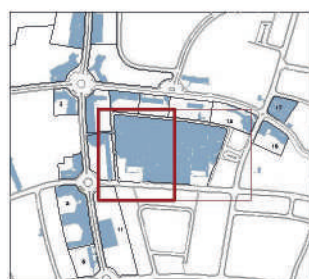
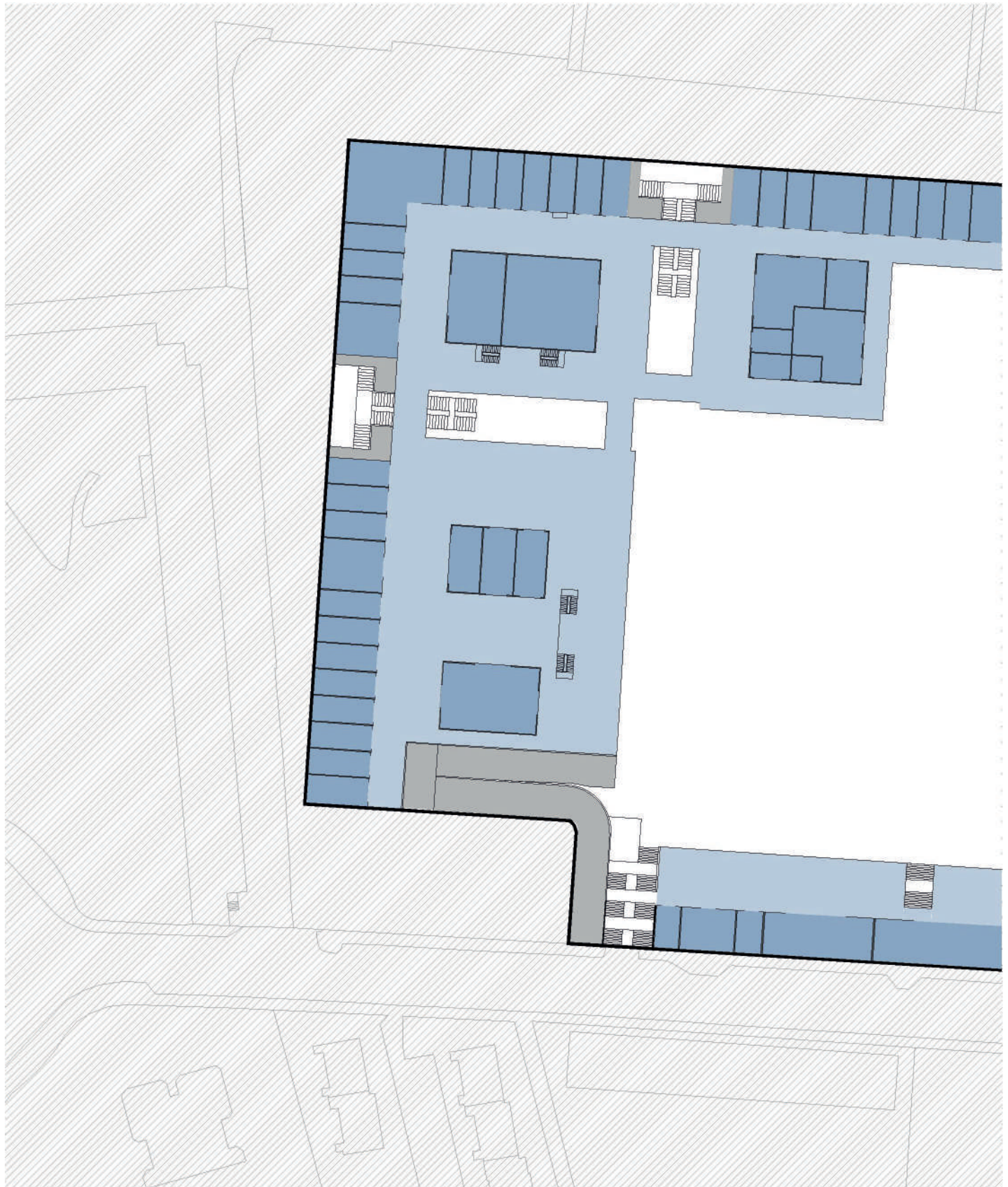


0 100 m e. 1/ 1000

- Espacio público
- Uso público libre peatonal
  - Uso público libre rodado
- Espacio colectivo
- Uso público libre
  - Uso público controlado

Caso de estudio

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso

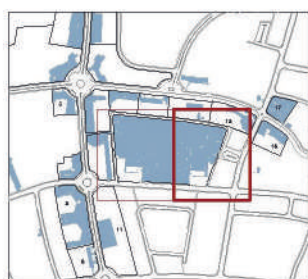
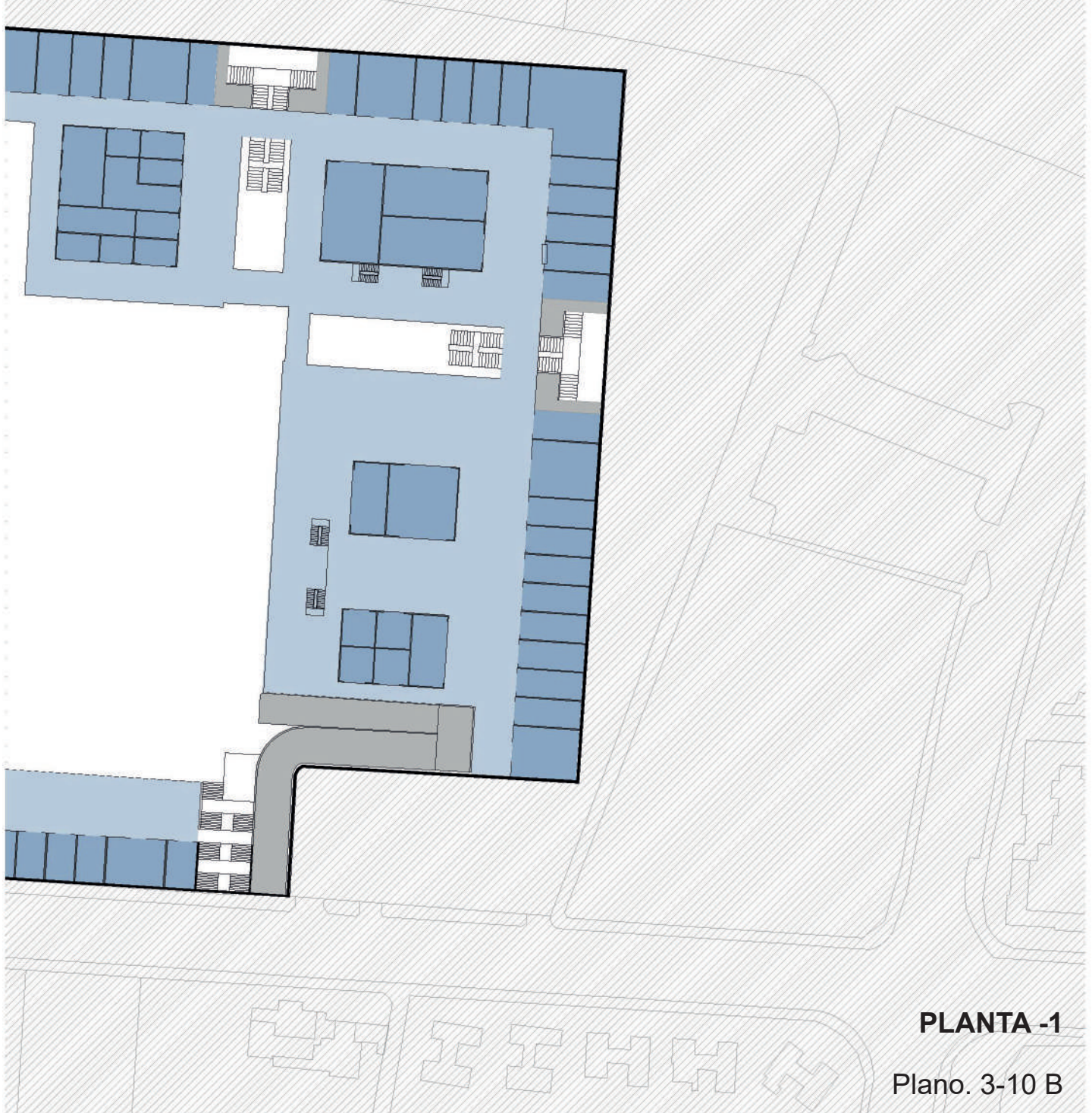


0 ——— 100 m e. 1/ 1000

- Espacio público
- Uso público libre peatonal
  - Uso público libre rodado
- Espacio colectivo
- Uso público libre
  - Uso público controlado

Planta -1

## Gradiente publicidad-privacidad (2.1)

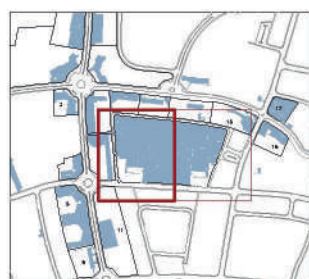
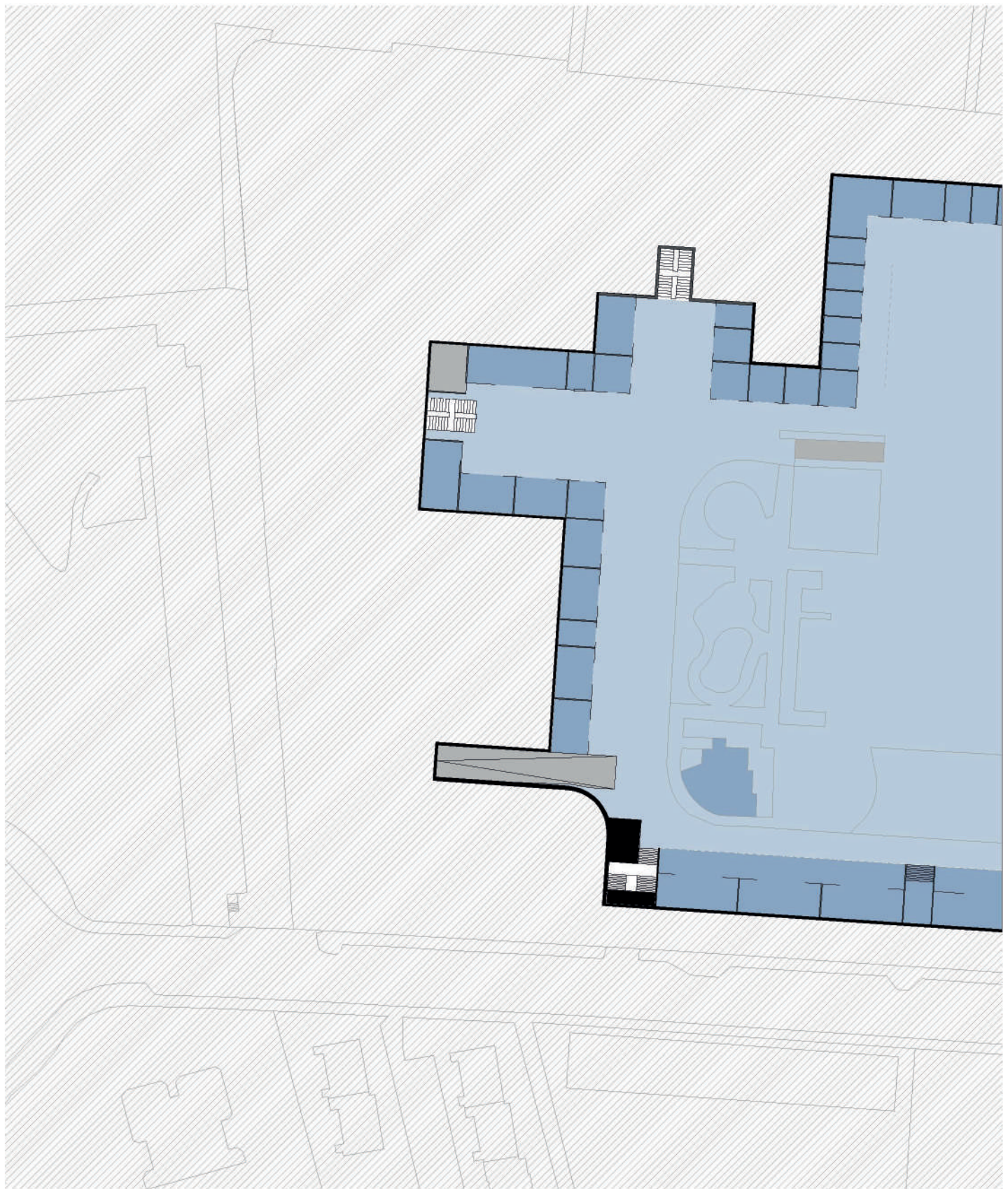


0 100 m e. 1/ 1000

- Espacio público
- Uso público libre peatonal
  - Uso público libre rodado
- Espacio colectivo
- Uso público libre
  - Uso público controlado

Planta -1

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso

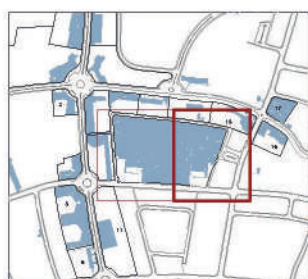
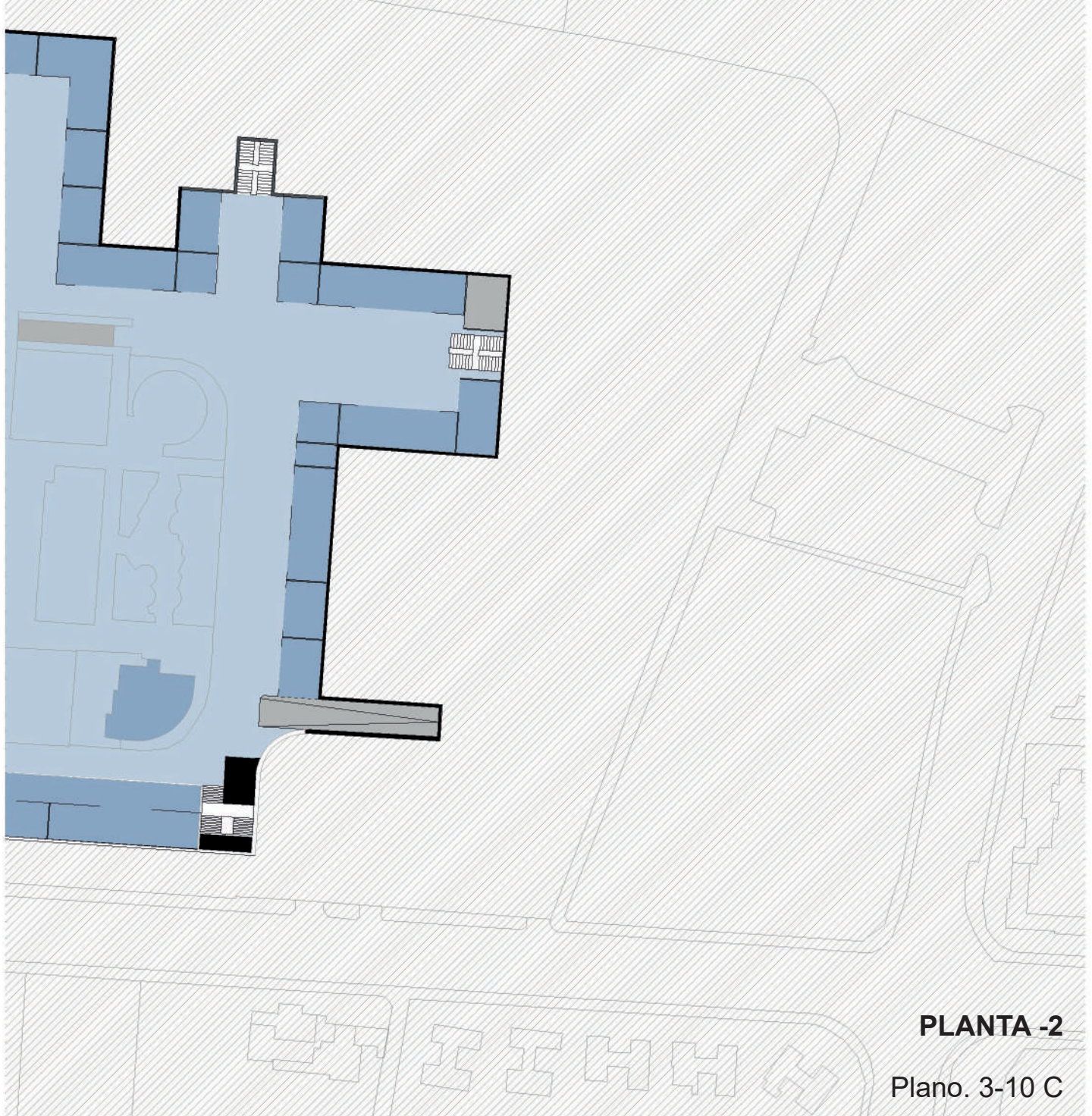


0 100 m e. 1/1000

- Espacio público
- Usos públicos libres peatonal
  - Usos públicos libres rodado
- Espacio colectivo
- Usos públicos libres
  - Usos públicos controlados

Planta -2

## Gradiente publicidad-privacidad (2.1)



0 100 m e. 1/ 1000

Espacio público

— Uso público libre peatonal

— Uso público libre rodado

Espacio colectivo

— Uso público libre

— Uso público controlado

Planta -2

### **Control sobre el turista y libertad de movimiento**

La variedad de espacios para pasear, descansar y reunirse es amplia. Los espacios de libre circulación dibujados en azul claro son numerosos y existe un equilibrio con la proporción de locales. Esto no ocurre en otros centros comerciales, como vimos en la Kasbah o el Metro. Por lo general la mayoría del espacio se reduce a pasillos, algo que aquí no ocurre.

Si comparamos las plantas entre sí, el nivel de acceso y el nivel -2, donde está la plaza central, disponen de espacios menos restrictivos a la hora de imponer un recorrido. Por su parte, la planta -1 ejerce una mayor rigidez de movimiento sobre el turista debido a la direccionalidad de los pasillos.



## Elementos de control (2.1b)

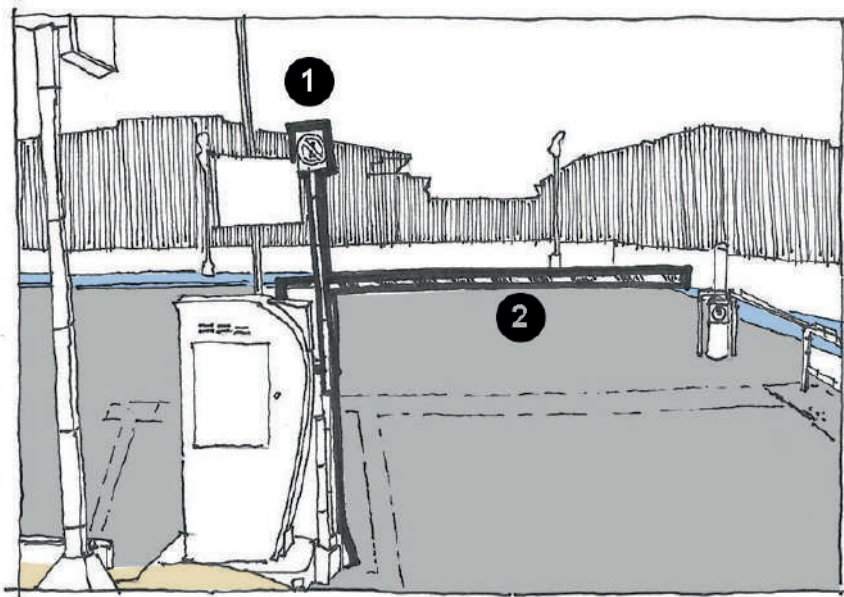


Fig. 3-14:

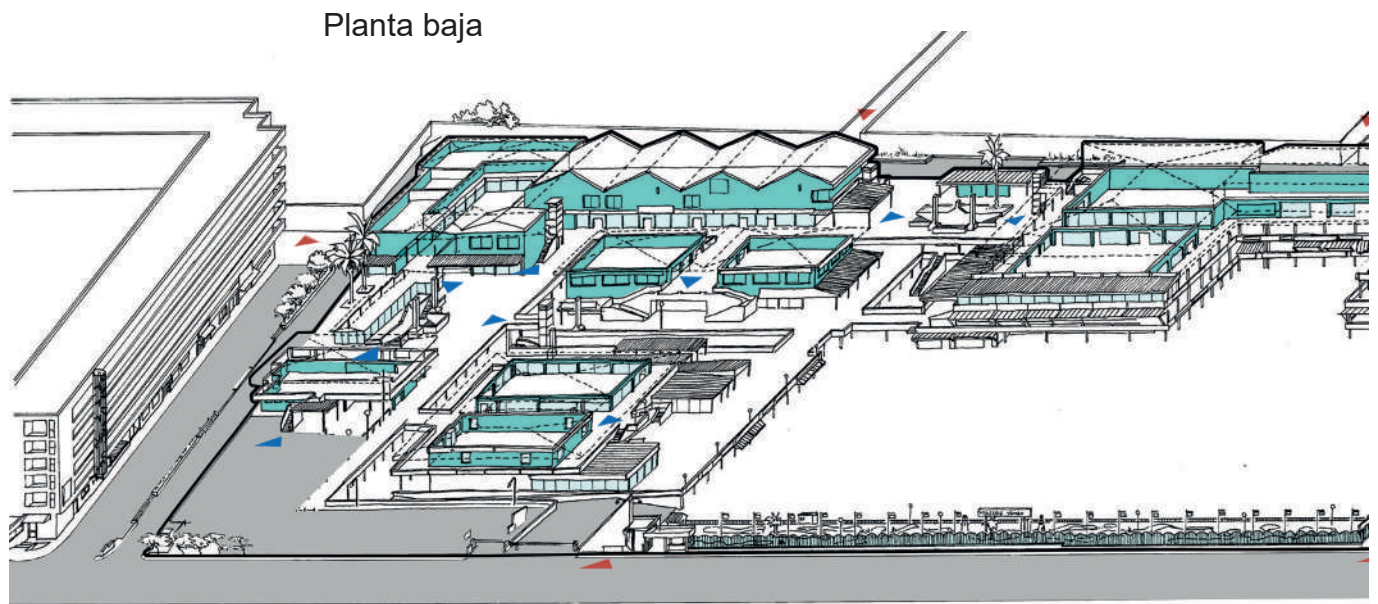
Elementos informativos y barreras físicas que prohíben el paso peatonal:

1. Cartel de prohibido acceso peatonal
2. Barrera de control

Fuente: O. De Castro

En el centro comercial existen cámaras y vigilantes de seguridad, sin embargo, se permite el acceso las 24 horas al carecer de elementos pasivos de control, como puertas.

Las vallas de seguridad y muretes dispuestos en los aparcamientos acaban funcionando como barreras físicas para los peatones. Como se apuntó anteriormente, los aparcamientos son utilizados como acceso peatonal a pesar de la presencia de carteles que lo prohíben expresamente (Fig.3-14).



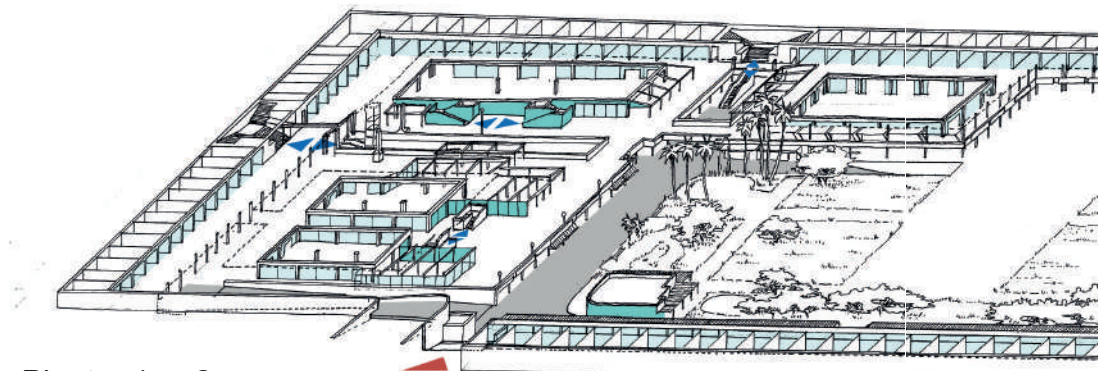
*CENTRO COMERCIAL YUMBO, PLAYA DEL INAGUÁ*

**Permeabilidad visual**

- Superficie opaca
- Superficie transparente

**Permeabilidad física**

- Accesos desde Espacio
- Accesos a otras plantas

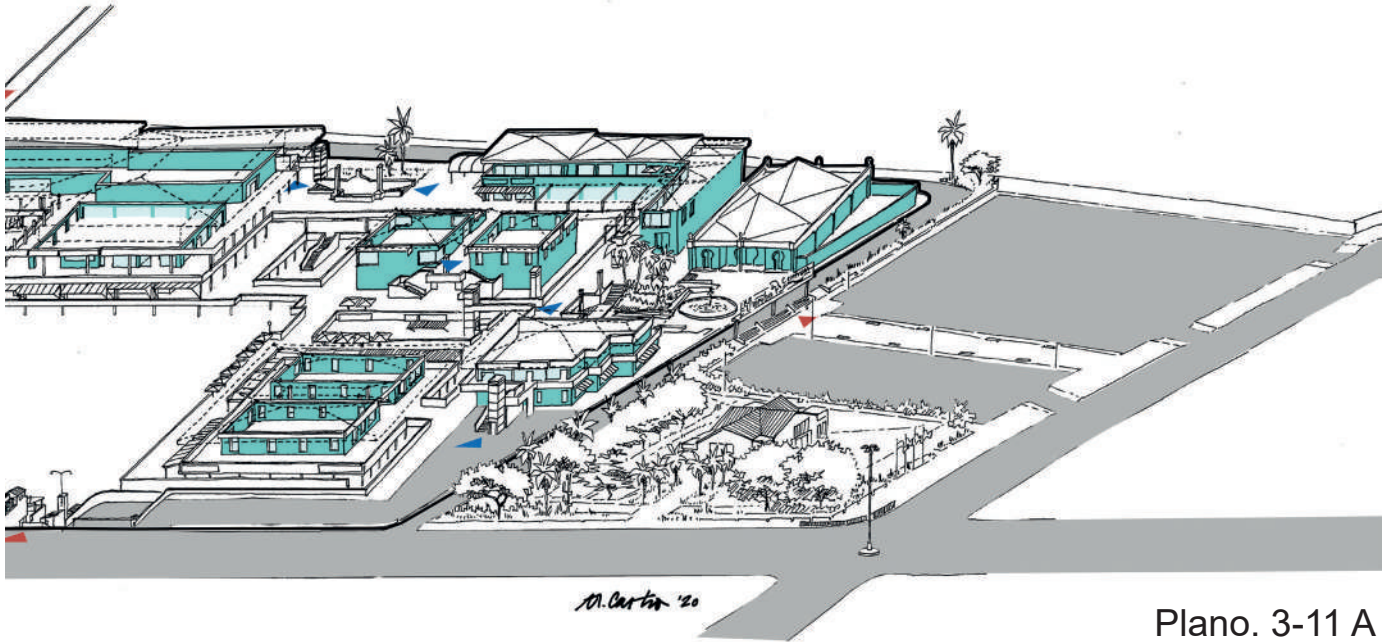


Planta -1 y -2

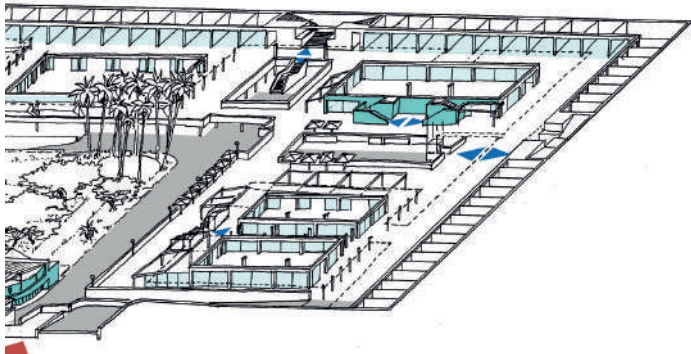
### Accesibilidad desde la calle

El centro comercial no dispone de espacios para relacionarse con la calle o los bajos comerciales de otros edificios. Pese a tener pasillos abiertos al perímetro en la planta baja, esto no se traduce en una alta permeabilidad. Los accesos directos desde la calle son tres; y para acceder a otros pasillos hay que sortear barreras y muros, que encierran el aparcamiento y el anillo de rodadura. Los únicos puntos de ingreso al conjunto desde la acera son dos escaleras situadas en la avenida principal; el resto requiere de pasos de peatones para atravesar la calle de servicio perimetral.

## Permeabilidad física y visual (2.2)



Plano. 3-11 A



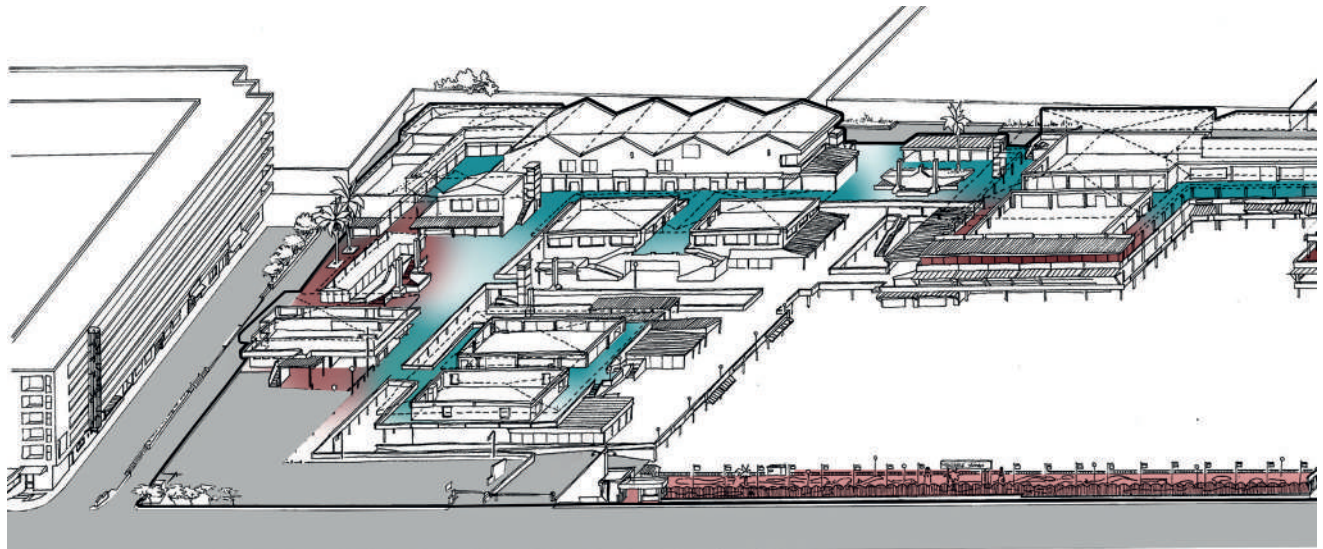
Plano. 3-11 B

Los aparcamientos interrumpen una conexión directa entre la acera y los pasillos interiores. Estos no son para tránsito peatonal y están controlados con seguridad, sin embargo, los turistas los atraviesan constantemente para acceder al centro y evitar las escaleras. En este caso, las categorías para clasificar los espacios resultan rígidas, ya que no siempre son usados con el fin para el que se diseñan.

En general, con los dos aparcamientos, la vía rodada perimetral de servicio y las dos rampas que dan acceso a otro anillo de rodadura en la planta -2 se prioriza el acceso desde el vehículo y en menor grado el del peatón.

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso

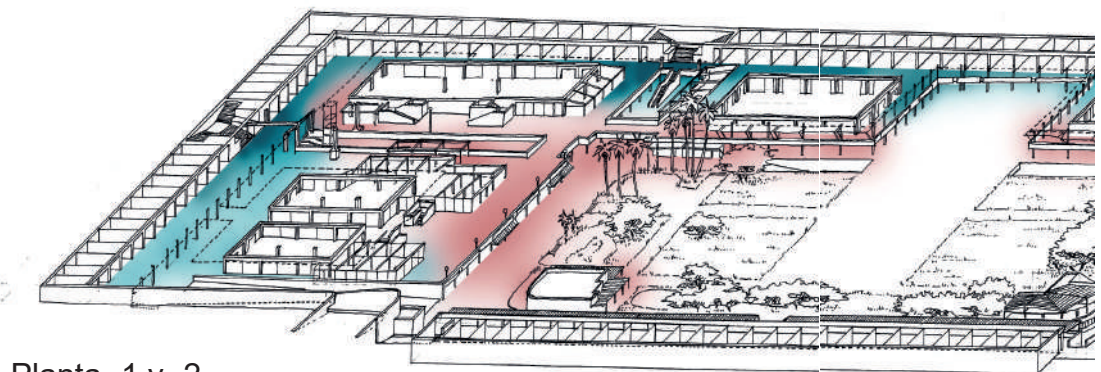
Planta baja



*Centro Comercial Yumbo, Playa del Insólito*

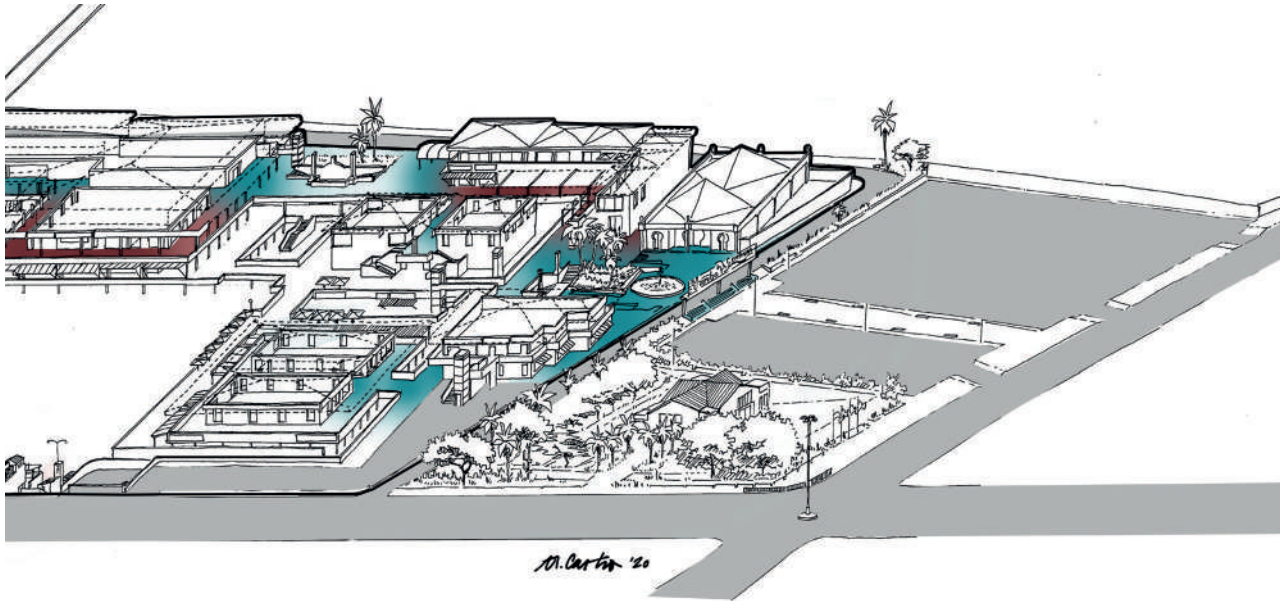
**Tipo de Servicios**

- Comercios
- Restaurantes, pubs y discotecas

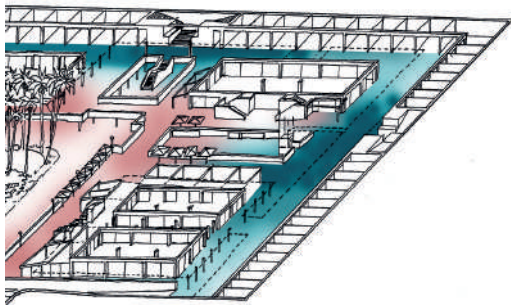


Planta -1 y -2

## Intensidad de uso diurno (3.1)



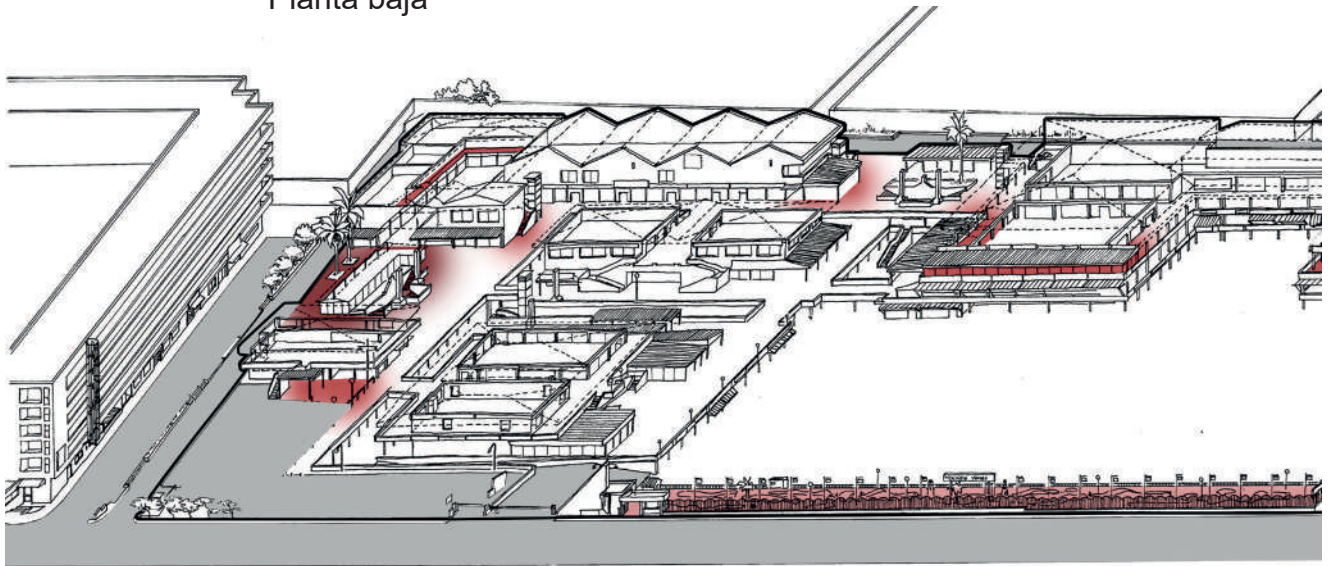
Plano. 3-12 A1



Plano. 3-12 A2

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso

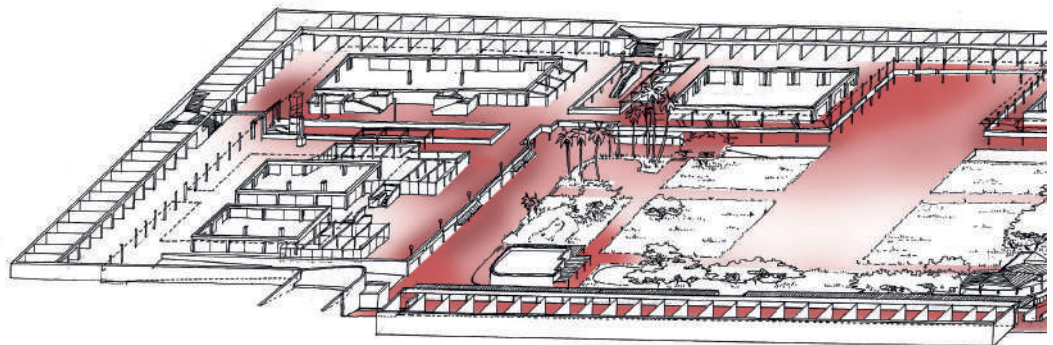
Planta baja



*Centro Comercial YUMBO, PLAYA DEL INGLÉS*

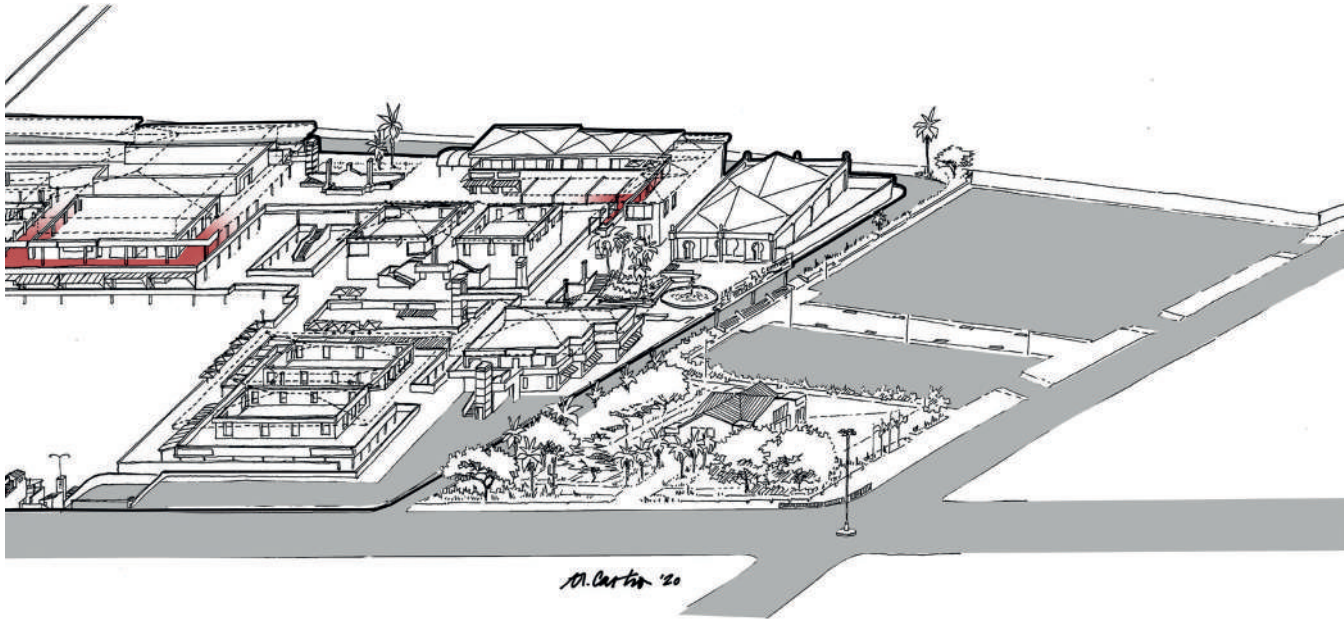
**Tipo de Servicios**

- Comercios
- Restaurantes, pubs y discotecas

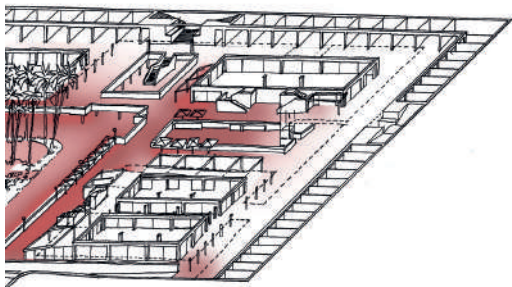


Planta -1 y -2

## Intensidad de uso nocturna (3.1)



Plano. 3-12 B1



Plano. 3-12 B2

### **Diferencia de usos entre el día y la noche**

El centro comercial Yumbo es uno de los más activos de Playa del Inglés. Aporta una amplia oferta de servicios comerciales y de ocio: moda, souvenir, salas recreativas, cafeterías y restauración. Además, es un centro especializado para la comunidad gay.

Al igual que el resto de centros comerciales en el interior del ámbito, su actividad se intensifica por la noche. Existen marcadas diferencias en la intensidad de uso de cada planta según el momento del día.

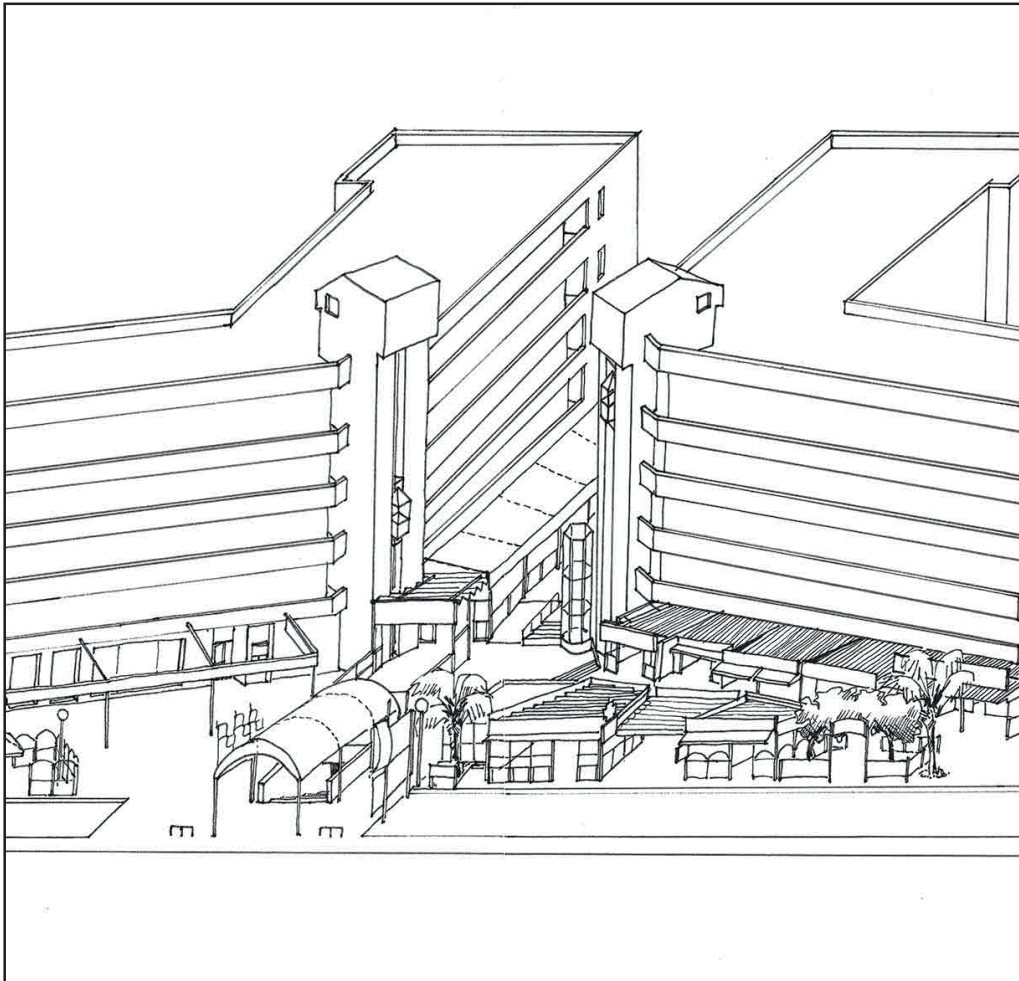
La planta de acceso y la -1 acumulan la oferta comercial minorista, mientras que la planta -2 y parte de la -1 concentran el ocio nocturno y la restauración. Esto se refleja en el análisis diurno (Plano 3-12 A) y nocturno (Plano 3-12 B).

Durante el día algunas actividades vinculadas al ocio como la restauración (indicadas en rojo) comparten horario y espacio con la comercial minorista. Por la noche la actividad comercial desaparece y se convierte en epicentro de la actividad de ocio nocturno de la comunidad gay.

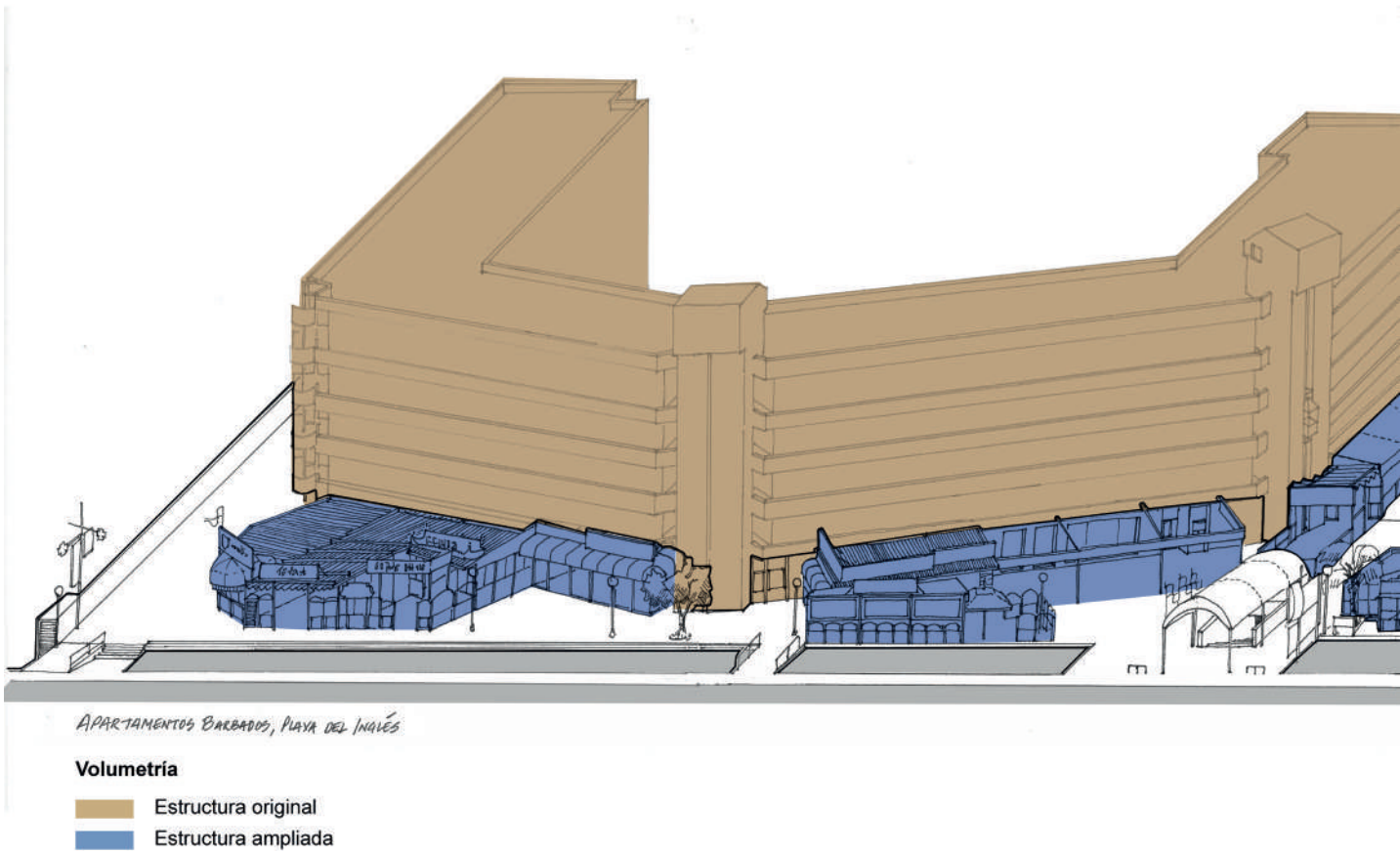


# APARTAMENTOS BARBADOS

Sector de Playa del Inglés



Caso de estudio 3

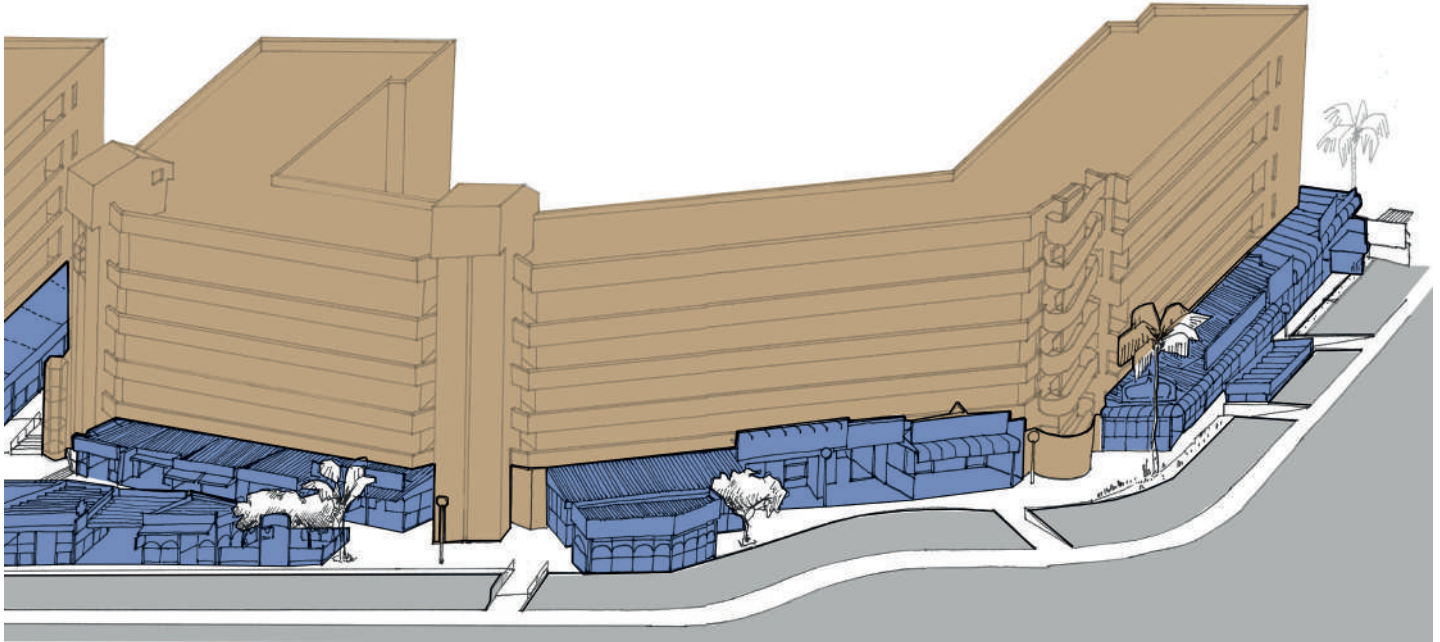


### Variaciones en la volumetría

El complejo de apartamentos Barbados, en la avenida de Tirajana, está compuesto por dos bloques en forma de U que liberan espacio hacia la calle al retrasarse. Las terrazas y ampliaciones informales que ocupan este vacío reducen uso público libre de la parcela. El resultado es un lugar de ocio espontáneo, complejo y altamente ocupado.

Las ampliaciones conforman espacios estrechos a modo de pasillos. El aparcamiento separa la acera y funciona como una barrera para los viandantes, así como un elemento que contiene el avance de las ampliaciones.

## Volumetría (1.1)



*A. de Castro, '20*

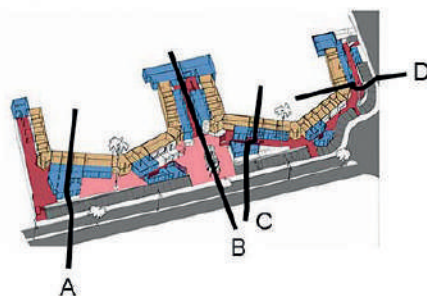
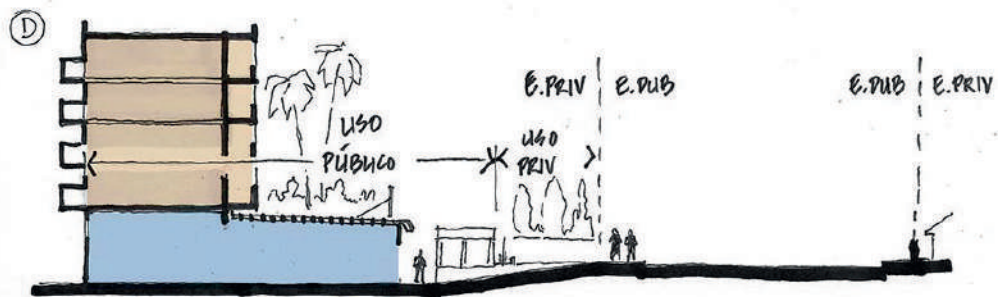
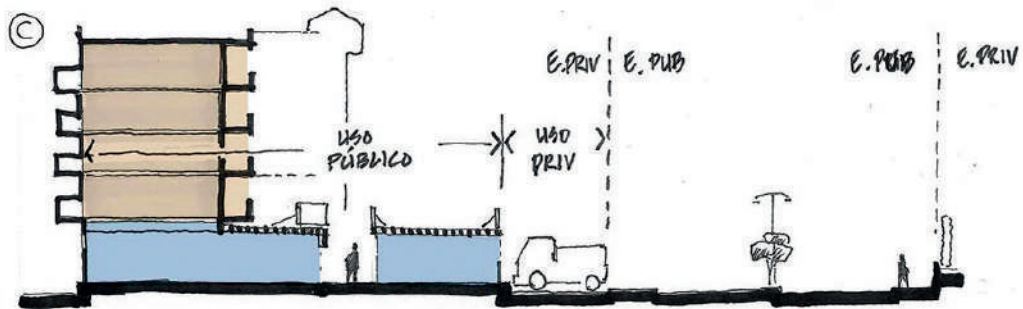
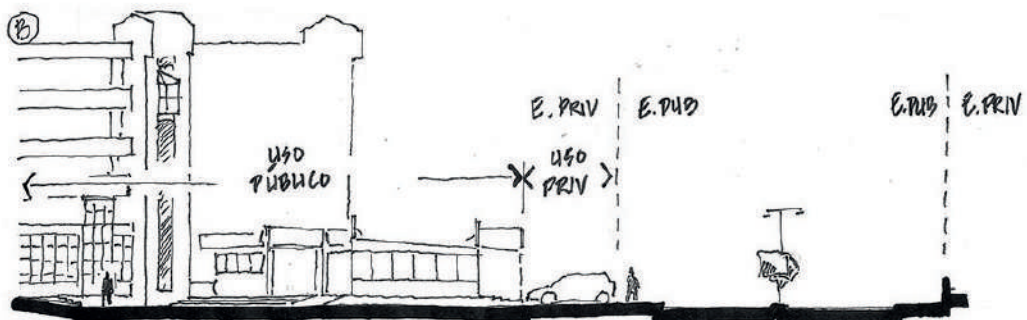
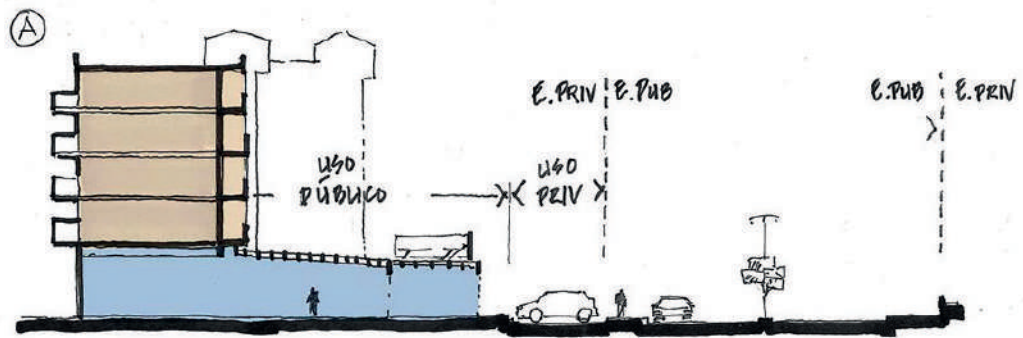
Plano. 3-13

Estas arquitecturas provisionales son también una muestra de apropiación del espacio vacante y generan dudas sobre si el mecanismo de retranqueo es la solución óptima para organizar una avenida.

Los volúmenes ampliados expresan una libertad formal mayor que el propio edificio, donde la simetría del conjunto original contrasta con la naturaleza “irregular” de las ampliaciones.

# Volumetría-sección

Plano. 3-14



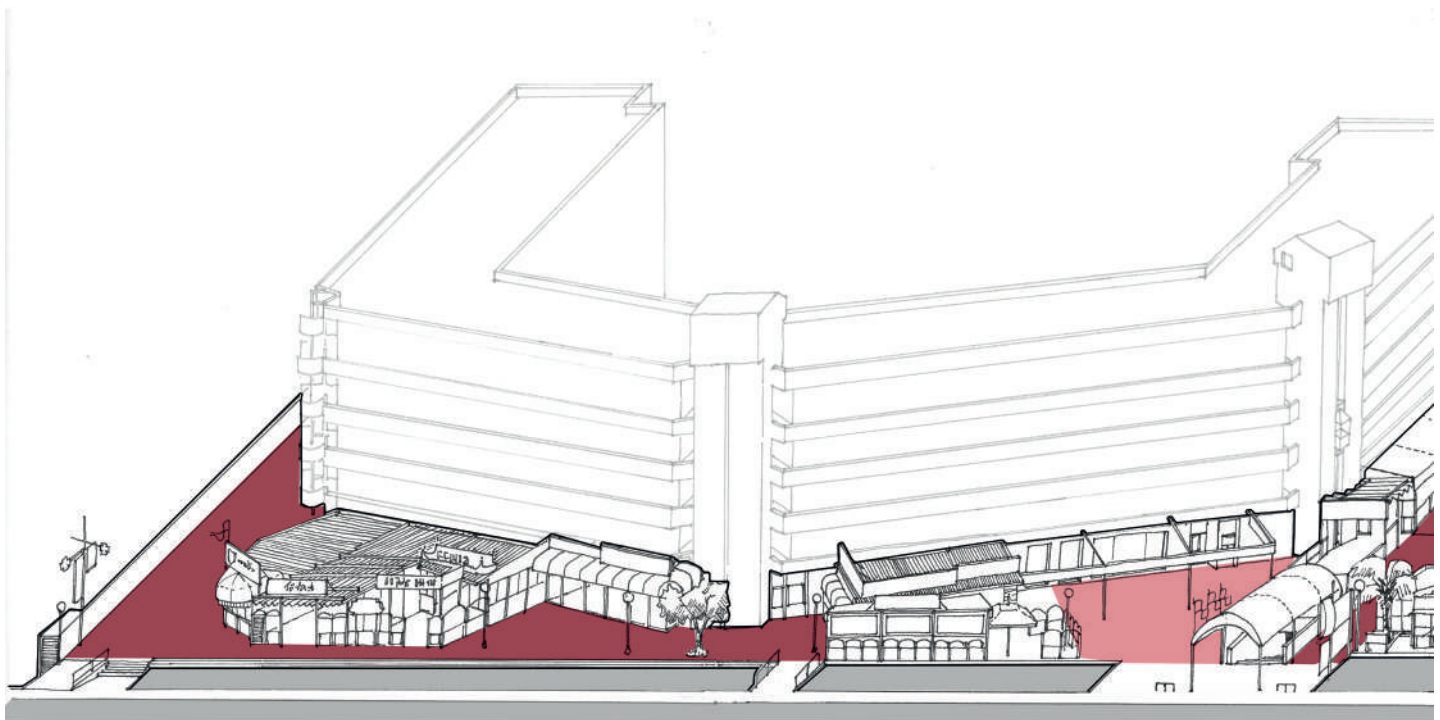
En las cuatro secciones se observa un intento de acercar los comercios al espacio público y la necesidad de ocupar el espacio vacante para ganar rentabilidad. En cualquier caso, el resultado obtenido en las secciones son cuatro configuraciones diferentes debidas a los diversos retranqueos y ocupación de las aceras.

La sección A es una dilatación del propio comercio en varias fases de ampliación que ocupa todo el espacio hasta el borde del aparcamiento, eliminando el espacio de libre circulación.

En la sección B, las ampliaciones construyen una fachada nueva hacia el espacio abierto entre los dos edificios.

Las secciones C y D son soluciones algo más complejas, ya que reservan un espacio de tránsito. La primera deja un pasillo central a modo de galería paralela a la calle; la segunda un pasillo al borde que hace de transición entre la calle y el comercio.

En resumen, la actual volumetría en la planta baja de los apartamentos Barbados es más compleja como consecuencia de estas ampliaciones, pero reduce el espacio de libre tránsito y corre el riesgo de convertir todo en pasillos.



**Tipos de Espacios Colectivos Abiertos**

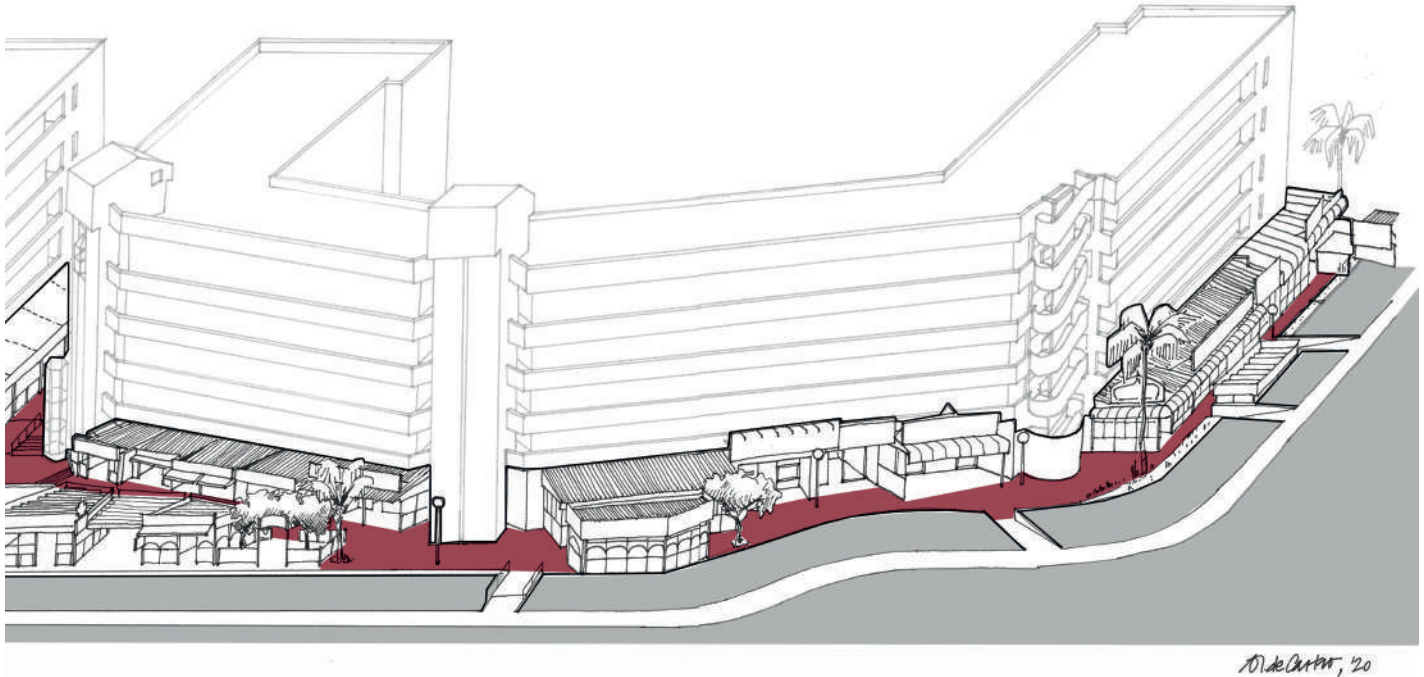
- Plaza
- Pasillo
- Distribuidor
- Área ajardinada

### Complejidad espacial

Las paulatinas ampliaciones de los locales dejado por el retranqueo dejan un espacio más fragmentado, complejo y poco definido que dificulta su clasificación. Los espacios libres que quedan son residuales, a medio camino entre plazas y pasillos.

El único espacio que se puede considerar como plaza es el que queda entre ambos bloques y coincide con la escalera que da acceso a la recepción en la planta -1. Las fachadas de las ampliaciones que encierran este recinto conforman un espacio algo más definido que conecta con los pasajes laterales.

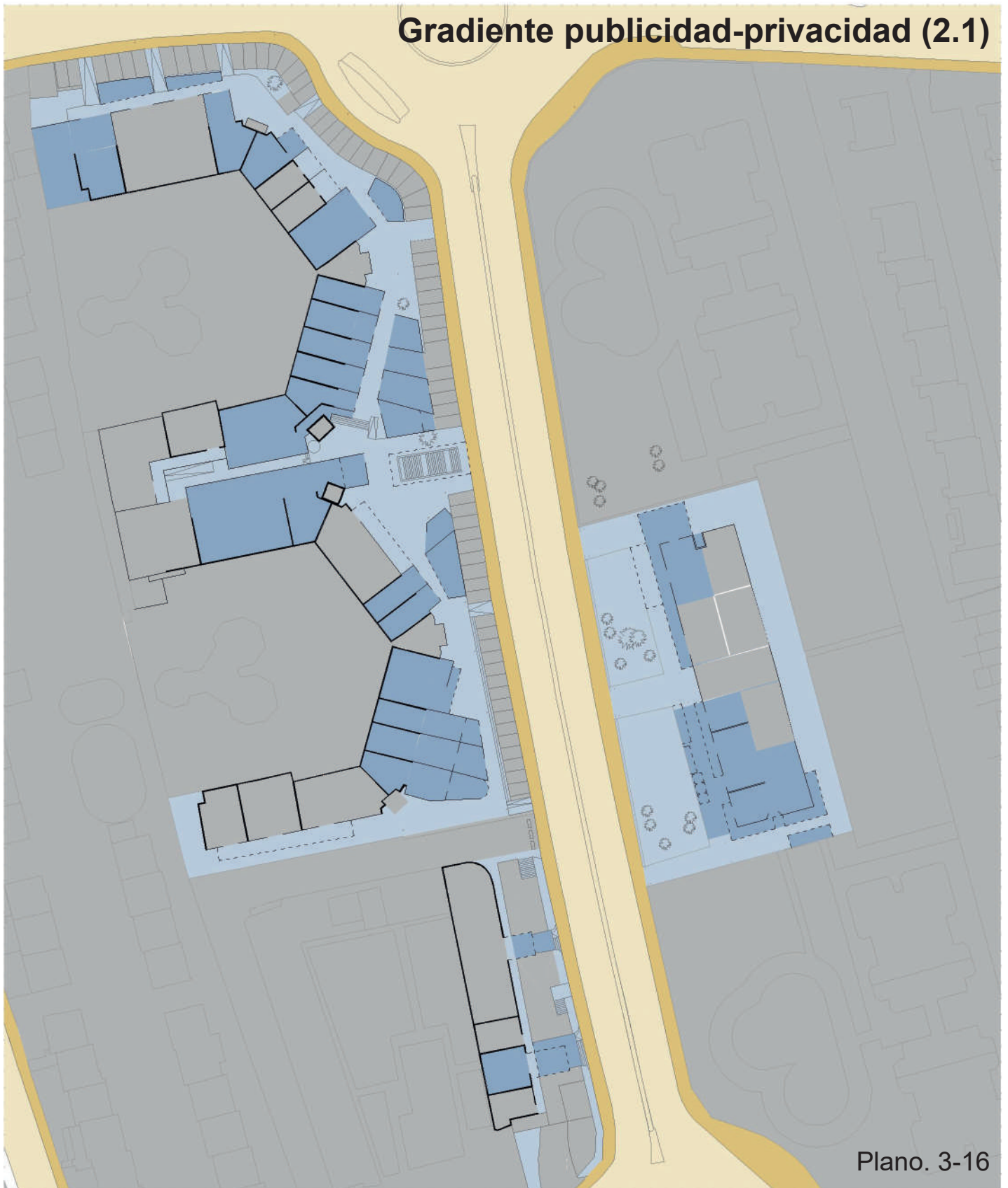
## Espacio colectivos abiertos (1.2)



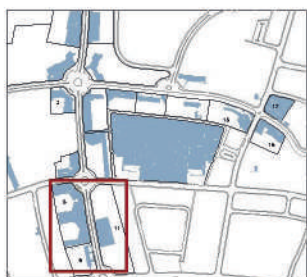
Plano. 3-15

El resto de los espacios son de dimensiones alargadas formando pasillos. Pese a la variedad de formas de estos pasajes, no se consigue distinguir áreas sustancialmente distintas. En todo el perímetro los espacios repiten la solución de comercios a uno o a ambos lados de manera mecánica.

## Gradiente publicidad-privacidad (2.1)



Plano. 3-16



Caso de estudio

0 100 m e. 1/ 1000

### Espacio público

- Uso público libre peatonal
- Uso público libre rodado

### Espacio colectivo

- Uso público libre
- Uso público controlado  
(Restauración, bares y pubs)



## **Control sobre el turista y libertad de movimiento**

El plano Gradiente Publicidad-privacidad (Plano. 3-16) muestra un conjunto complejo. Su dimensión, localización en esquina, los cambios en la cota de la acera, la formalización quebrada de los dos bloques de apartamentos y el retranqueo a la calle generan un espacio libre irregular y que deviene más complejo con las ampliaciones posteriores.

Originalmente este espacio libre ofrece una mayor libertad al usuario que la acera, mucho más lineal y constante en su sección. Sin embargo, las ampliaciones han condicionado esa libertad de movimiento, con terrazas o locales que ejercen un mayor control. Los espacios restantes son fundamentalmente pasillos, que fuerzan al usuario a recorrerlo de una manera mucho más rígida y controlada.

Otro aspecto a destacar es la escasa relación de este espacio con la acera. La fila de aparcamientos interrumpe cualquier continuidad entre ambos. Esto afecta directamente al grado de libertad en la medida que se condiciona la movilidad.

## Elementos de control (2.1b)

Fig. 3-13

Perspectiva del conjunto de apartamentos Barbados desde la avenida de Tirajana.

Fuente: O. De Castro

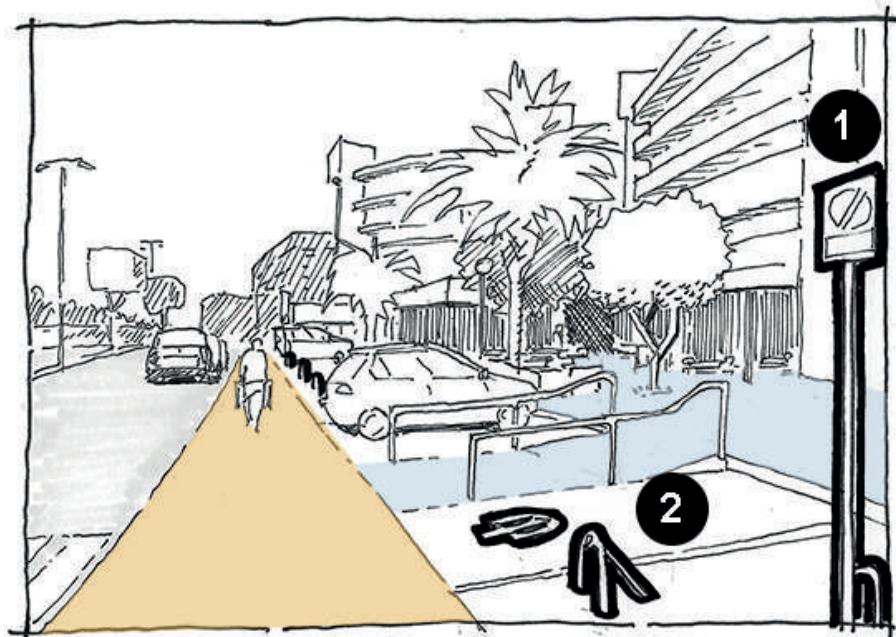


Fig. 3-14:

Ejemplo de mecanismos de control de la accesibilidad desde el espacio público al espacio colectivo libre.

1. Cartel de vado
2. Cepo metálico.

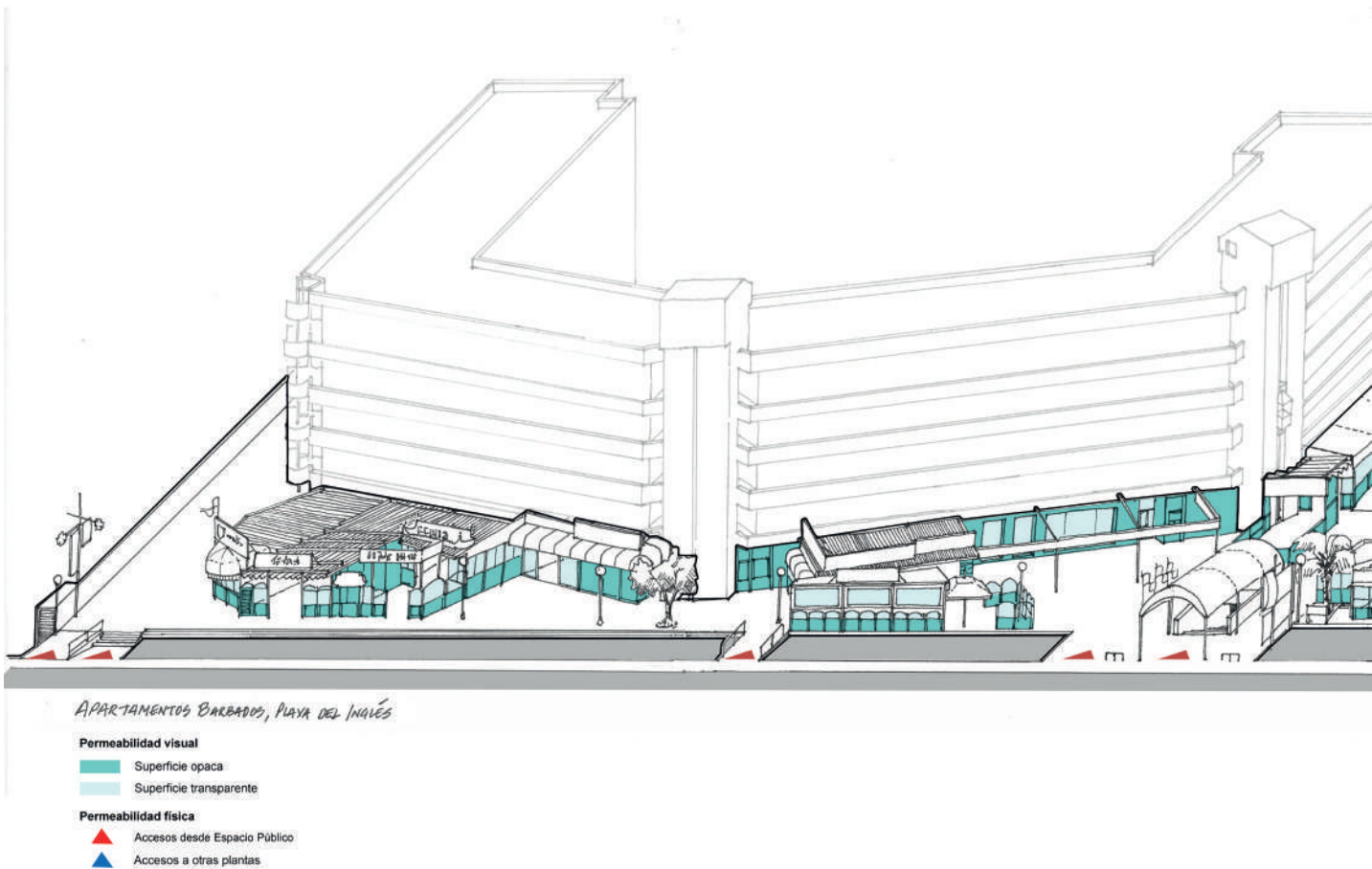
Fuente: O. De Castro



## **Barreras físicas**

La fila de aparcamientos a lo largo de todo el perímetro de Los Barbados (Fig. 313) conforma una barrera física (Fig. 3-14) entre la acera (en amarillo) y el espacio libre del complejo (en azul claro). Cuando el aparcamiento no está ocupado por el vehículo autorizado, una serie de mecanismos de control sustituyen su presencia y evitan que cualquier otro coche pueda aparcar. Esto también dificulta el acceso peatonal. Algunos paneles informativos recuerdan que son espacios privados.

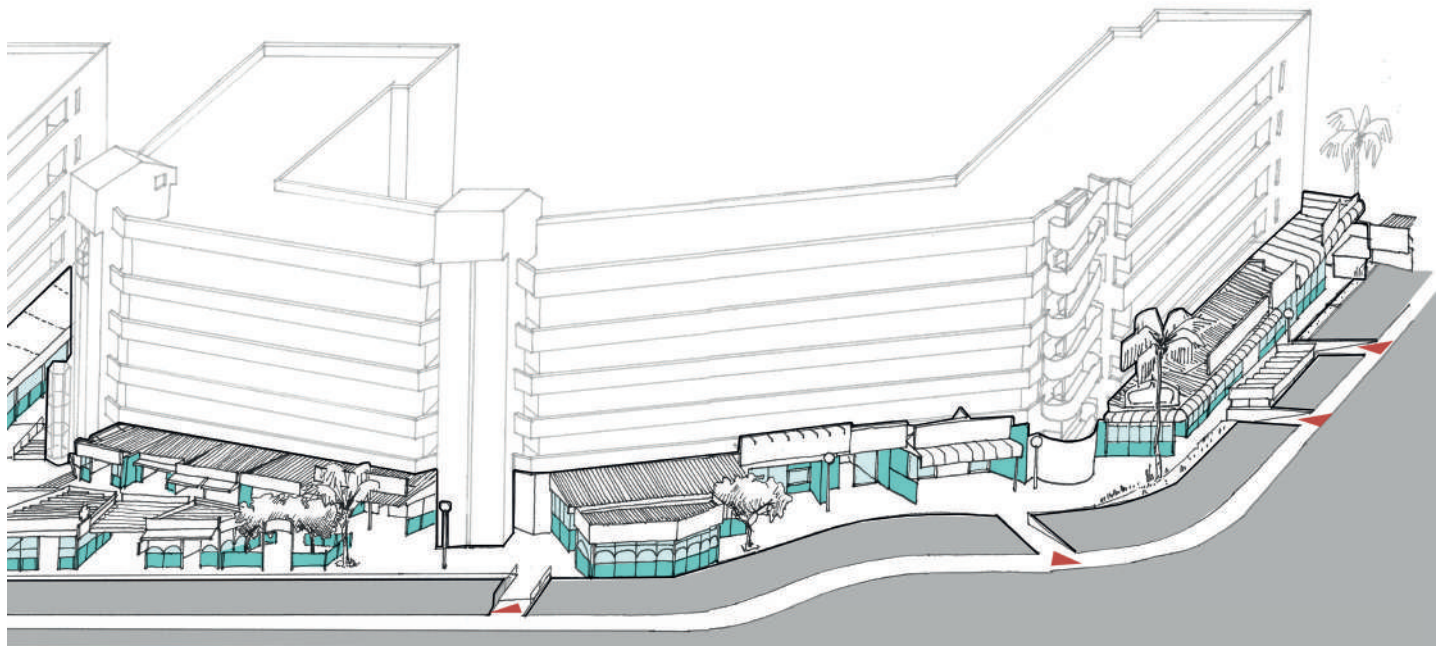
Otro aspecto importante es que no se ha encontrado ningún tipo de vigilancia privada como cámaras o guardias de seguridad frente a lo que sucede en los centros comerciales.



### Accesibilidad desde la calle

La permeabilidad (Plano. 3-17) al espacio interior es puntual. Los accesos no cumplen una función de control del flujo, son consecuencia de disponer una fila de aparcamientos entre éste y la acera. Son rampas o escaleras de un ancho mínimo. La poca superficie de contacto entre la acera y el espacio de retranqueo no permite ampliar y dar continuidad entre ambos.

## Permeabilidad física y visual (2.2)



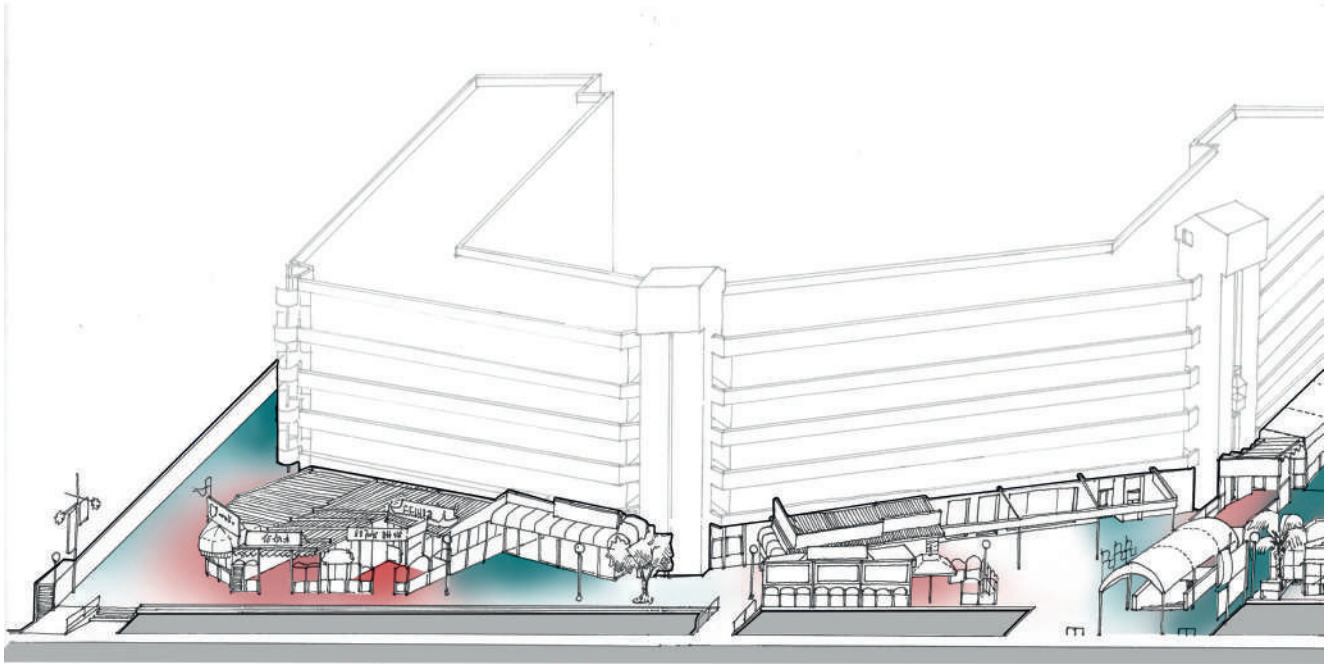
Plano. 3-17

### Permeabilidad física y visual de los espacios interiores

En general, los restaurantes y pubs se abren más al espacio libre que los comercios minoristas. Los primeros dejan grandes aperturas mientras que los segundos disponen de puertas que reducen el flujo de acceso.

En relación a la permeabilidad visual, los restaurantes buscan un espacio algo más íntimo para el turista. Esta privacidad la consiguen con cerramientos transparentes a media altura, pero que no condicionan las vistas hacia la calle o viceversa. En los pubs la actividad ocurre en las terrazas y el interior del local queda abierto por completo a la calle.

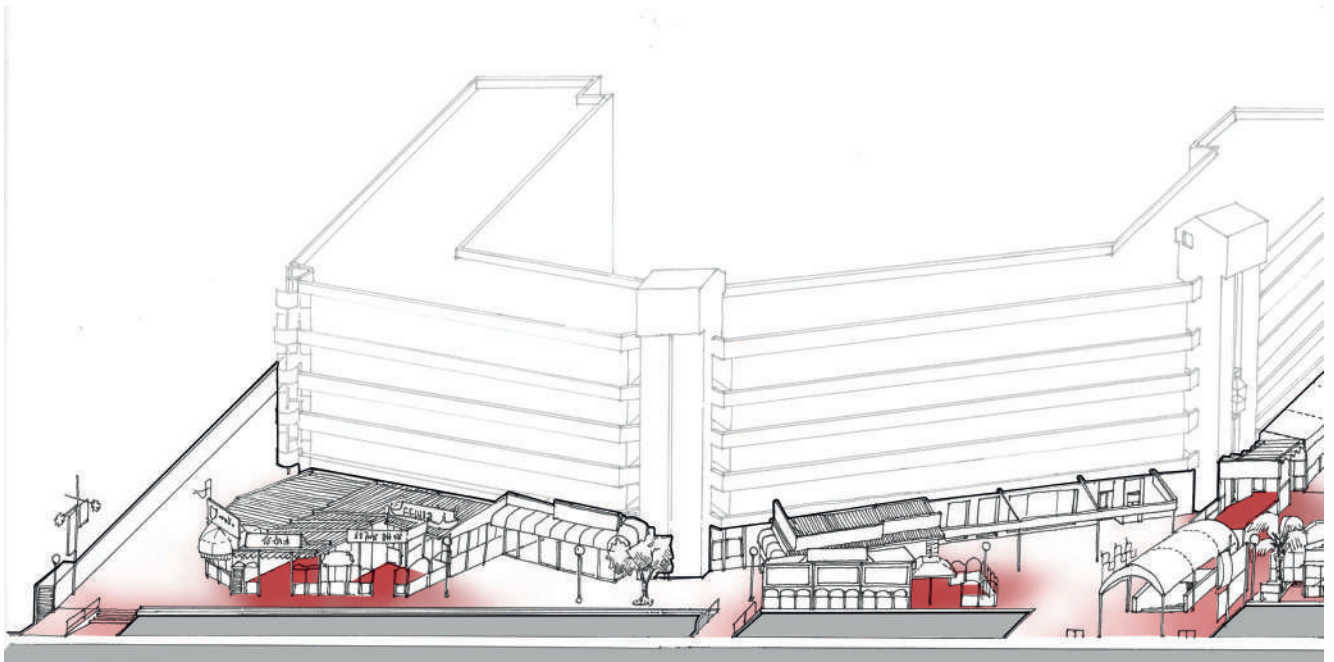
### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso



*APARTAMENTOS BARBADOS, PLAYA DEL INGUÉS*

**Tipo de Servicios**

- Comercios
- Restaurantes, pubs y discotecas

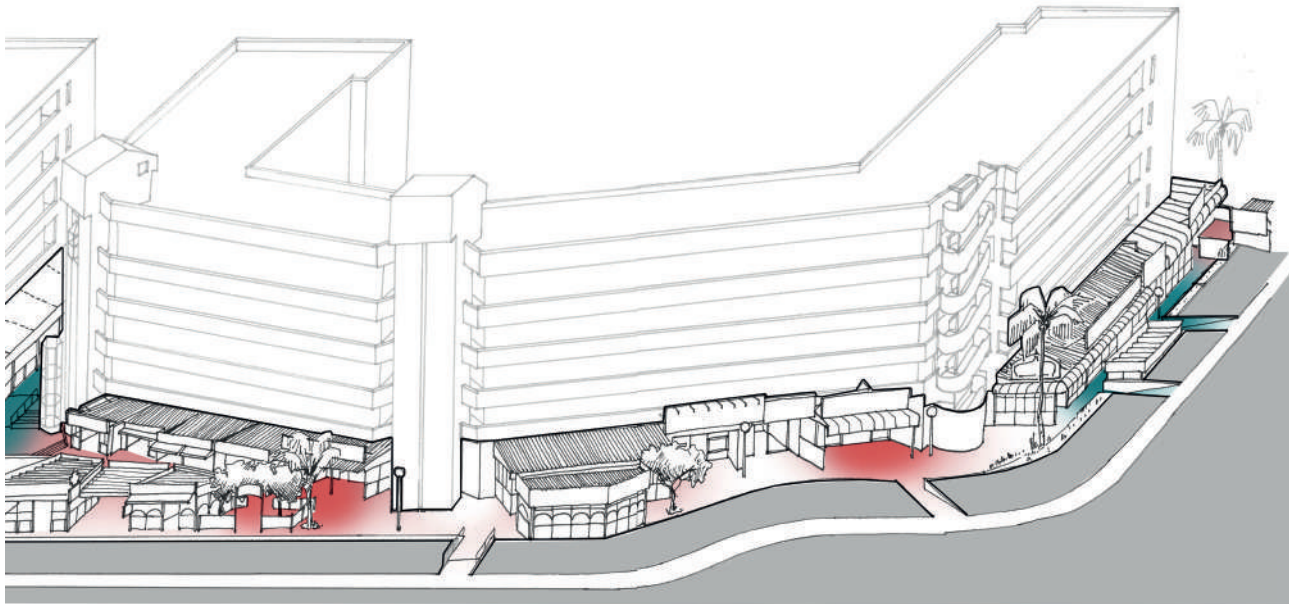


*APARTAMENTOS BARBADOS, PLAYA DEL INGUÉS*

**Tipo de Servicios**

- Comercios
- Restaurantes, pubs y discotecas

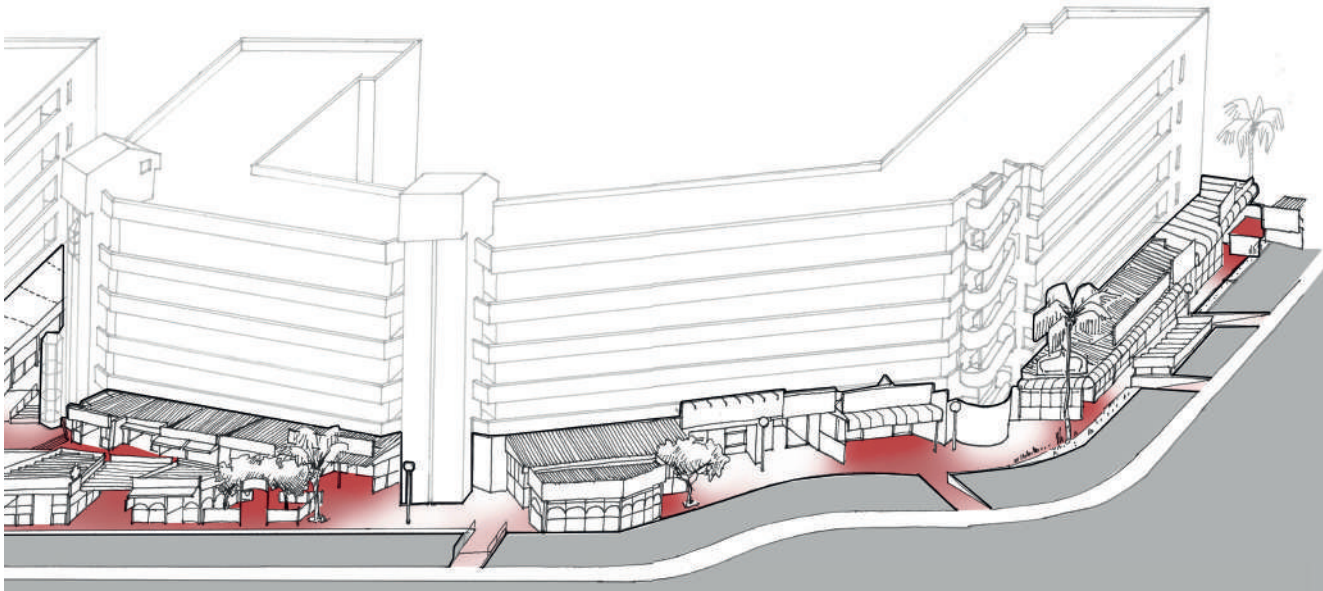
### Intensidad de uso diurno (3.1)



*10 de Octubre, '20*

Plano. 3-18 A

### Intensidad de uso nocturno (3.1)



*10 de Octubre, '20*

Plano. 3-18 B

### **Diferencias de usos entre el día y la noche**

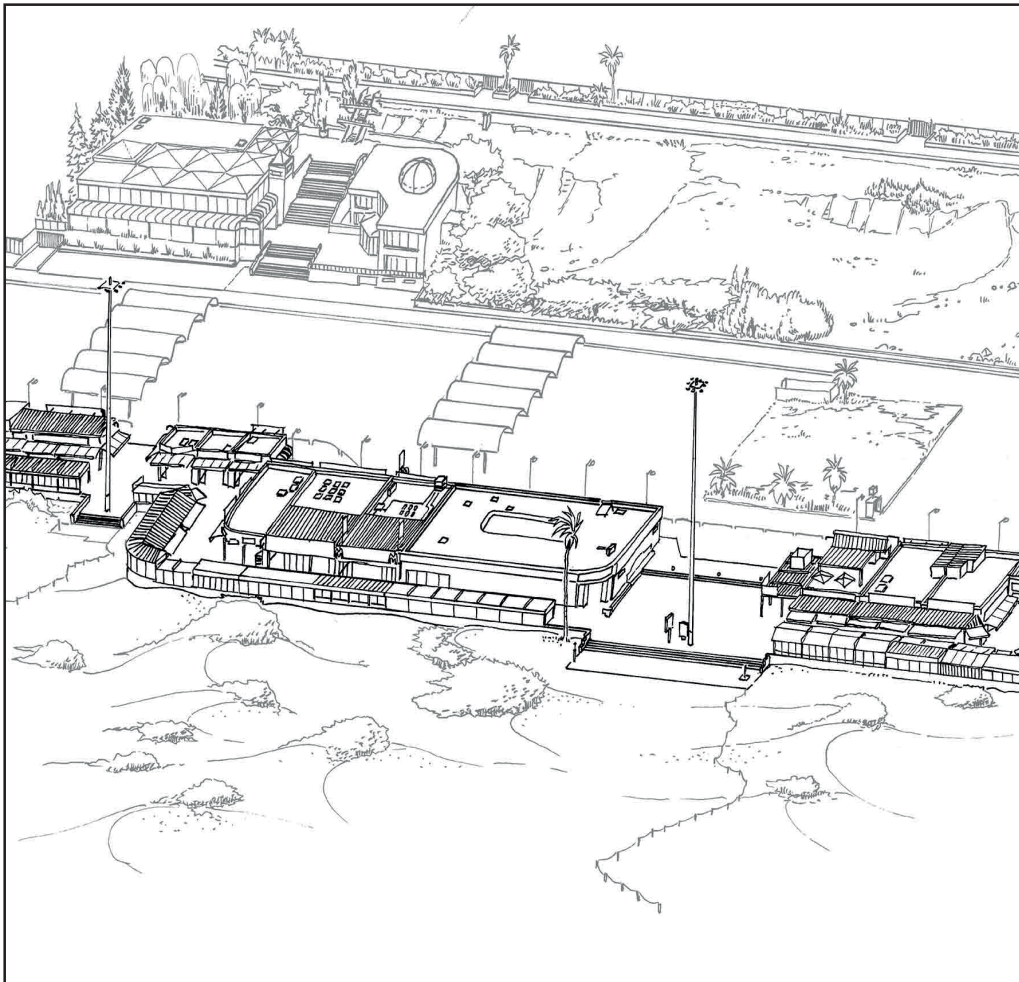
La disposición del complejo de apartamentos en una vía principal garantiza un notable uso a lo largo del día. En este caso, la oferta comercial y de ocio están prácticamente equilibradas. Además, es lugar de paso obligado para acceder a otros servicios algo menos colectivos, como gimnasios, oficinas o farmacias, que también se localizan en los bajos comerciales.

En relación a los planos de “intensidad de uso”, se observa como el espacio se utiliza prácticamente toda la jornada. Durante el día coexisten las actividades comerciales con las de restauración. Durante la noche, la actividad de ocio se mantiene distribuida de manera homogénea e intercalada a lo largo del espacio libre, evitando lugares sin uso.



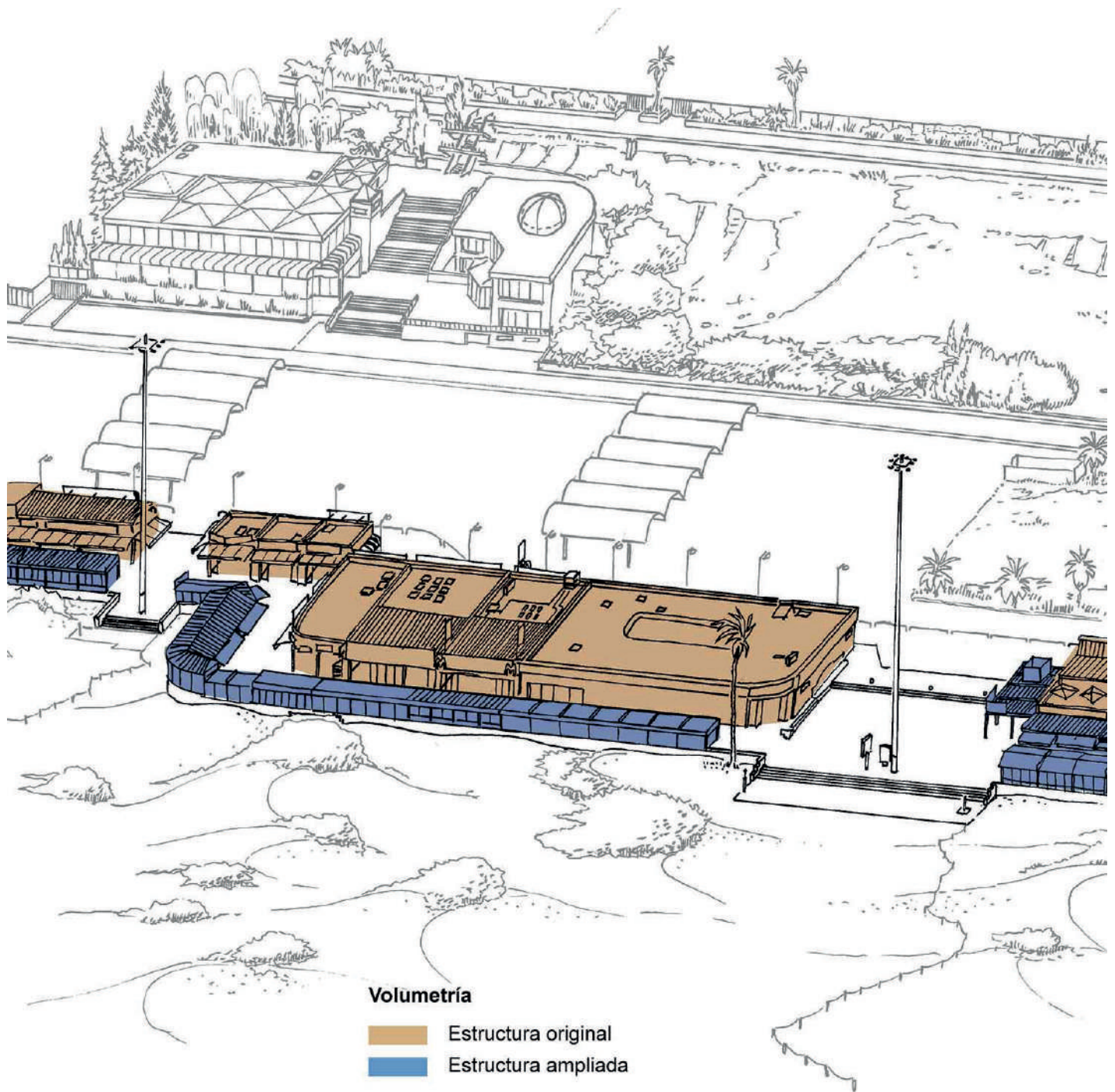
# CENTRO COMERCIALES ANEXO I Y II

Sector de Playa del Inglés

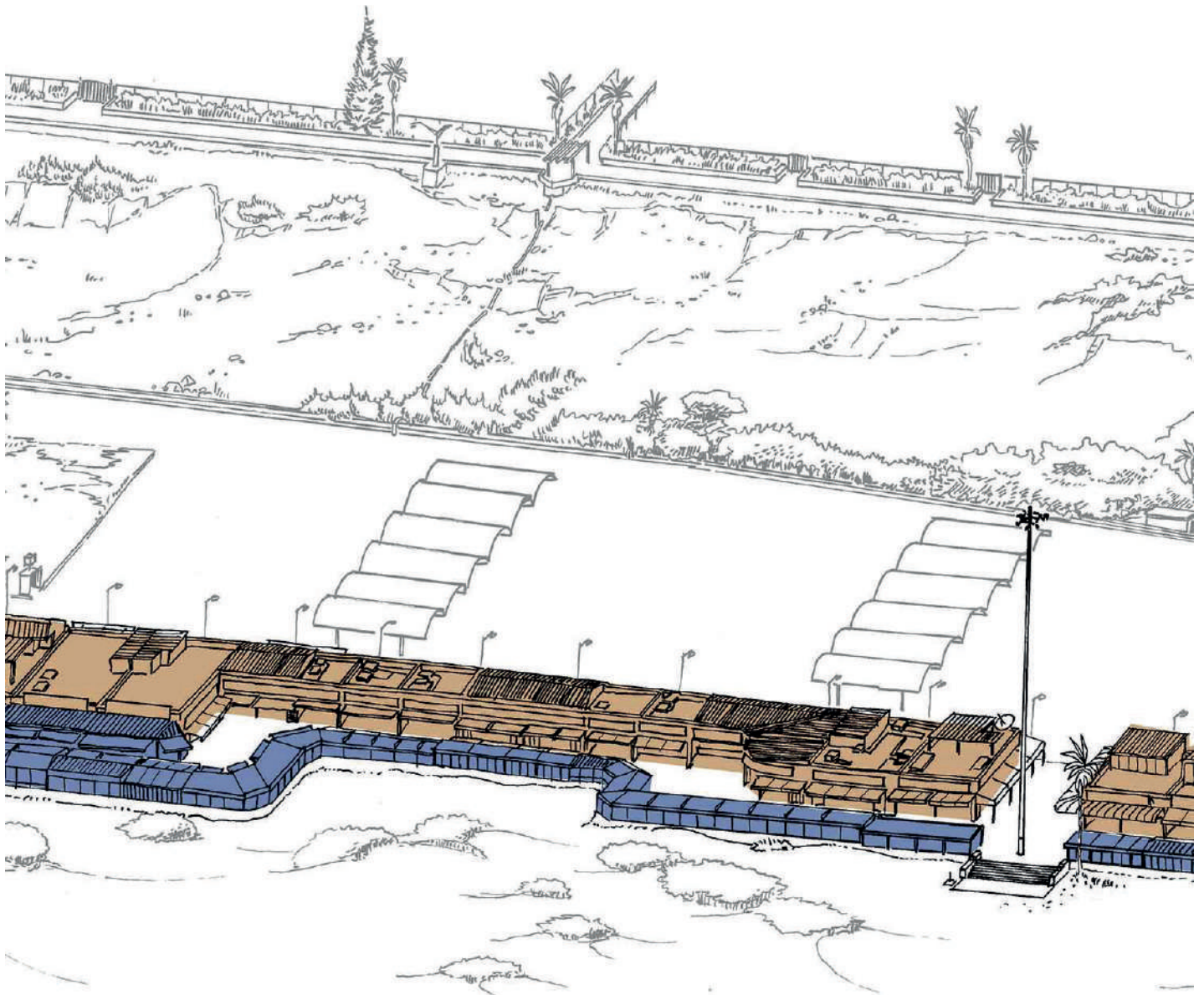


Caso de estudio 4

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso

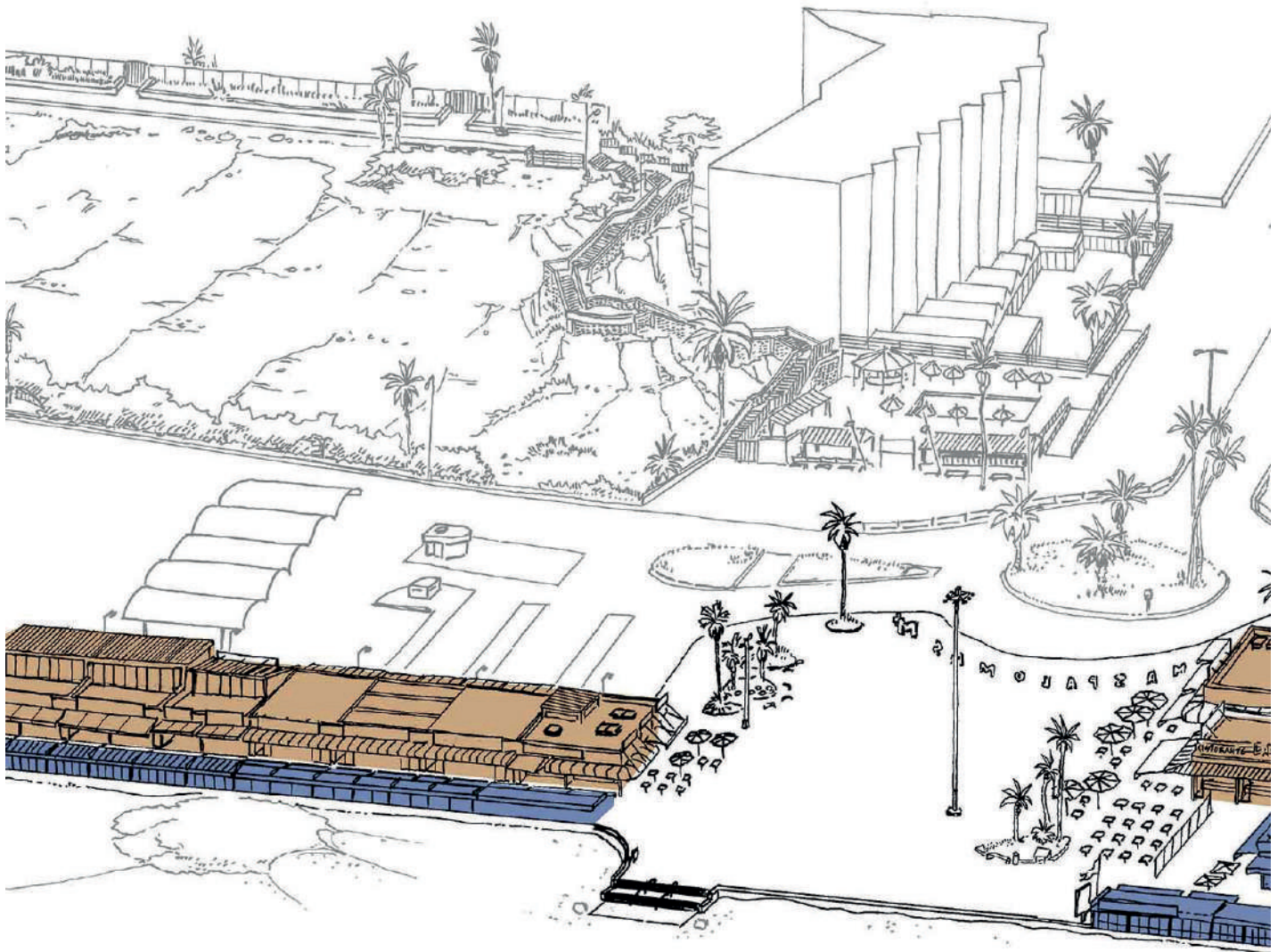


## Volumetría (1.1)

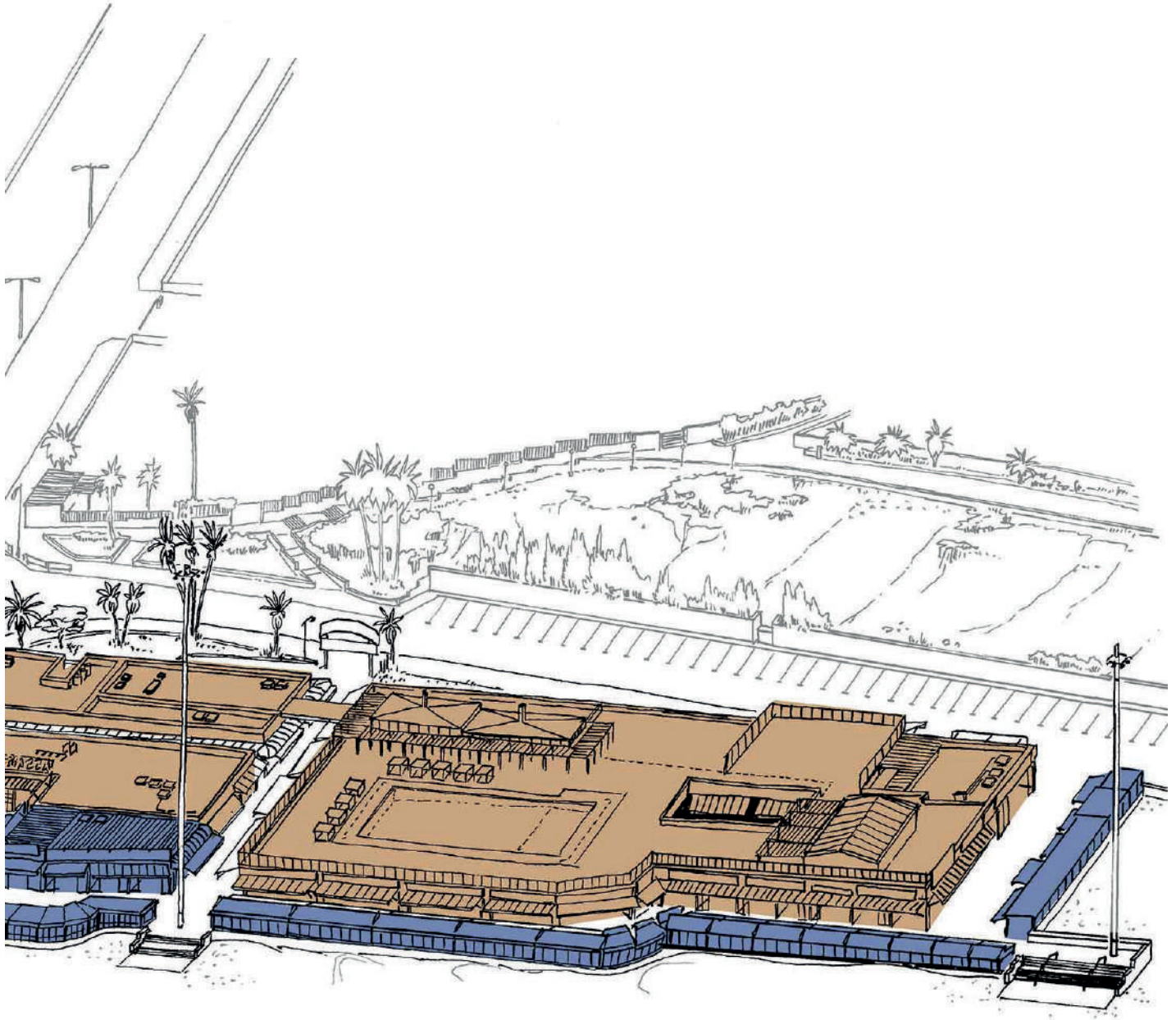


Plano. 3-19 (1)

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso



## Volumetría (1.1)



Plano. 3-19 (2)

### Variaciones en la volumetría

Los Anexos I y II presentan modificaciones en varios aspectos. La cubierta ha sido alterada para albergar maquinaria, a las fachadas se adhieren carteles y toldos que transforman el alzado original, y el paseo dispone de terrazas con nuevos cerramientos que ocupan toda su extensión y alteran la volumetría del conjunto. Las nuevas construcciones metálicas, acristaladas y con toldos de distintos colores y diseños protegen del viento, de la arena y del sol a los usuarios.

Estas ampliaciones alteran por completo la naturaleza del paseo. Modifican la relación visual entre este y la playa cambiando el concepto de mirador por galería comercial. El muro de borde original que servía de asiento para contemplar el paisaje (Fig. 3-15) queda oculto bajo la nueva construcción (Fig. 3-16).

De la volumetría actual se desprende una preferencia por la actividad comercial frente al disfrute del paisaje. El edificio se vuelca sobre sí mismo y no establece una clara relación con la playa.

## Volumetría-sección

Plano. 3-20

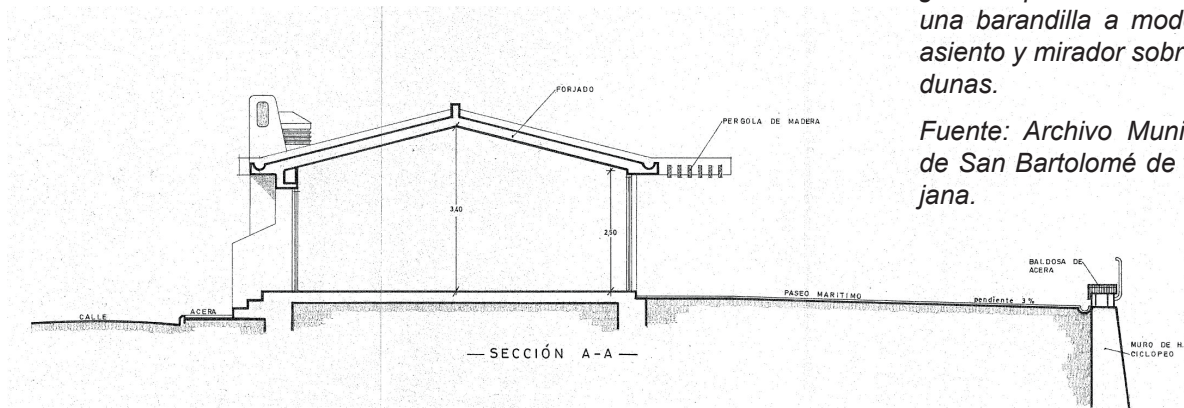


Fig. 3-15:

Sección original del centro comercial Anexo I y II de Playa del Inglés. En la imagen se aprecia un banco y una barandilla a modo de asiento y mirador sobre las dunas.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana.

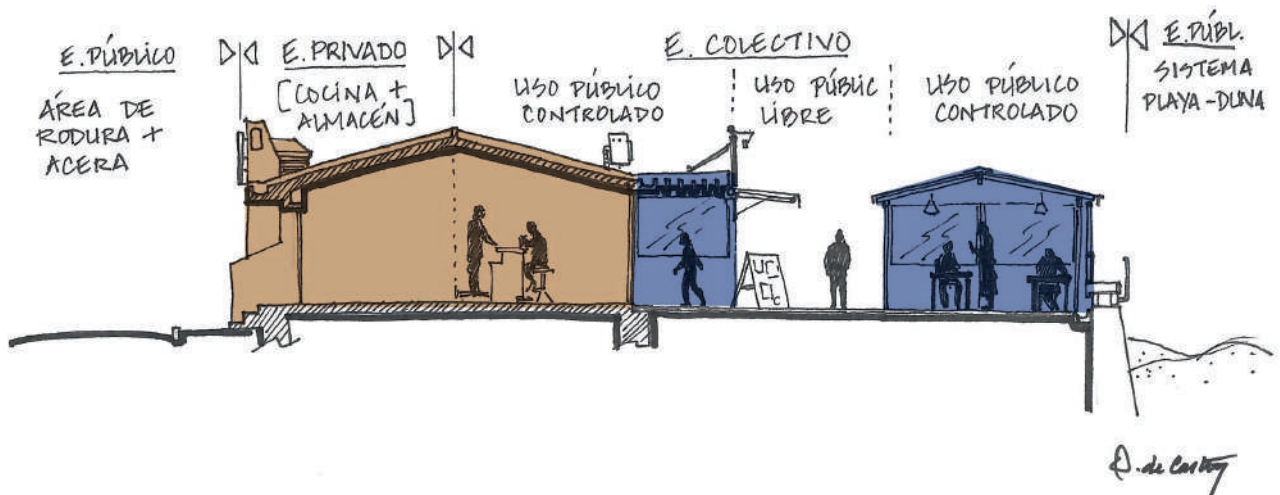
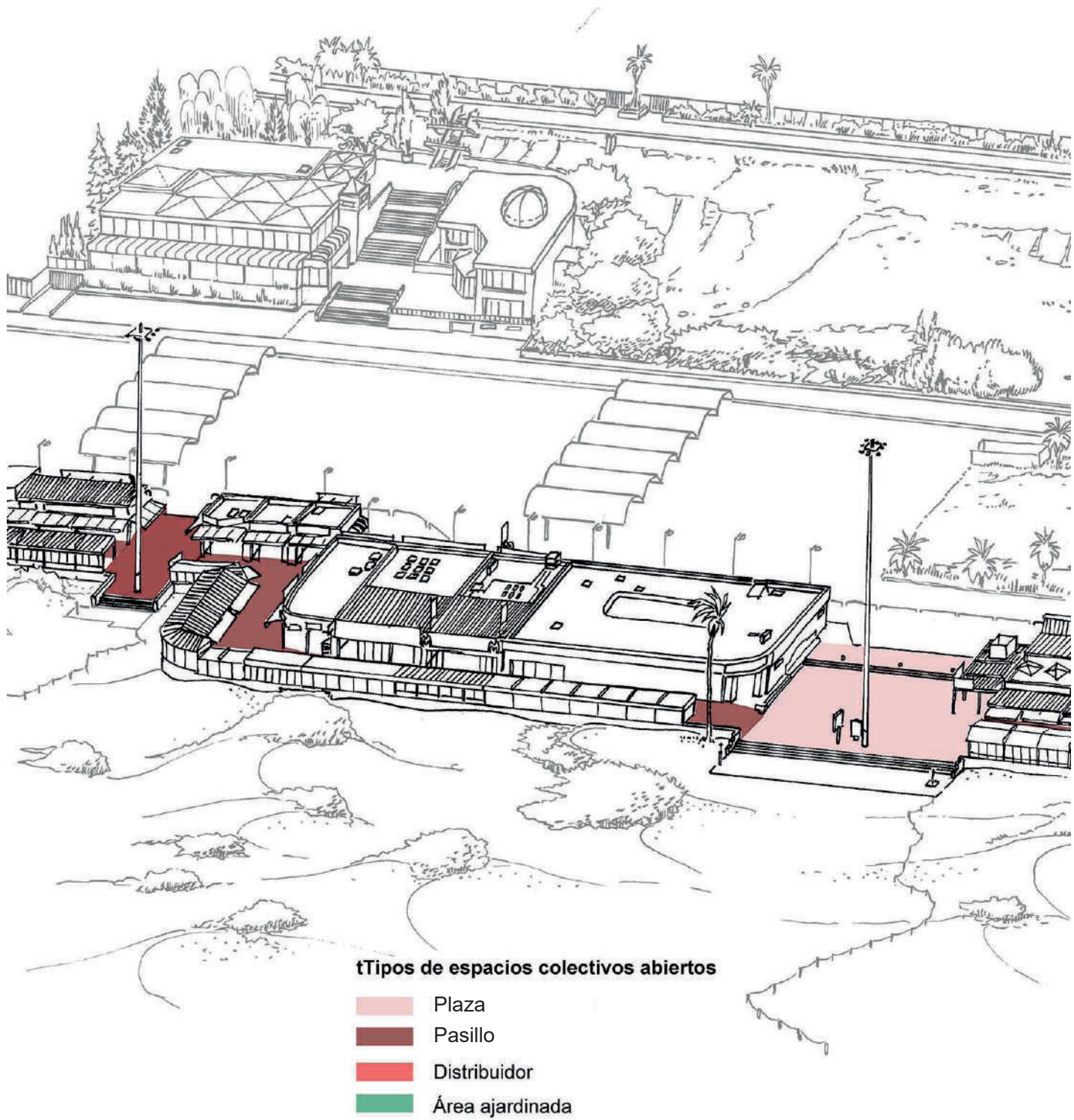


Fig. 3-16:

Sección actual del centro comercial Anexo I y II de Playa del Inglés con las ampliaciones en azul.

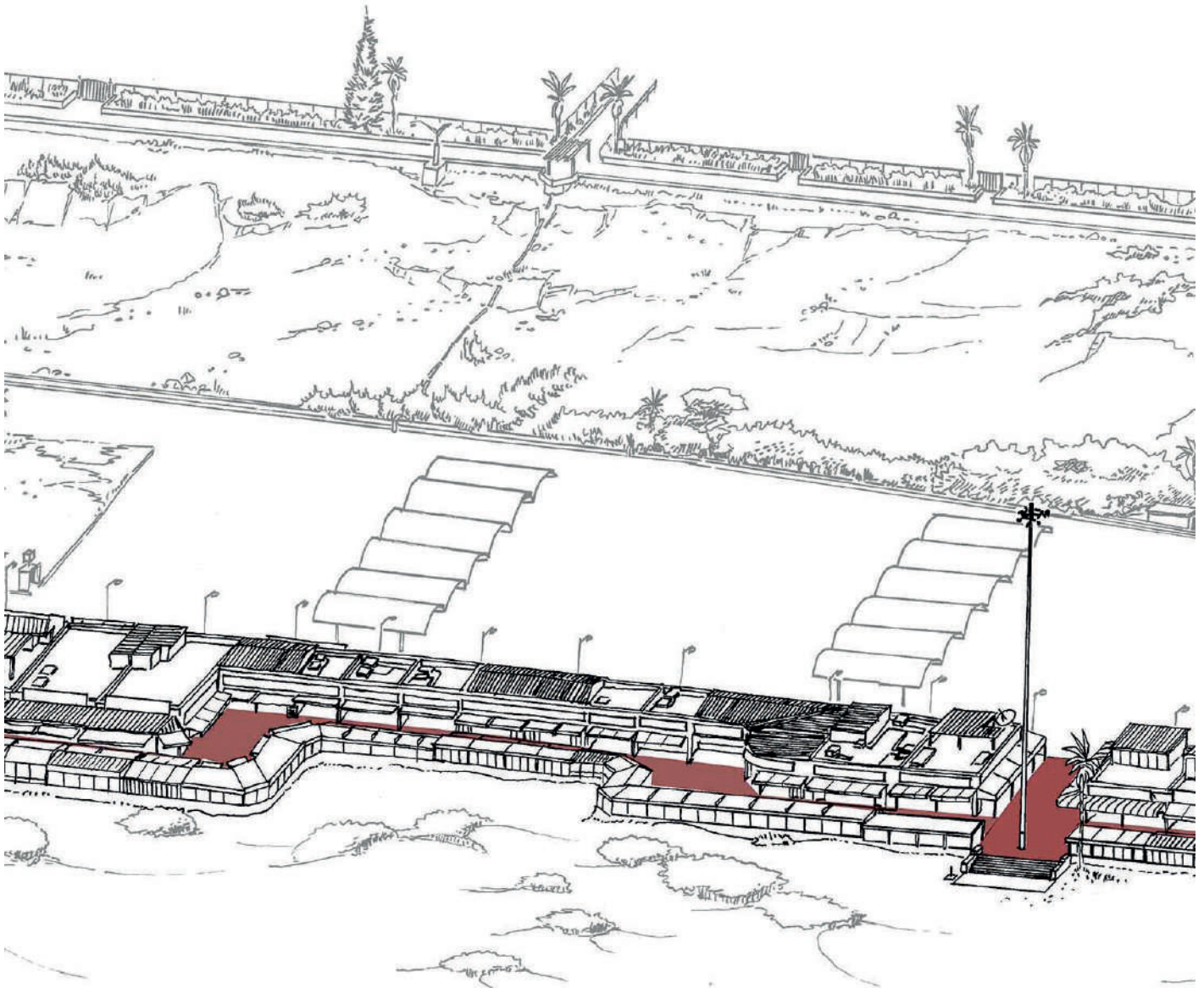
Fuente: O. De Castro

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso





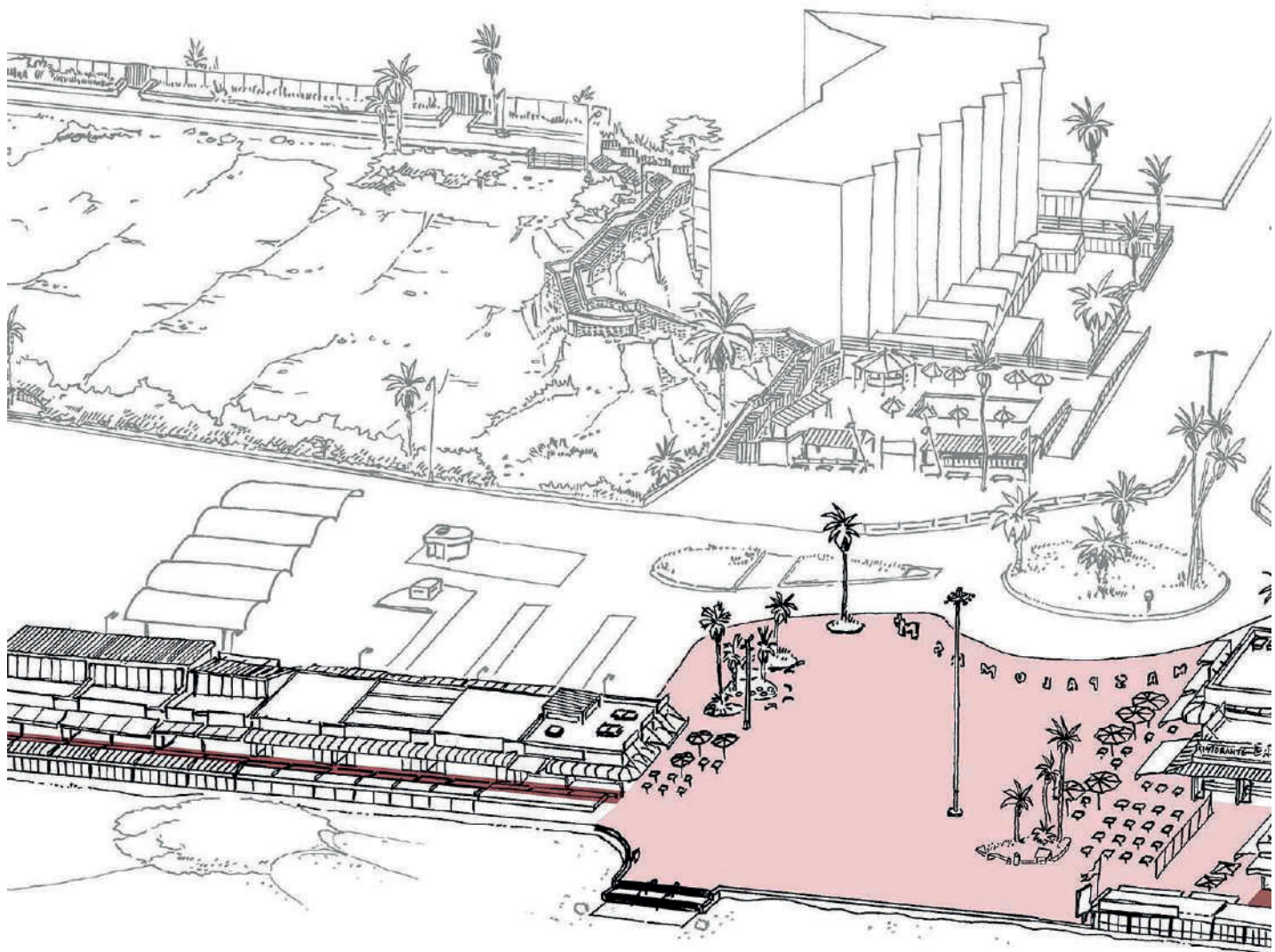
## Espacio colectivos abiertos (1.2)



Plano. 3-20 (1)

### Complejidad espacial

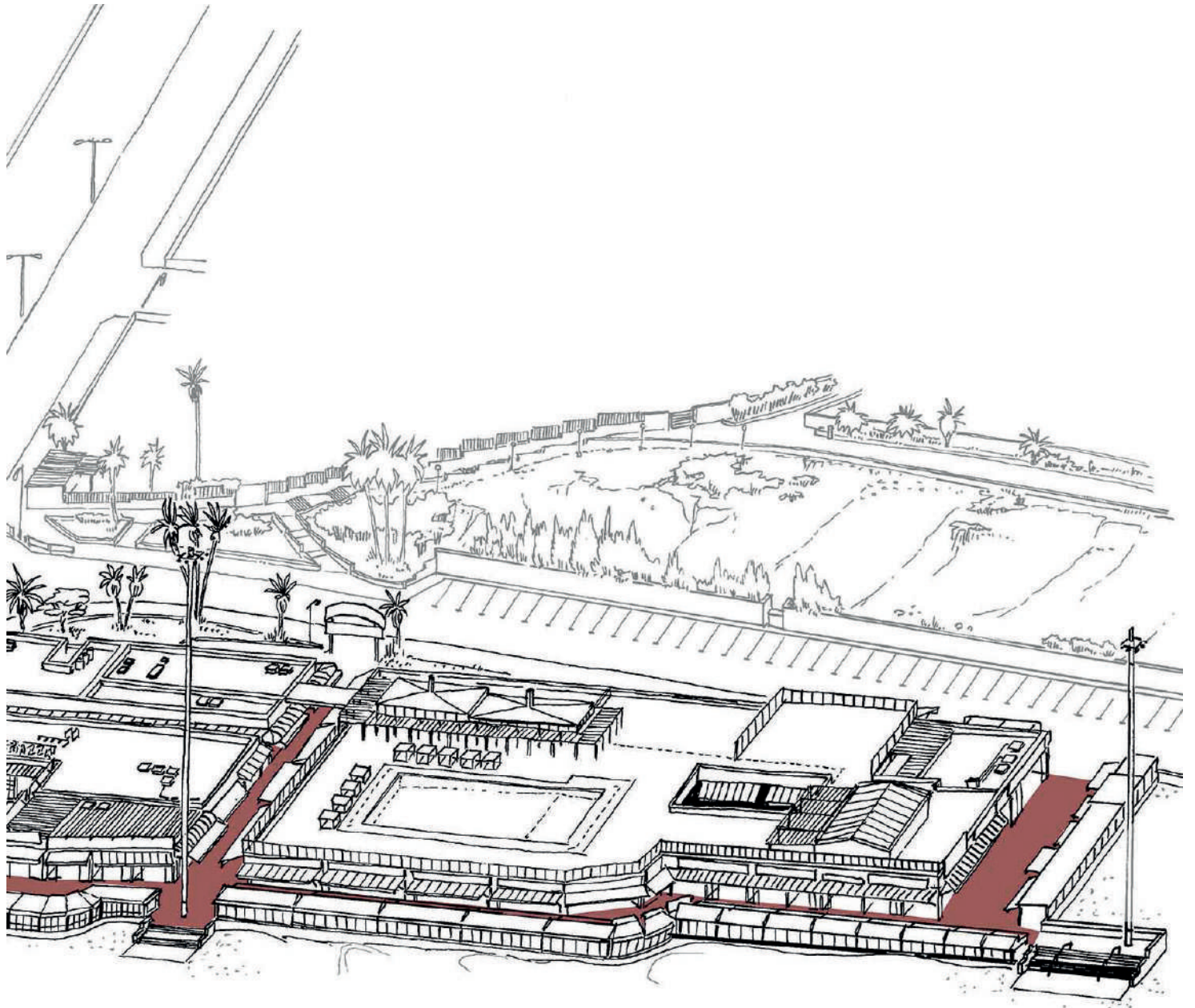
Con las ampliaciones del Anexo I y II, la principal pérdida es la del espacio abierto a las dunas, ahora convertido en pasaje comercial. A excepción de las tres plazas, una al final, otra a mitad y la última entre el Anexo I y II de mayor dimensión, el resto del espacio se cierra al paisaje. Algunos accesos puntuales a lo largo del paseo permiten volver a visualizar la playa.



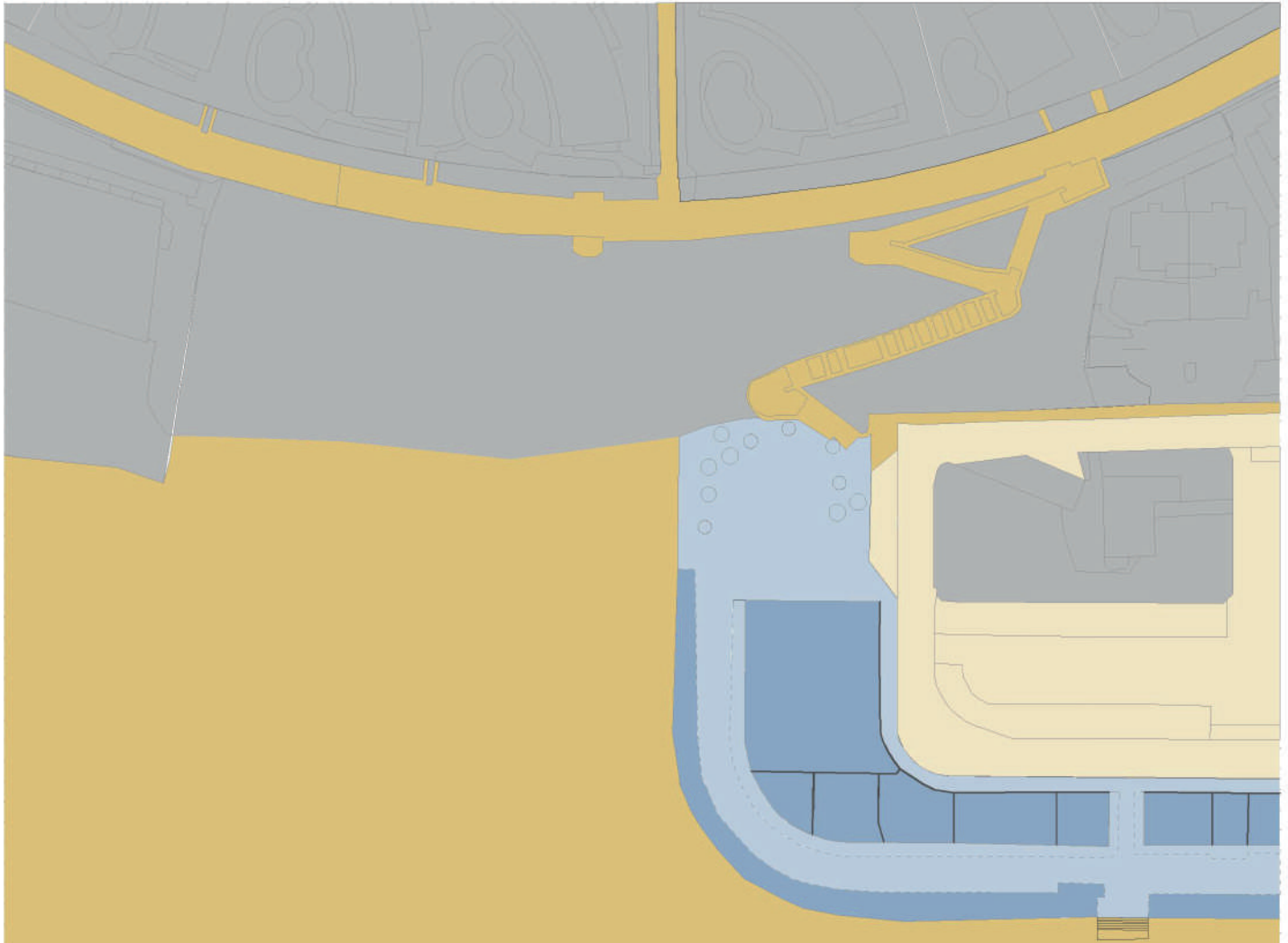
La proximidad entre los dos Anexos da forma a la plaza urbana principal que pone en relación el conjunto comercial con el final de la avenida Alféreces Provisionales. Por último, su situación elevada sobre la cota de la playa permite visualizar el mar y prepara al turista para descender a la misma.

En general, éste es un espacio comercial complejo, que muestra contrastes entre las distintas plazas y los pasajes comerciales, a costa de perder un paseo marítimo abierto a la playa.

## Espacio colectivos abiertos (1.2)



Plano. 3-20 (2)



### Control sobre el turista y libertad de movimiento

La libertad de movimientos se ha visto mermada por las ampliaciones que reducen el espacio libre de paseo en favor de un mayor control sobre el turista. Un ejemplo es el banco longitudinal de borde ahora inaccesible por las terrazas.

Los espacios restantes de libre circulación son dos, las plazas y los pasajes entre comercios. Las plazas disponen de bancos y su amplitud permite al turista moverse con mayor libertad que en los pasajes; estos último obligan a un movimiento direccional pensado solo como tránsito.

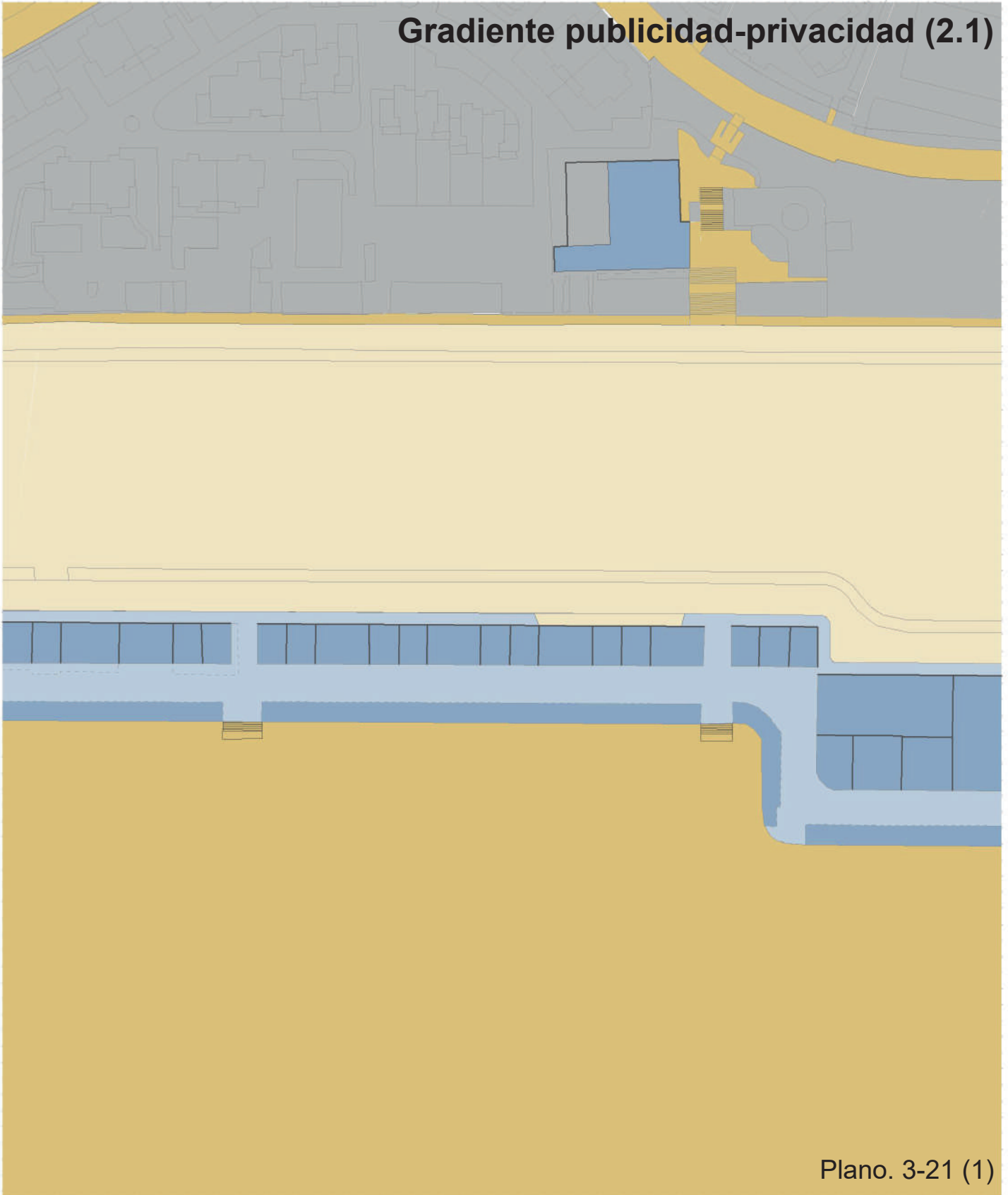


0 100 m e. 1/ 1000

- Espacio público
  - Uso público libre peatonal
  - Uso público libre rodado
- Espacio colectivo
  - Uso público libre
  - Uso público controlado

Caso de estudio

## Gradiente publicidad-privacidad (2.1)



Plano. 3-21 (1)

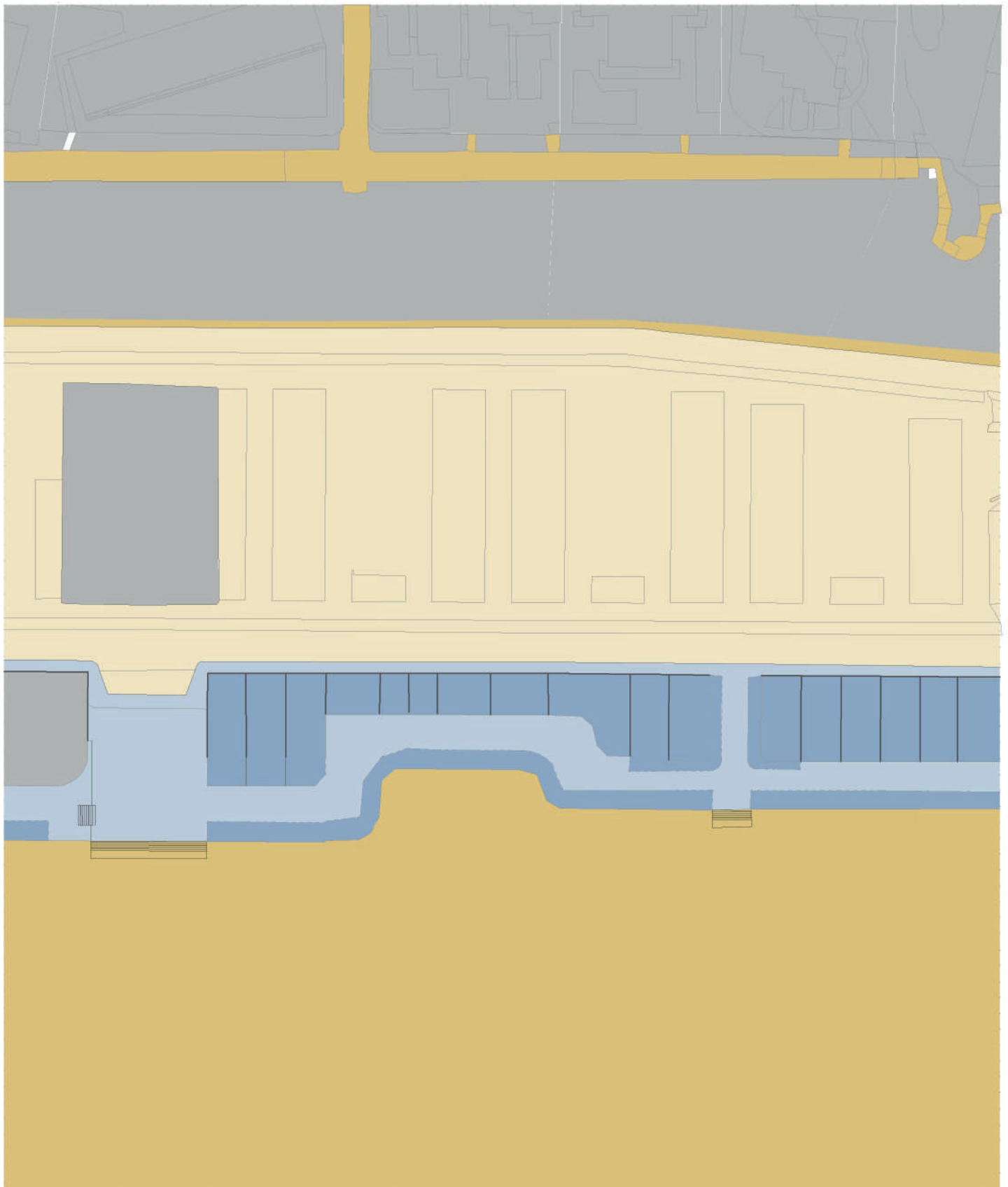


0 100 m e. 1/ 1000

- Espacio público
- Uso público libre peatonal
  - Uso público libre rodado
- Espacio colectivo
- Uso público libre
  - Uso público controlado

Caso de estudio

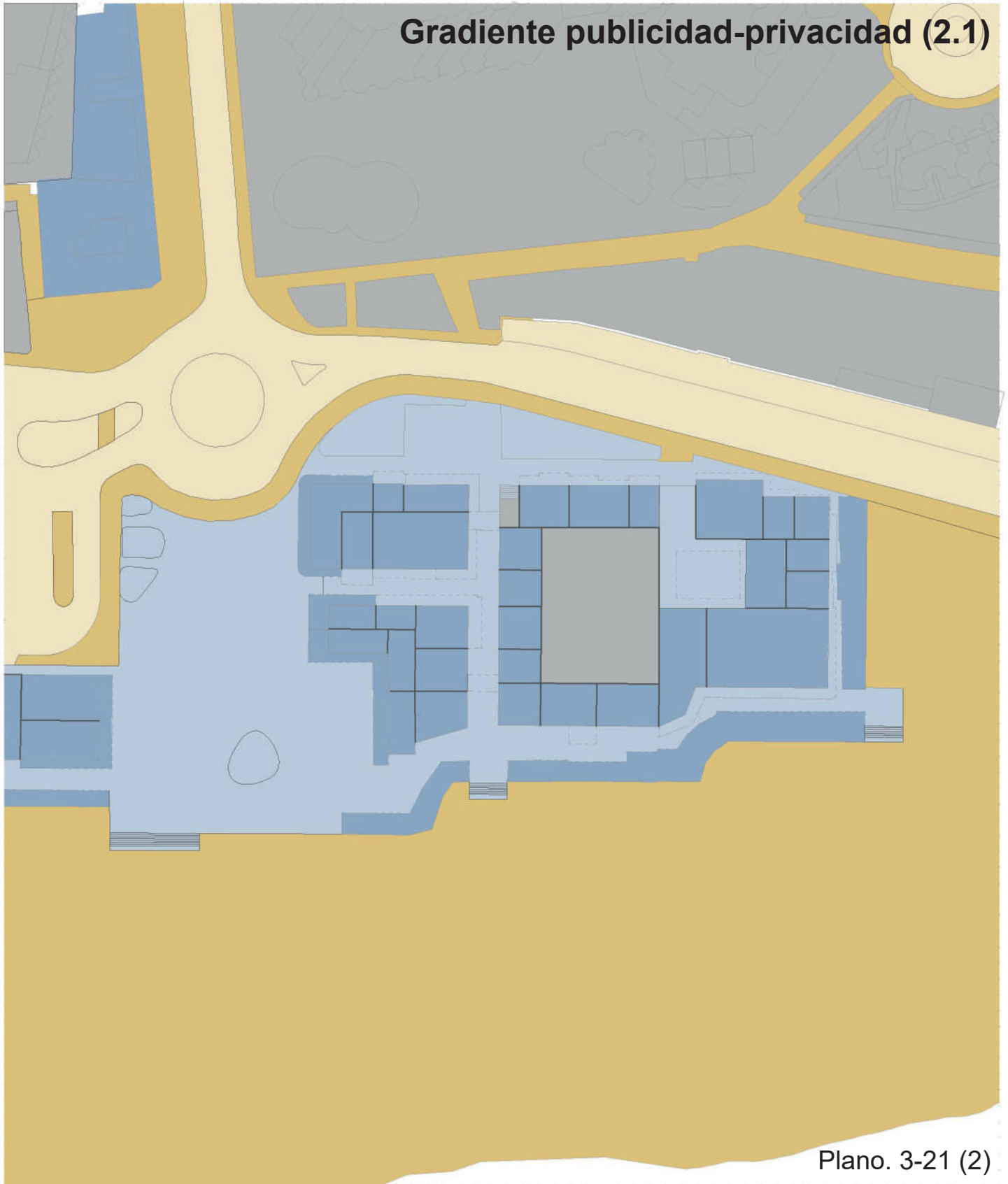
### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso



0 100 m e. 1/ 1000

- Espacio público
- Uso público libre peatonal
  - Uso público libre rodado
- Espacio colectivo
- Uso público libre
  - Uso público controlado

## Gradiente publicidad-privacidad (2.1)



0 100 m e. 1/ 1000

Espacio público

— Uso público libre peatonal

— Uso público libre rodado

Espacio colectivo

— Uso público libre

— Uso público controlado

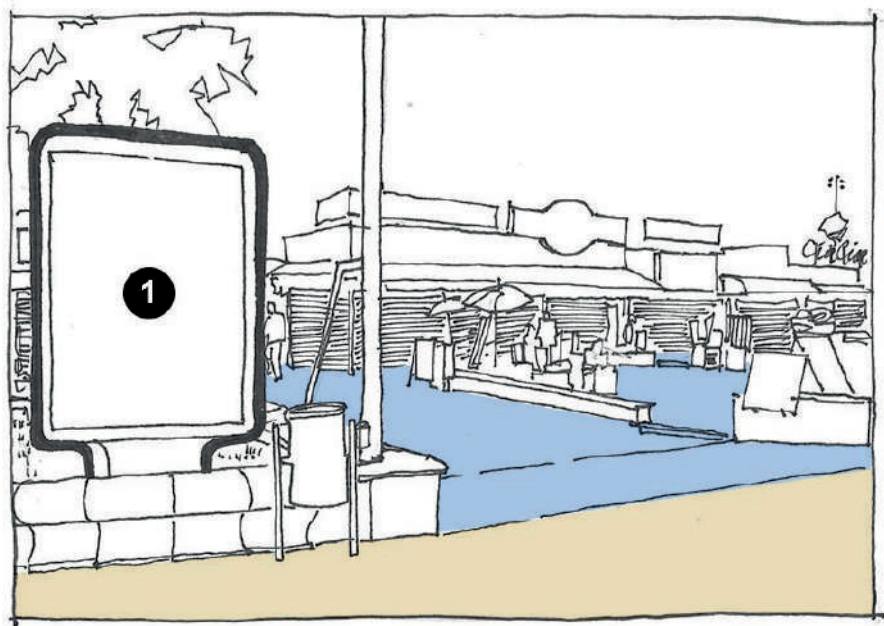
Caso de estudio

## Elementos de control (2.1b)

Fig. 3-17:

1. Panel informativo de comportamiento dentro del centro comercial

Fuente: O. De Castro



El edificio funciona como un elemento de conexión para el acceso a la playa y no presenta barreras de control en los espacios abiertos. Existe cartelería que informa sobre las normas de comportamiento. Las cámaras de vigilancia son las de los propios locales. En este sentido, no funciona como un centro comercial que tiene horarios de apertura. Su utilización es más parecida a una calle, siempre accesible, con los comercios encargados de velar por su seguridad.



## **Accesibilidad desde la calle**

En los extremos, las dos plazas que conectan con el paseo marítimo elevado “Costa Canaria” constituyen los únicos puntos de acceso directo a los Anexos. Desde aquí se distribuye el flujo de turistas en dos direcciones, hacia la playa y hacia los pasajes comerciales.

La localización del aparcamiento entre el centro comercial y el paseo marítimo elevado reduce las posibilidades de una continuidad más directa entre el tejido urbano y los Anexos. De manera alternativa, los peatones pueden atravesar el aparcamiento, ya que el conjunto dispone de cinco accesos pequeños, que lo conectan con la zona de comercios.

Regresando de la playa es posible acceder por nueve puntos, que incluyen escaleras y rampas. Estos accesos quedan además debidamente señalizados por unos postes de madera que guían al turista a través de las dunas.

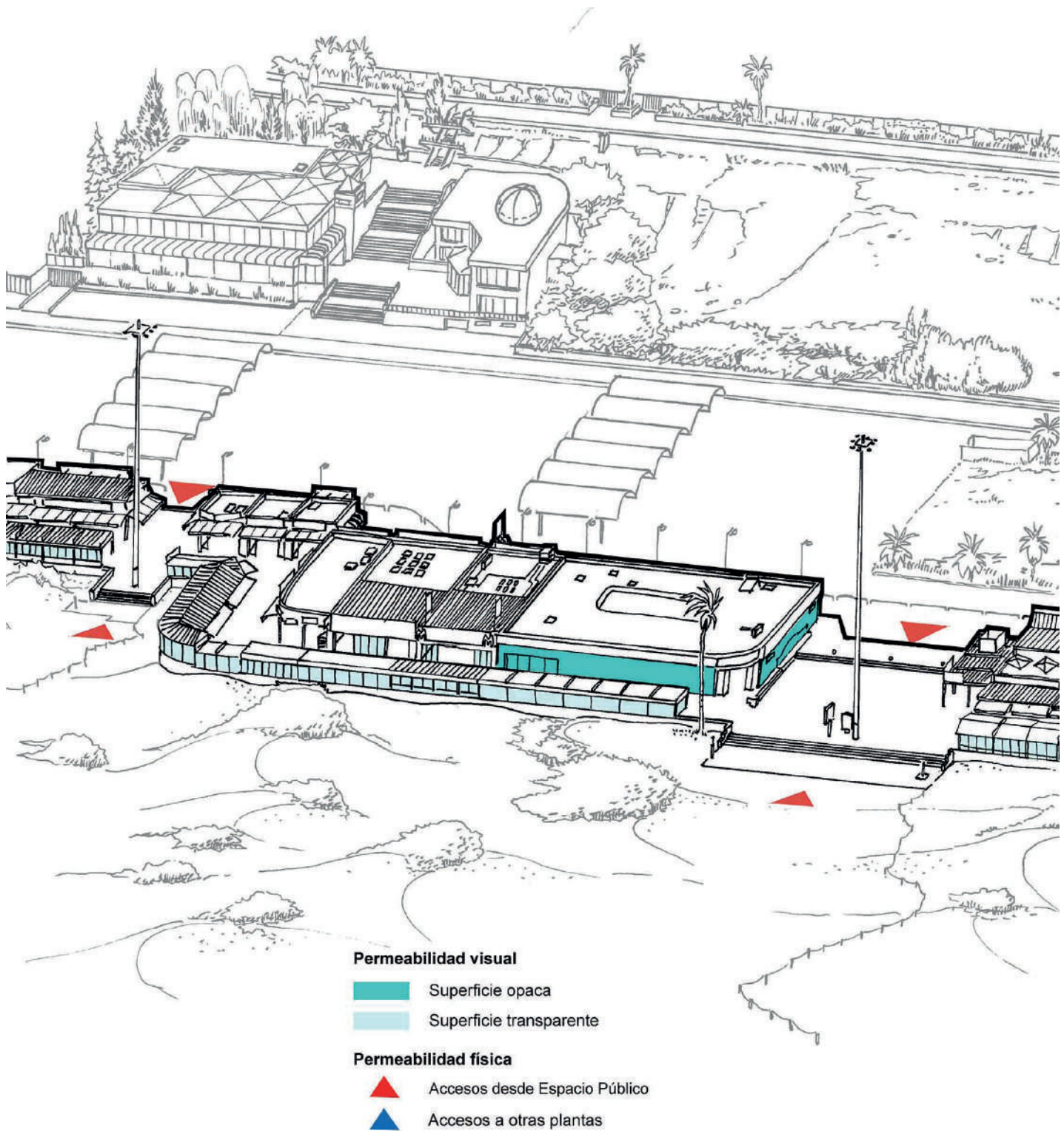
## **Permeabilidad física y visual de los espacios interiores**

Por lo general, tanto los locales como las ampliaciones sobre el paseo son abiertos; rara vez encontramos puertas. El objetivo principal es que el turista tenga los menos impedimentos posibles, para entrar dentro del comercio.

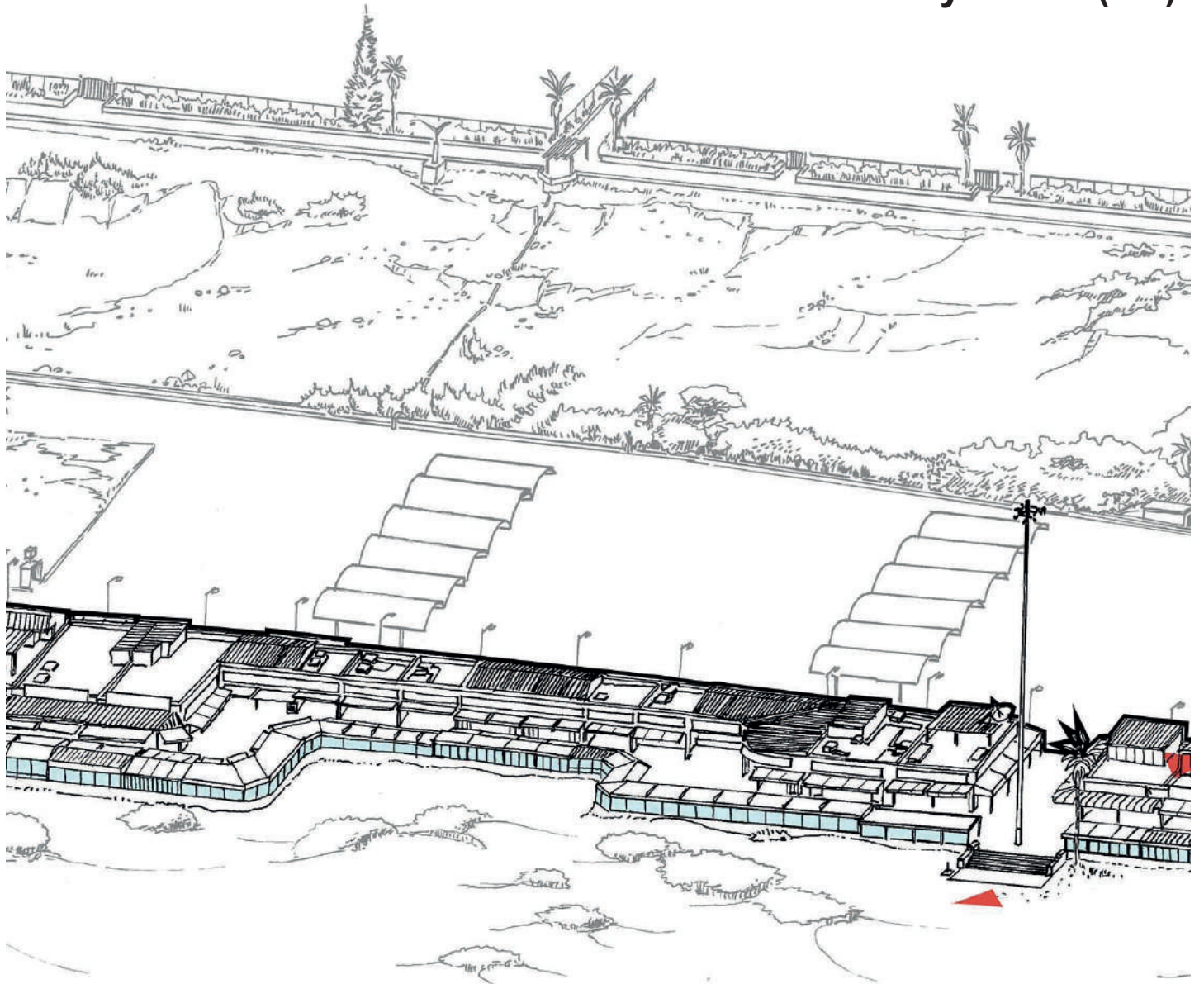
El bajo número de barreras físicas para acceder a los comercios garantiza también la permeabilidad visual para observar el interior de los locales desde el paseo. El problema principal viene del cerramiento hacia las dunas. Este es bastante heterogéneo. Los materiales utilizados van desde acristalamientos hasta lonas de plástico transparente. Las excesivas particiones de las ventanas, o el mal estado de los plásticos, dificultan la relación visual con la playa. Lo mismo ocurre en sentido inverso, cuando se observa el paseo desde la playa.

Otro factor a destacar es que el tramo más alargado del centro comercial Anexo II presenta su fachada trasera cerrada. En cambio, los locales del Anexo I se abren hacia la ciudad, conformando un frente de comercios en la calle. Además, el centro comercial dispone de una pequeña plaza ajardinada entre éste y la acera, como elemento de relación que permite un acceso menos rígido (Fig. 3-17).

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso

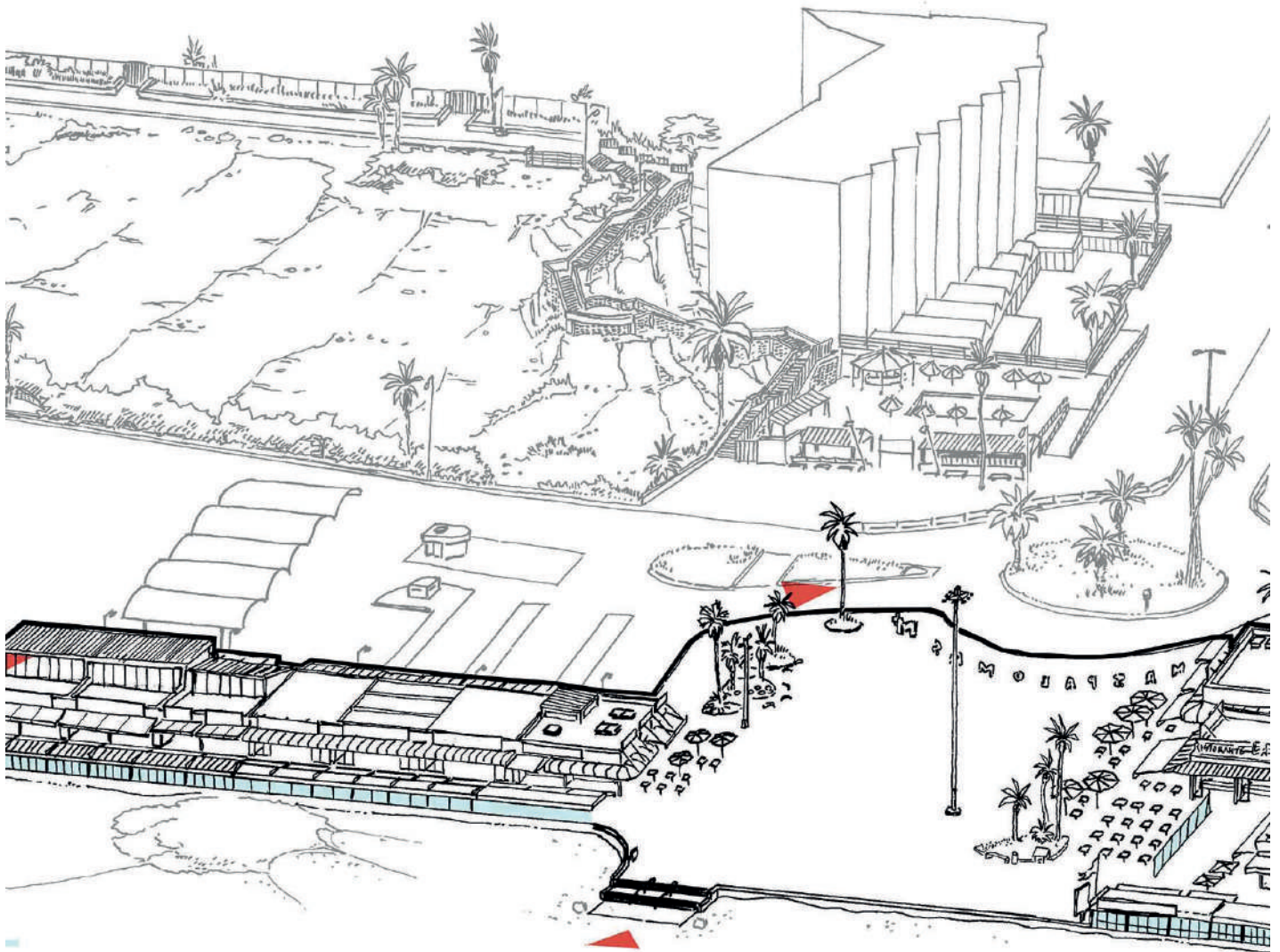


## Permeabilidad física y visual (2.2)

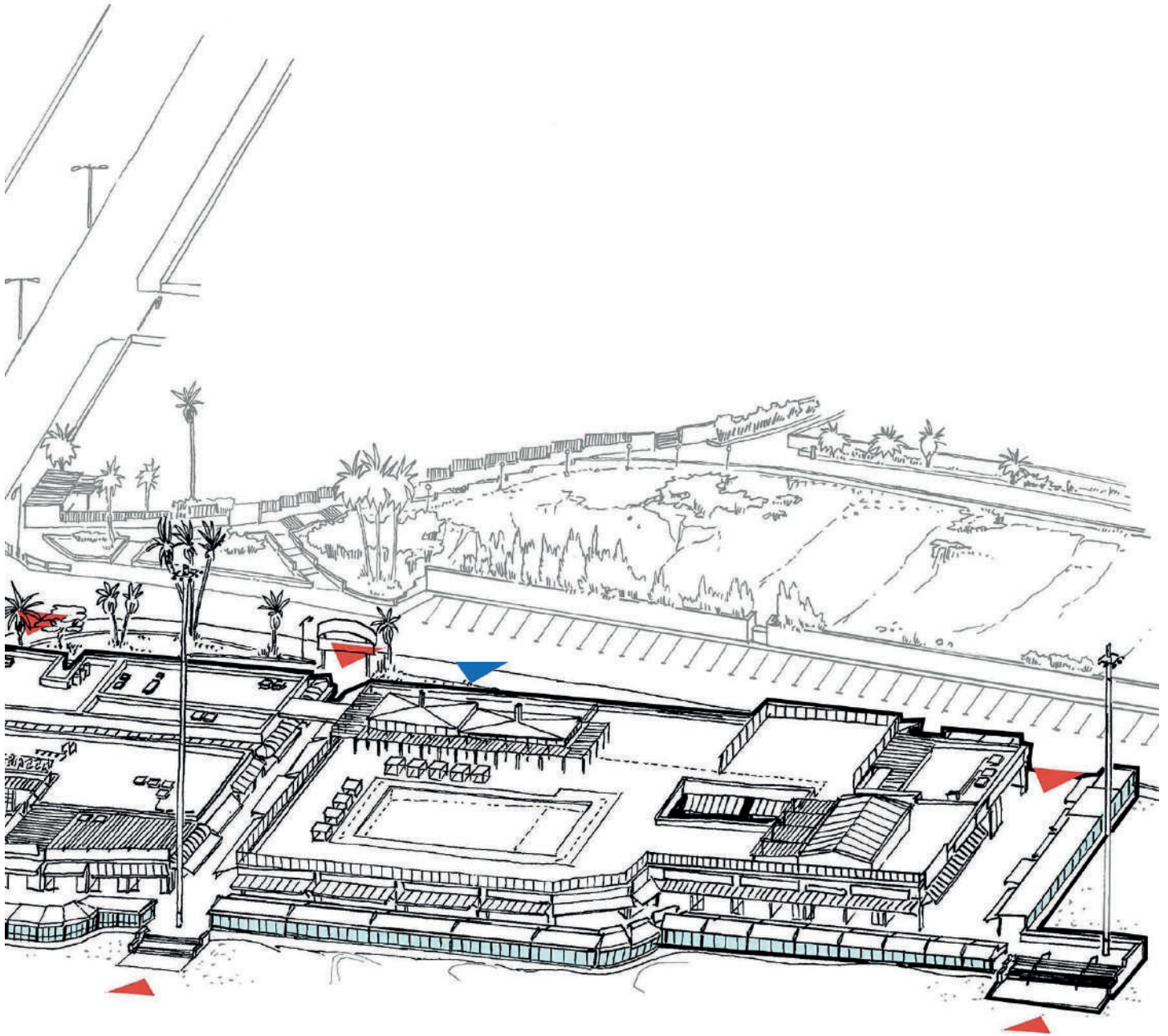


Plano. 3-22 (1) ■

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso

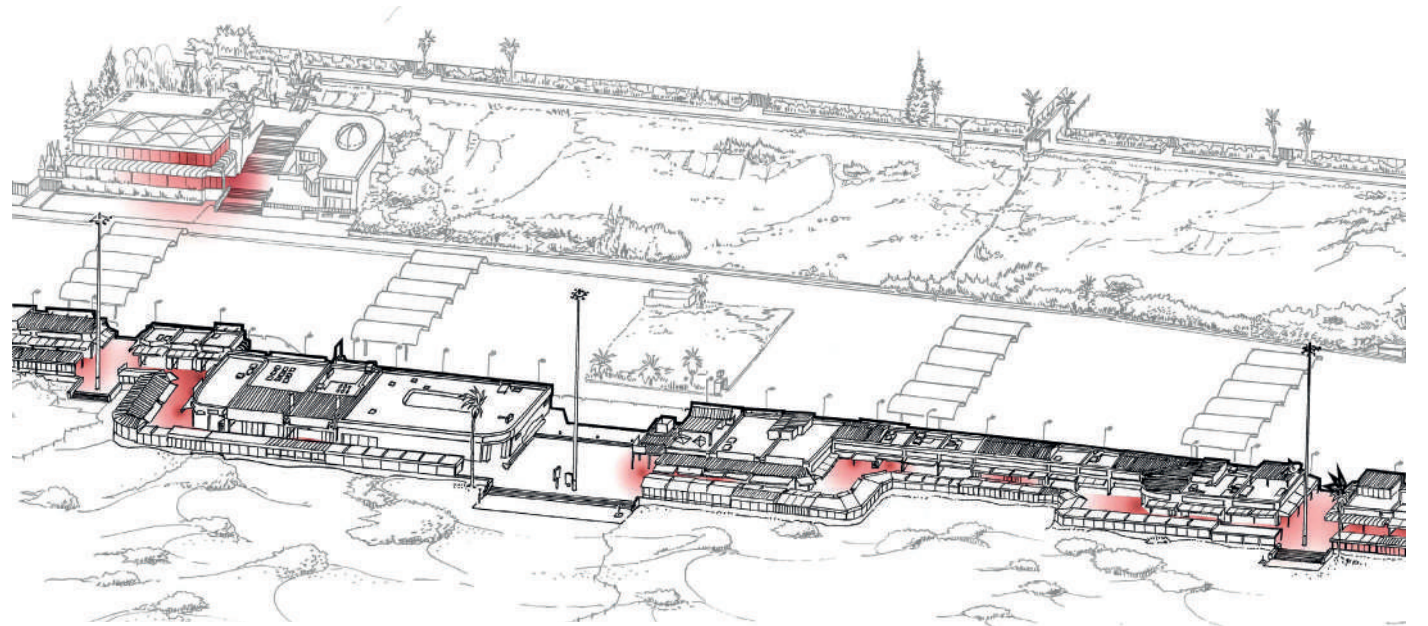
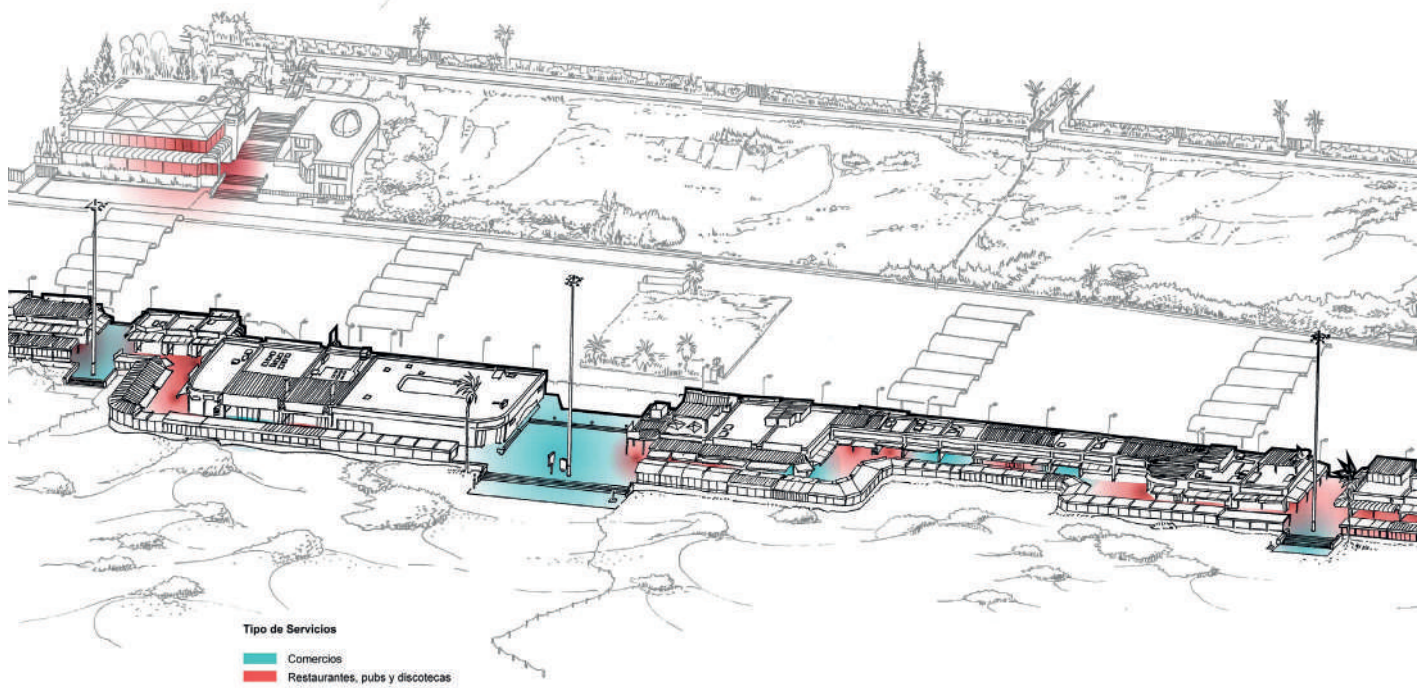


## Permeabilidad física y visual (2.2)



Plano. 3-22 (2)

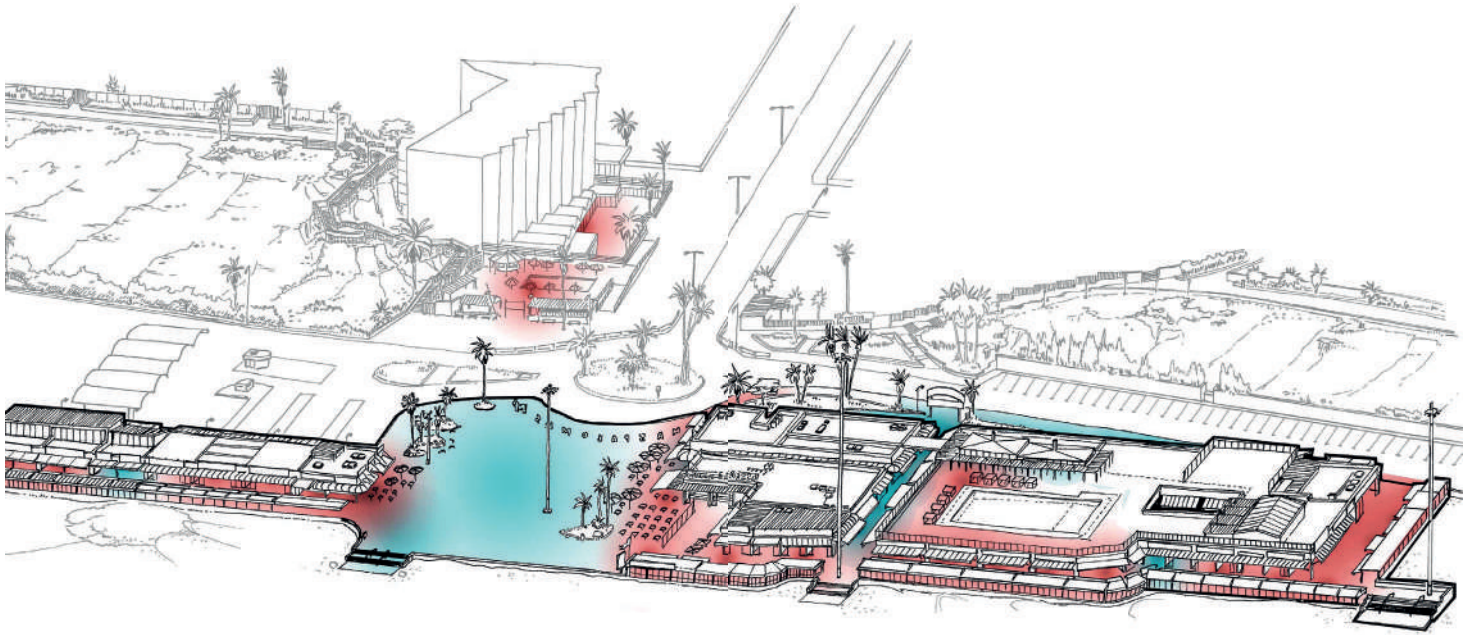
### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso



#### Diferencias de usos entre el día y la noche

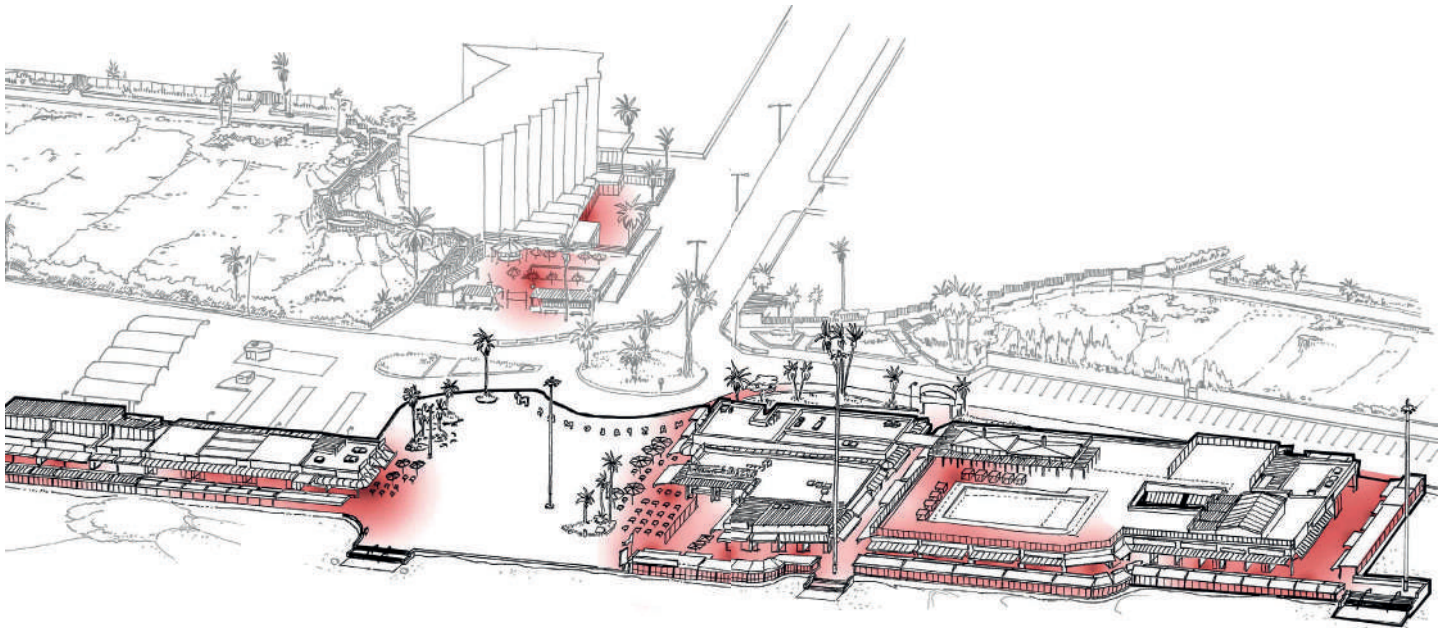
Los Anexos, al situarse junto a la playa, soportan un importante tránsito durante todo el día. Su alto uso se debe también a la amplia oferta de tiendas, supermercados, restaurantes, pubs, heladerías, etc. Este programa se reparte de manera homogénea, permitiendo que funcione todo el centro comercial con la misma intensidad.

## Intensidad de uso diurno (3.1)



Plano. 3-23 A

## Intensidad de uso nocturno (3.1)



Durante la noche, este mismo reparto hace que se mantenga activo prácticamente todo el conjunto ya que muchos restaurantes ofrecen cenas y espectáculos. Algunos espacios intermedios quedan libres del uso nocturno, como consecuencia del cierre de tiendas, pero la linealidad del edificio obliga al turista a seguir pasando por delante de los locales, aunque éstos estén cerrados.

Plano. 3-23 B

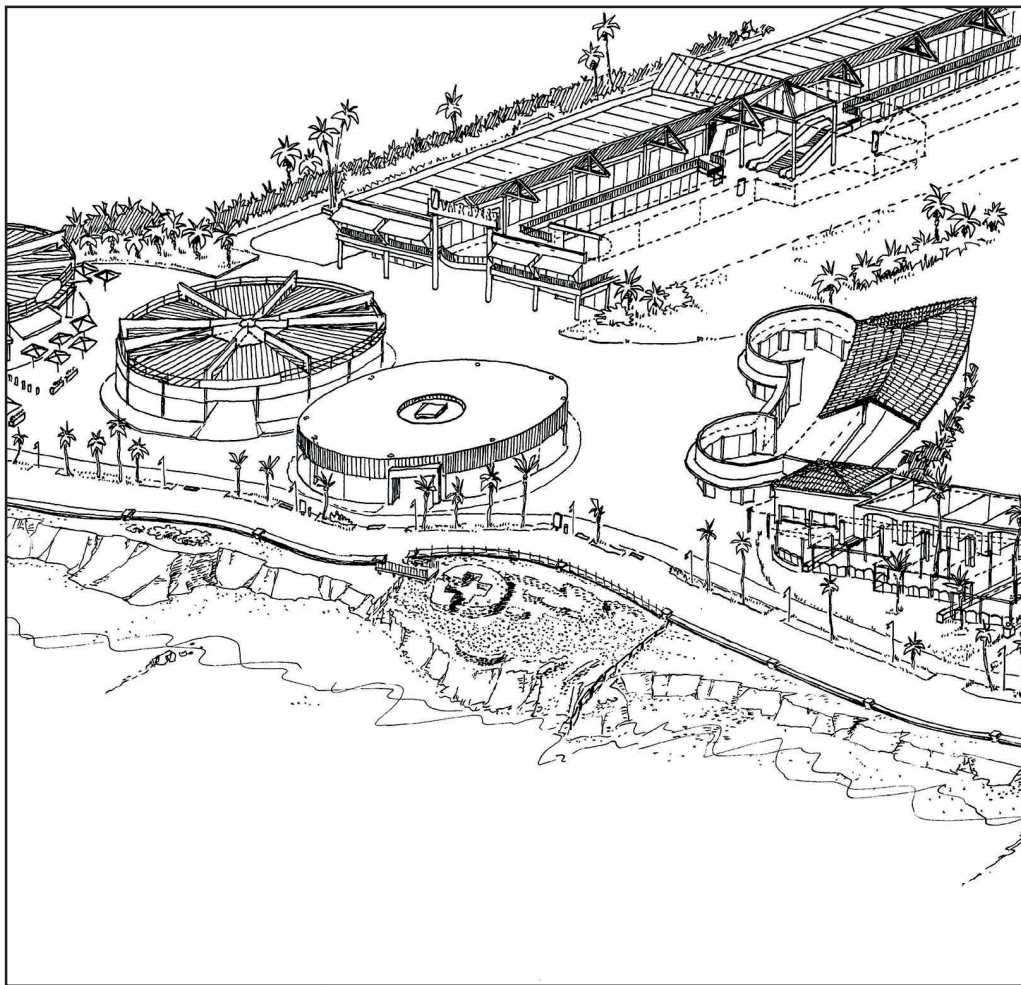
### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso



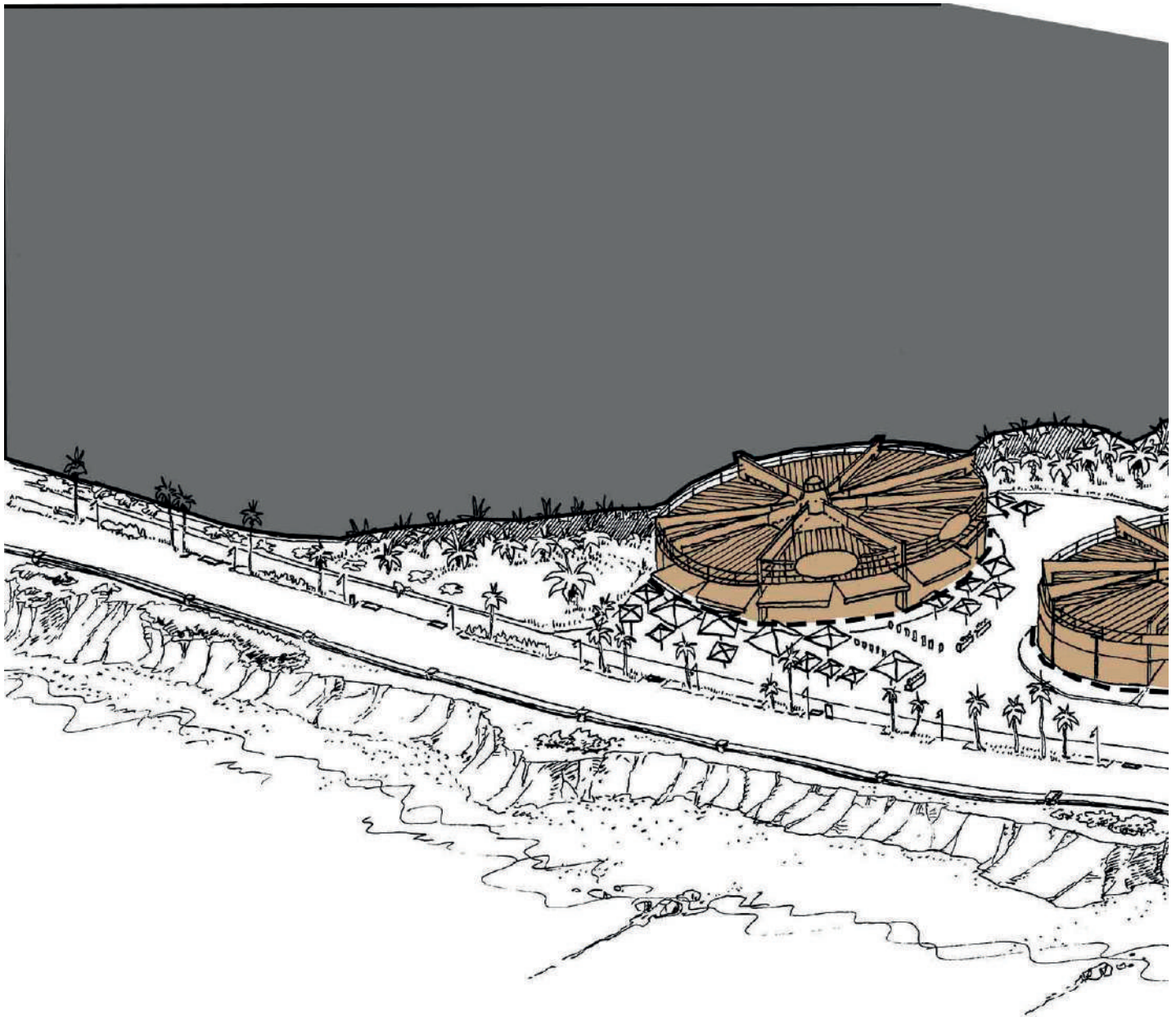
CONJUNTO

# BULEVAR EL FARO Y C.C. VARADERO

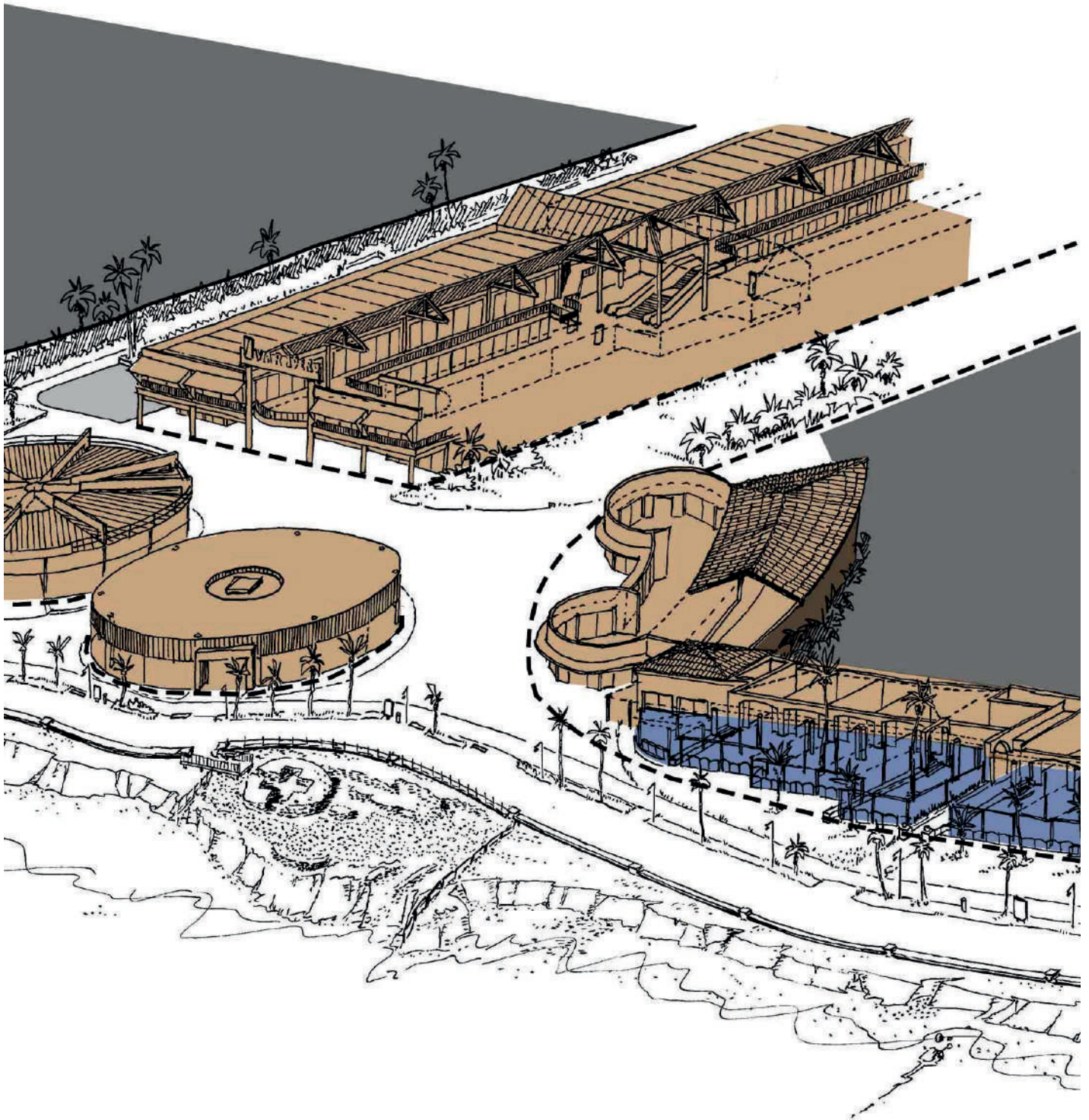
Sector de Meloneras



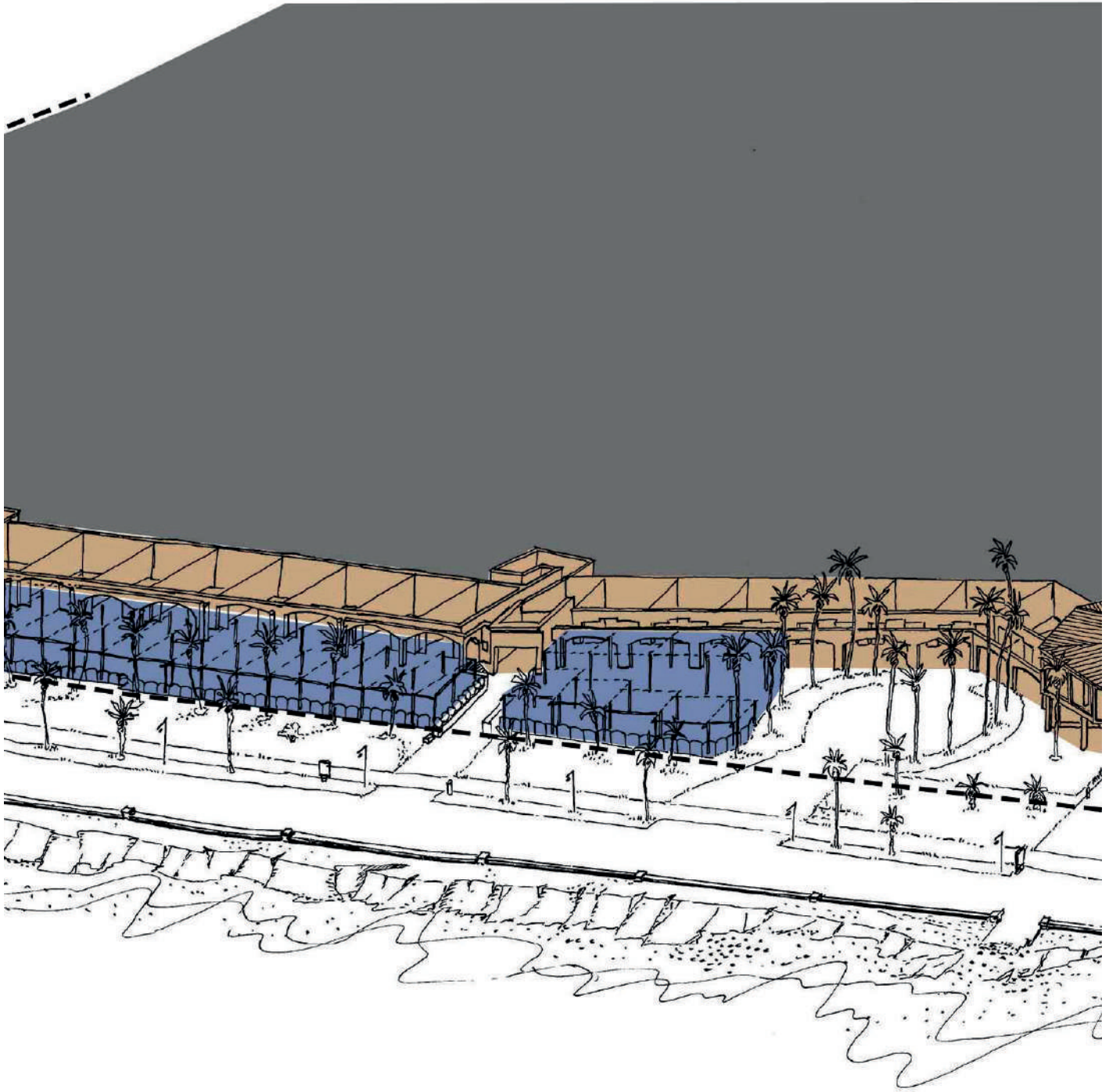
Caso de estudio 5



## Volumetría (1.1)

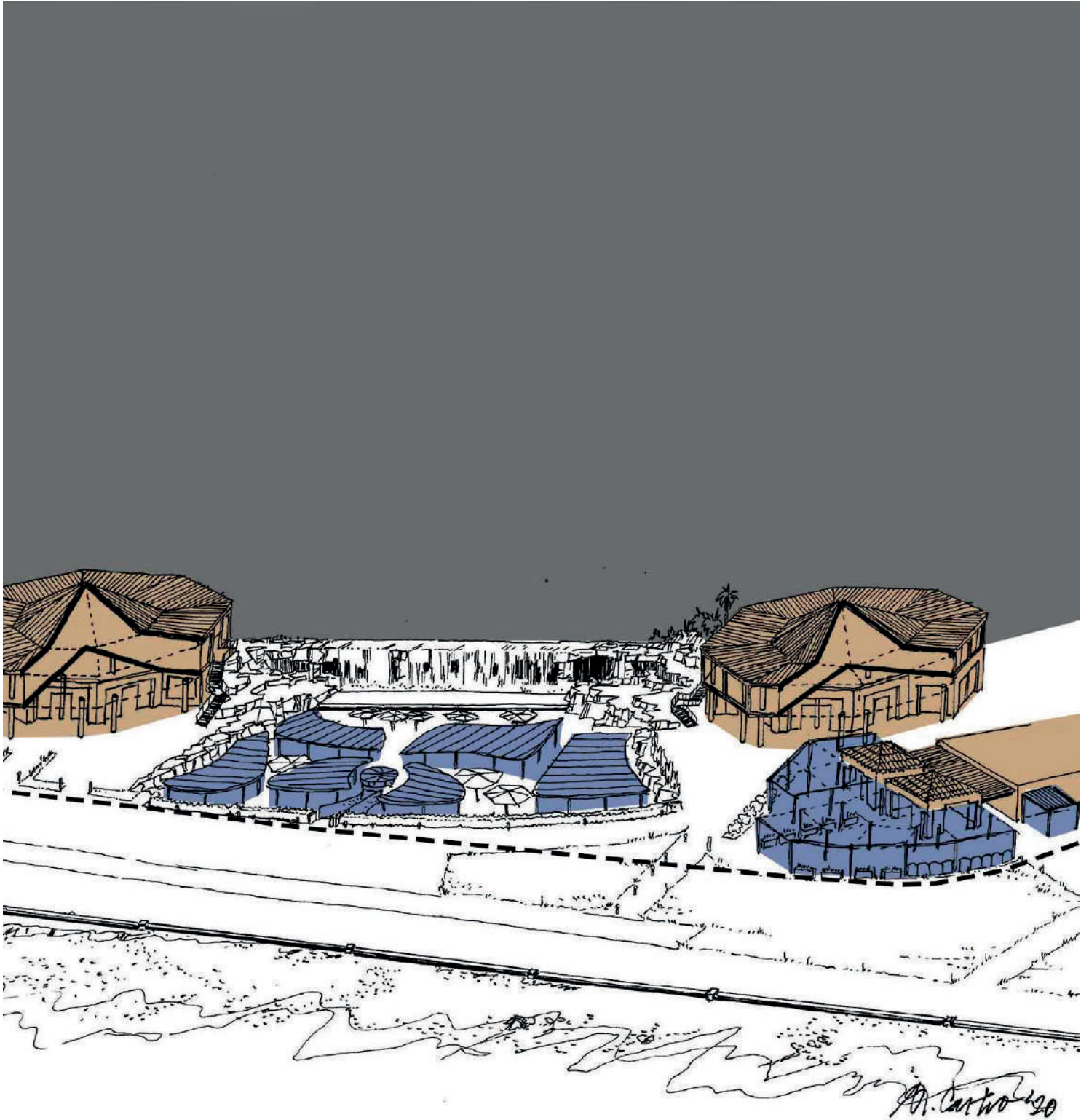


Plano. 3-23 (1)



## Volumetría (1.1)

Plano. 3-23 (1)



### Variaciones en la volumetría

Las ampliaciones en el bulevar El Faro tienen un carácter distinto al del Anexo de Playa del Inglés. Se utiliza la misma solución constructiva para todo el bulevar, lo que permite mantener una sensación de unidad. También la calidad de sus acabados es superior.

Las ampliaciones con pérgolas de madera que se repiten a lo largo de todo el conjunto, reducen el espacio de uso público libre original (Fig. 3-18). En general se leen como un volumen más.

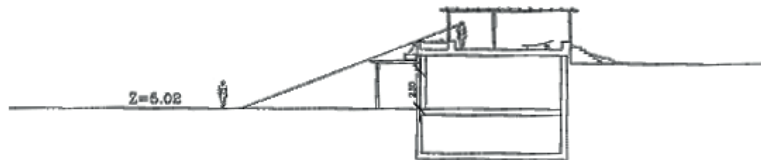
Si comparamos la sección original con la actual (Fig. 3-19), la primera incorpora un recorrido cubierto y abierto al paisaje por delante de los comercios. En la actual, las ampliaciones no afectan el ancho de ese recorrido, pero el pasillo pierde relación directa con el paseo costero. En general, todo el conjunto se ha dilatado acercándose a la costa.

## Volumetría-sección

Fig. 3-18:

Sección original del bulevar comercial El Faro. El dibujo no define el espacio actual de terrazas entre el pasillo y el Paseo Marítimo-terrestre.

Fuente: Archivo Municipal de San Bartolomé de Tirajana.



Plano. 3-24

Fig. 3-19:

Recreación de la sección actual del bulevar El Faro con las ampliaciones en azul.

Fuente: O. De Castro



## Complejidad espacial

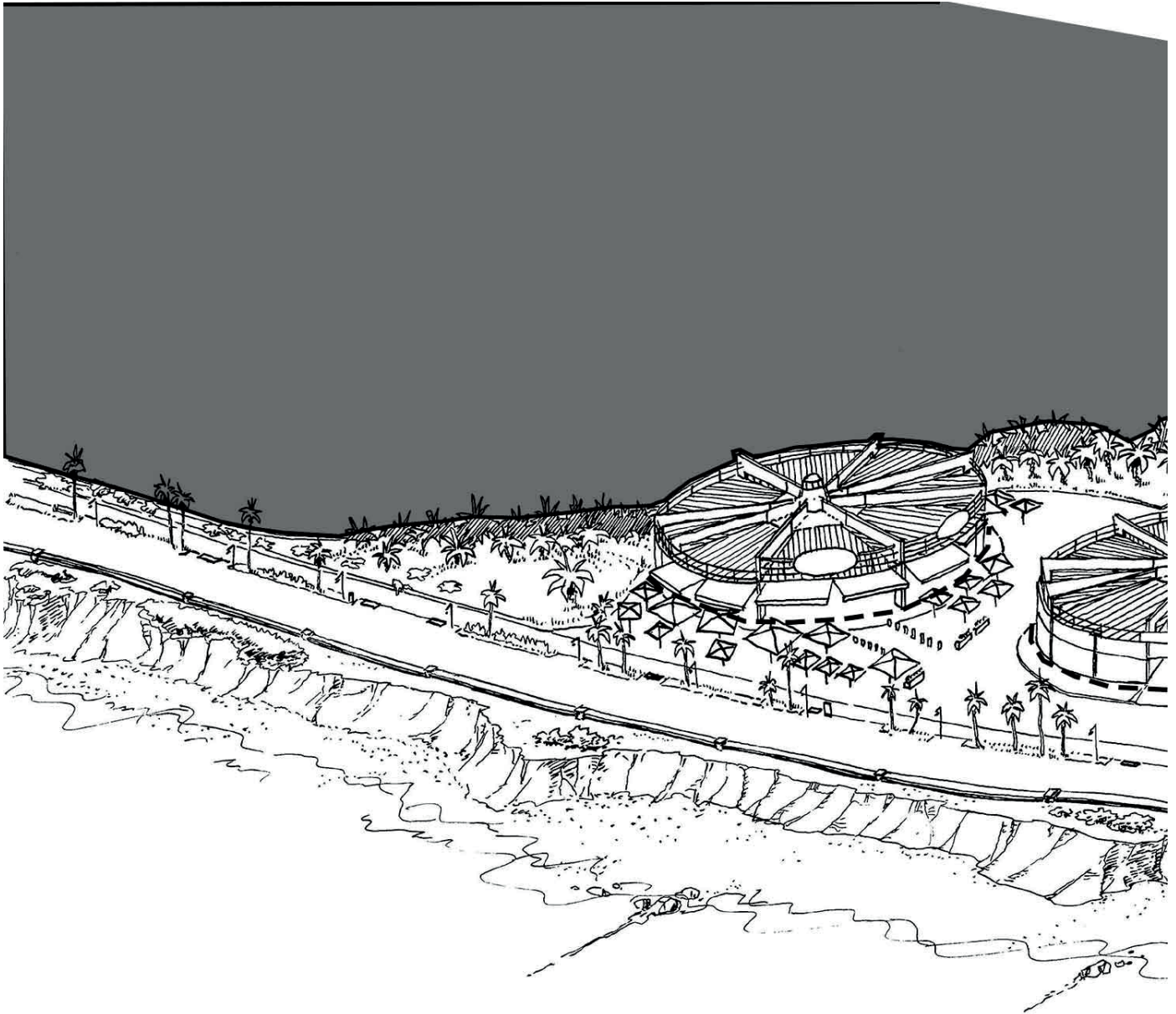
El Plano 3-25 (página siguiente) incluye los centros comerciales bulevar El Faro y Varadero y tres locales circulares que conforman el frente marítimo. El papel del paseo marítimo cobra especial relevancia, como espacio de relación entre las partes.

El centro comercial Varadero es una galería cerrada de dos plantas que también funciona como espacio pasante hacia la costa. En su interior presenta un gran atrio que permite visualizar todo el ancho del edificio. Los pasillos de la planta superior son balcones sobre la planta baja, generando dobles alturas. Sin embargo, la configuración simétrica de la planta reduce el contraste entre los dos extremos del edificio que deben responder a situaciones urbanas distintas.

El bulevar El Faro contiene un pasillo porticado entre comercios y terrazas que recorre todo el conjunto linealmente. En el tramo final el pasaje comercial termina entre volúmenes y se desconecta visualmente de la costa. Todos los quiebros del bulevar sirven para generar pequeñas plazas abiertas para mejorar la transición entre éste y el paseo marítimo.

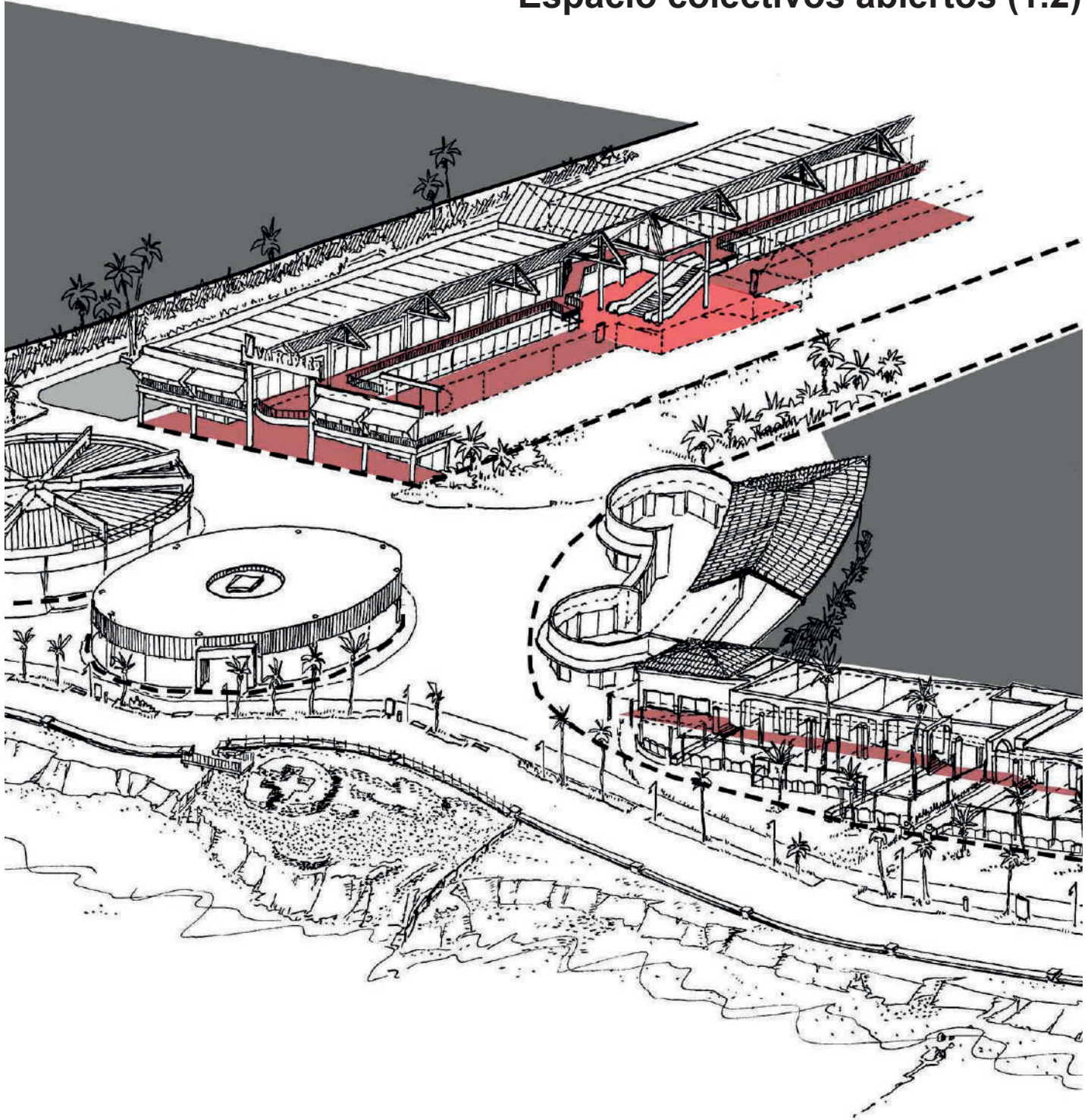
Los tres locales cilíndricos se disponen en medio de una plaza abierta lateralmente al paseo y limitada por un hotel y los centros comerciales Varadero y El Faro. El espacio público resultante de la implantación de los cilindros se explica mejor como negativo, ya que no tiene una forma definida. Además, la curvatura de las fachadas rehúye del diálogo frontal con el espacio abierto y la relación del edificio con los dos centros comerciales se establece por proximidad, al carecer de fachadas enfrentadas.

En definitiva, la riqueza espacial del frente marítimo de Meloneras radica en la variedad de espacios interiores que aportan los distintos edificios comerciales. Todos juntos conforman una experiencia relativamente compleja.

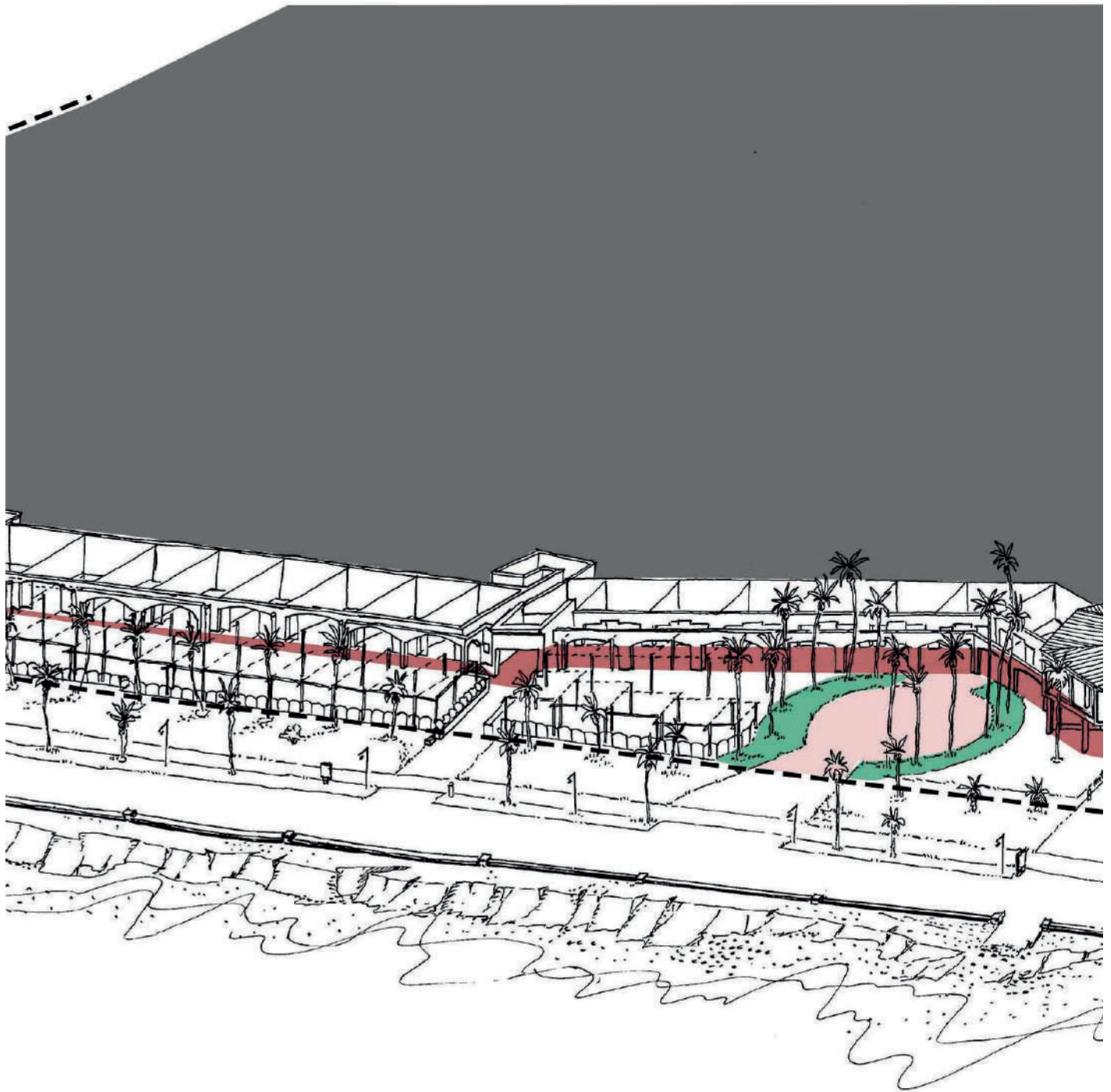




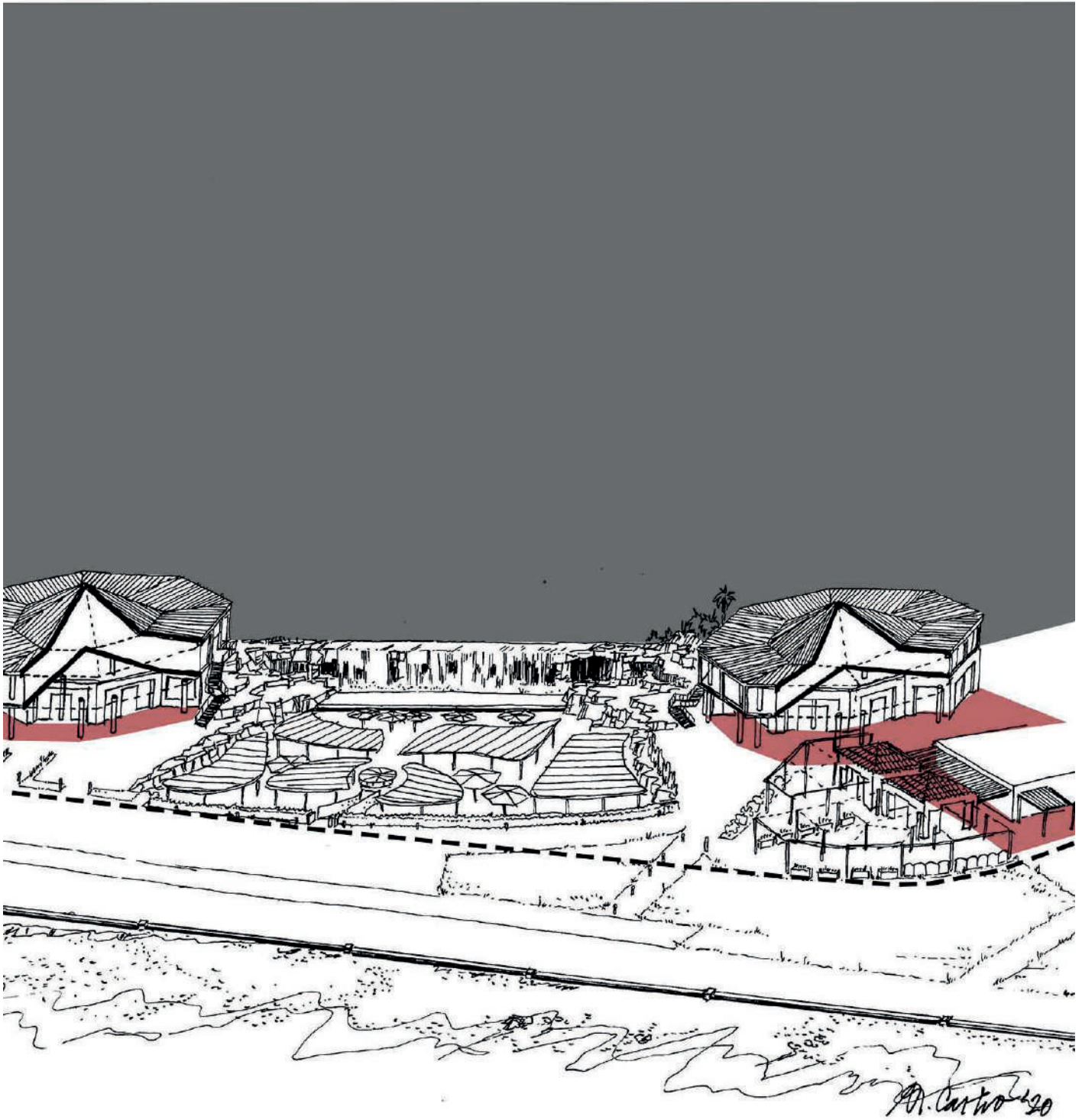
## Espacio colectivos abiertos (1.2)



Plano. 3-25 (1)



## Espacio colectivos abiertos (1.2)



Plano. 3-25 (2)

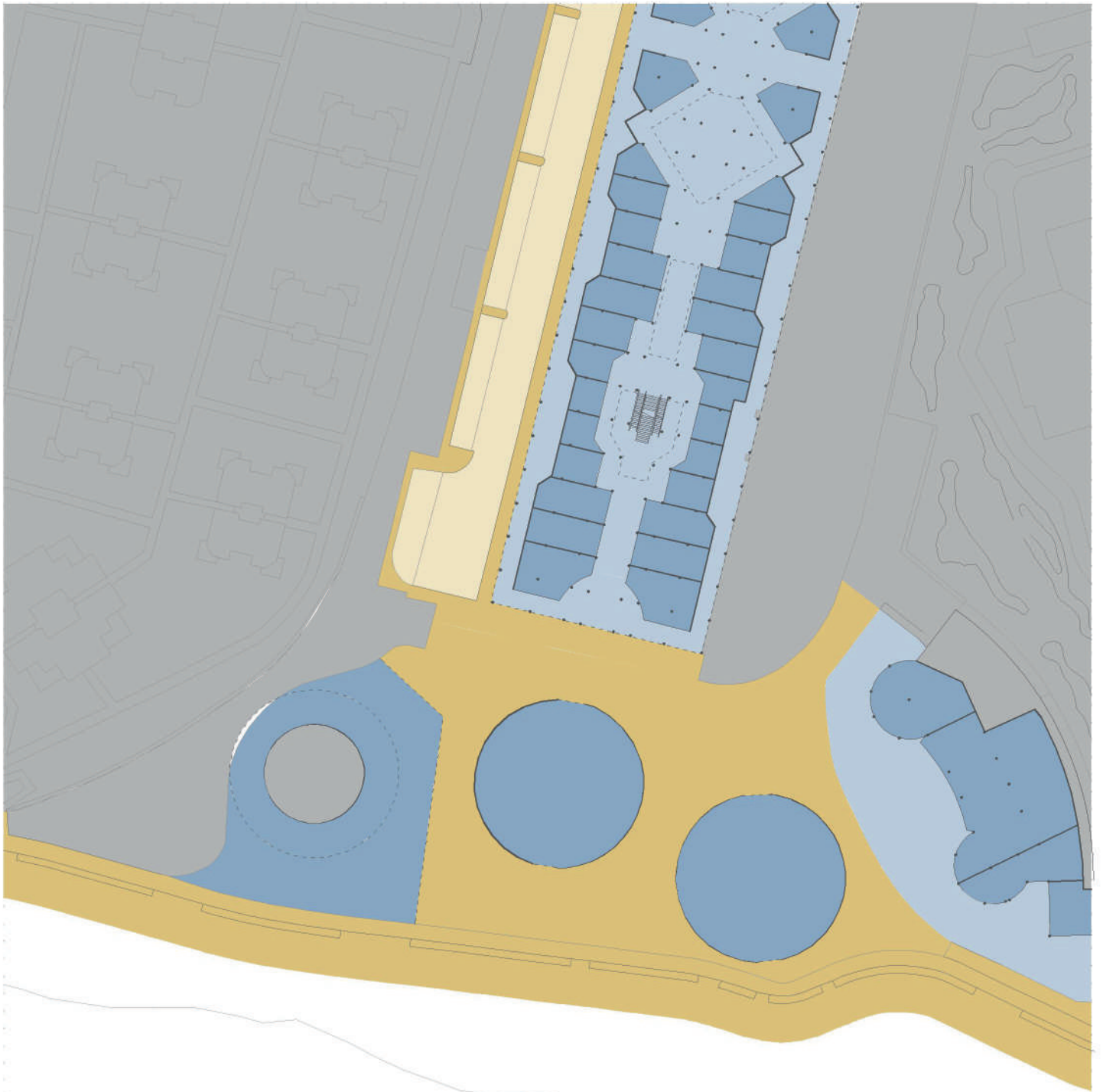
### **Control sobre el turista y libertad de movimiento**

La Ley de Costas prevé un espacio libre de tránsito público, y la movilidad se incrementa al situar los centros comerciales detrás del paseo.

En el plano de Gradientes publicidad- privacidad (3-26) el área de uso público libre y controlado dentro de los centros comerciales es similar. Los pasillos marcan cierta linealidad, pero también encontramos espacios más generosos, que aportan libertad al turista. En el bulevar El Faro, tanto la cabecera oeste como el tramo central ofrecen una gran superficie abierta al paseo marítimo. En el extremo este del edificio, existen pequeñas plazas y pasajes irregulares donde no se impone un movimiento lineal.

La amplia cantidad de espacios abiertos de los centros comerciales en contacto con el paseo generan continuidad y un importante espacio de libre circulación.

## Gradiente publicidad-privacidad (2.1)



Plano. 3-26 (1)



0 100 m e. 1/ 1000

Caso de estudio

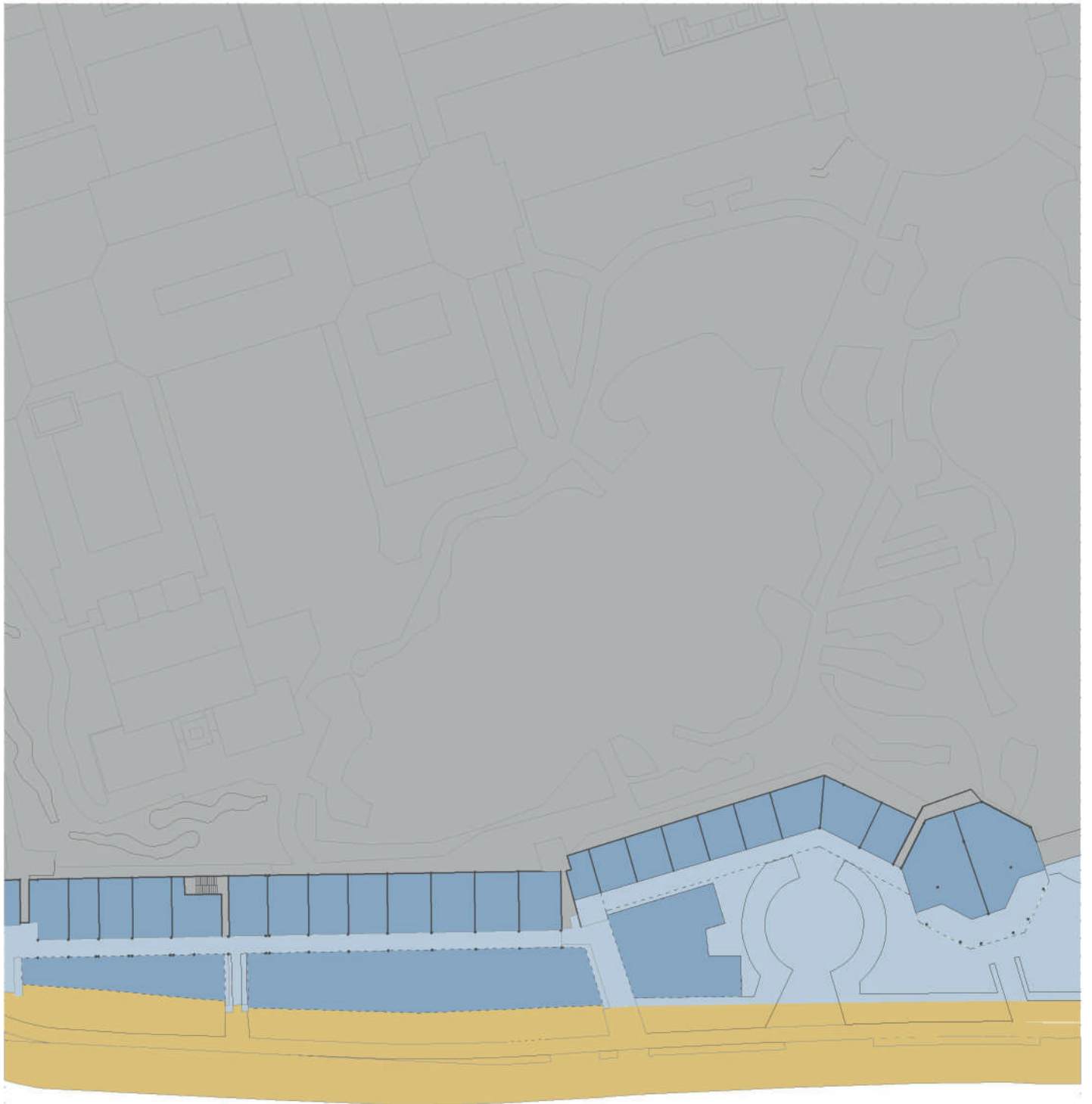
Espacio público

- Uso público libre peatonal
- Uso público libre rodado

Espacio colectivo

- Uso público libre
- Uso público controlado

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso



0 100 m e. 1/ 1000

#### Espacio público

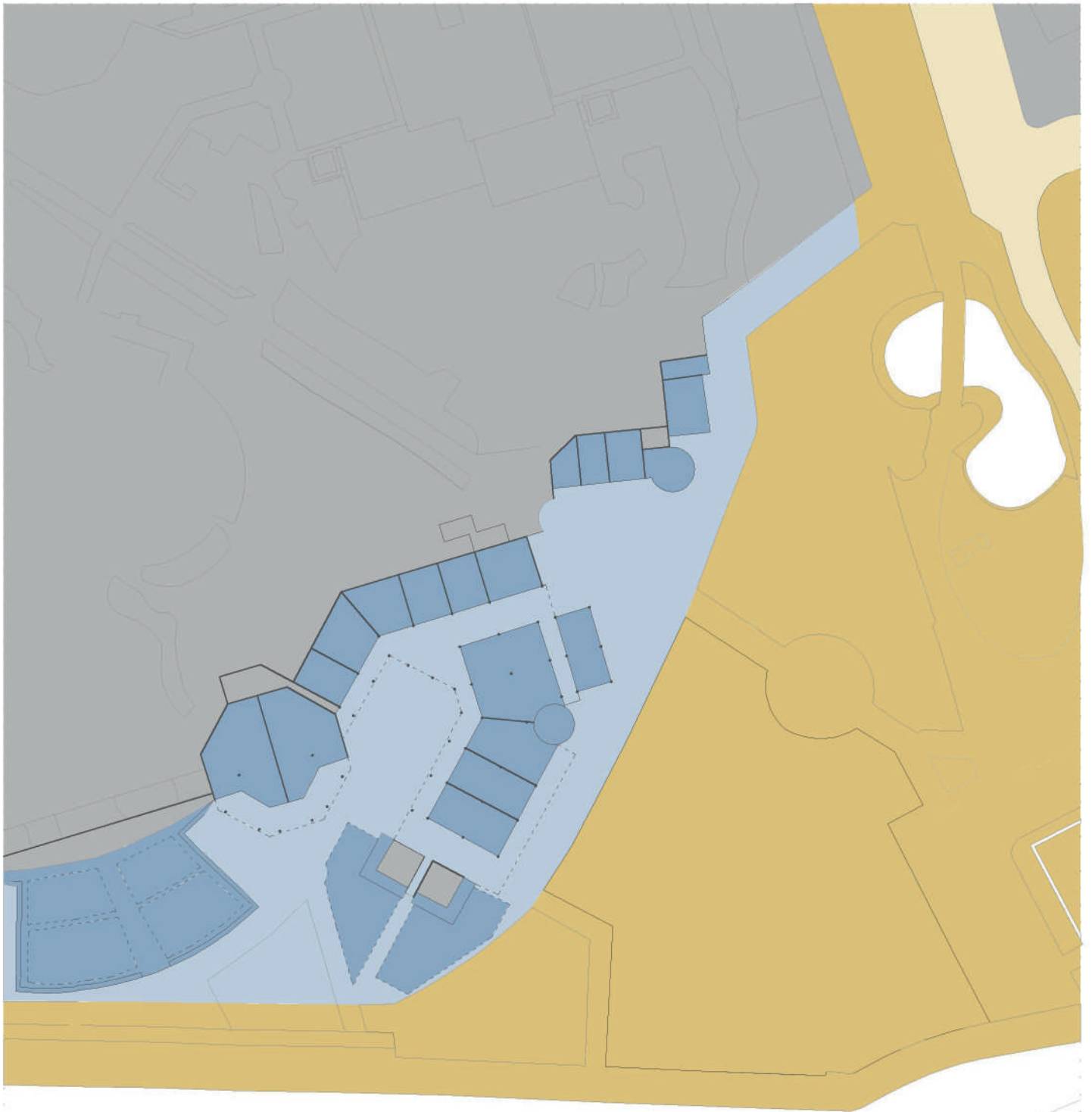
- Uso público libre peatonal
- Uso público libre rodado

#### Espacio colectivo

- Uso público libre
- Uso público controlado

Caso de estudio

## Gradiente publicidad-privacidad (2.1)



Plano. 3-26 (2)



0 100 m e. 1/ 1000

**Espacio público**

- Uso público libre peatonal
- Uso público libre rodado

**Espacio colectivo**

- Uso público libre
- Uso público controlado

Caso de estudio

## Elementos de control (2.1b)

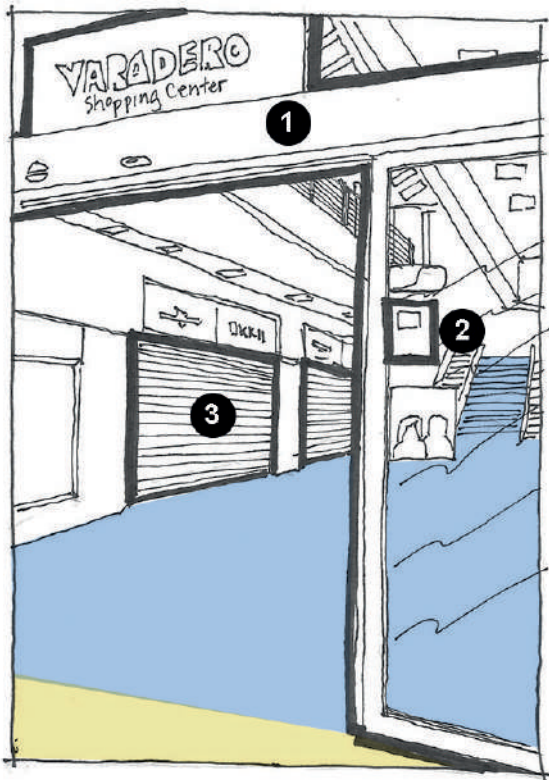


Fig. 3-20:

Centro Comercial Varadero

1. Puerta control de acceso al edificio
2. Cartel cámaras de video vigilancia
3. Reja de seguridad locales

Fuente: O. De Castro

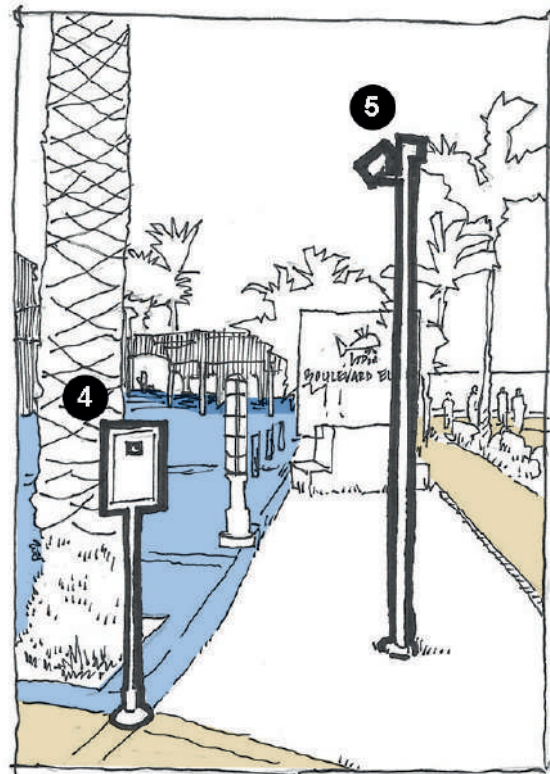


Fig. 3-21:

Bulevar El Faro

1. Cartel cámaras de video vigilancia
2. Cámara de seguridad

Fuente: O. De Castro



El centro comercial Varadero tiene un mayor control sobre sus espacios libres al estar en el interior del edificio. Las puertas de control automáticas (Fig. 3-20) se repiten en su perímetro.

En el caso del bulevar El Faro (Fig. 3-21), no hay ningún elemento de control de acceso sobre los espacios exteriores. Estos funcionan como una calle pública siempre accesible. Los elementos de vigilancia con cámaras son comunes en ambos casos y la cartelería informa al turista de que está siendo grabado. Solo en el centro comercial Varadero se encuentra un vigilante que controla el interior.



## **Accesibilidad al espacio colectivo exterior desde la calle**

Las amplias zonas de contacto del espacio abierto del bulevar con el paseo generan muchos puntos de entrada (Plano 3-27 (1)). El acceso no se produce a través de puertas. La continuidad del pavimento al mismo nivel del paseo y la ausencia de barrera físicas hace que disminuya el límite entre colectivo y público. Los caminos entre las franjas de césped que conectan ambos espacios ofrecen varios puntos de conexión; pero el espacio ajardinado no impide que los turistas atraviesen también el césped para llegar a la zona comercial.

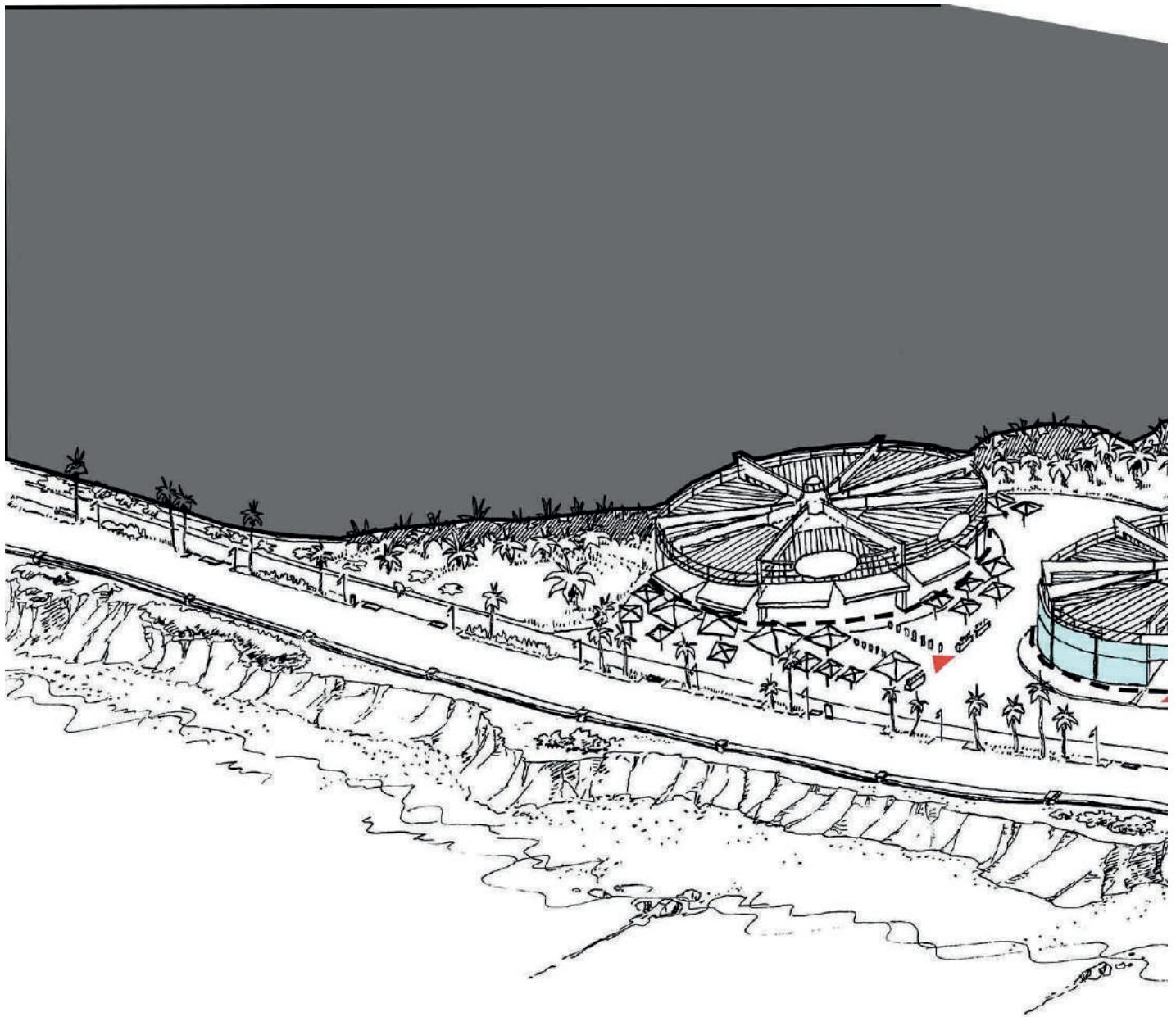
En el caso del centro comercial Varadero, éste sí establece dos puntos de entrada muy marcados en las dos cabeceras que dan al espacio público. De manera secundaria, existen otros accesos laterales desde el aparcamiento.

## **Permeabilidad física y visual de los espacios colectivos interiores**

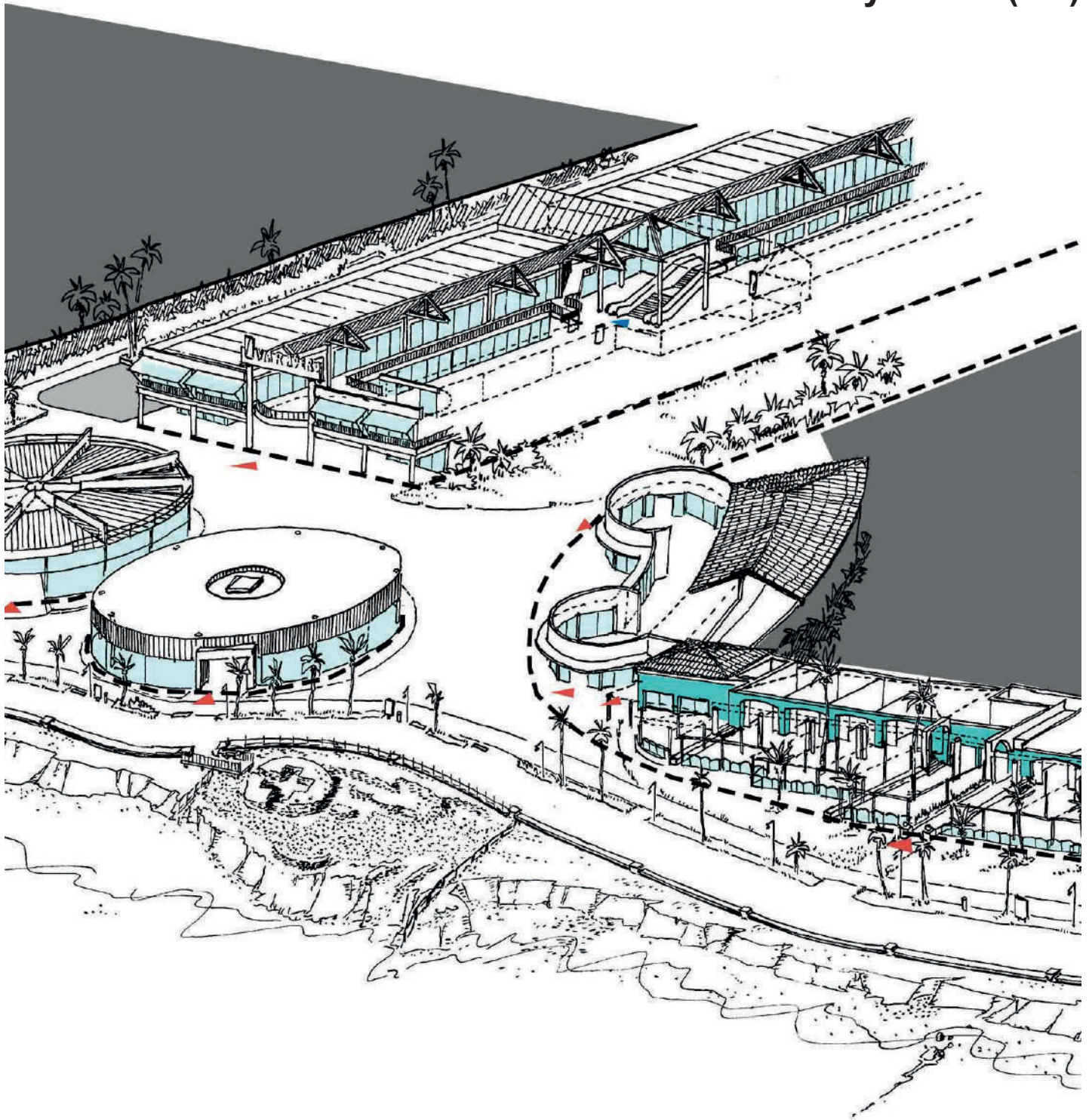
A lo largo de todo el bulevar El Faro los comercios presentan grandes escaparates y paneles acristalados en torno a las terrazas. Los locales también presentan huecos totalmente abiertos, que muestran todo el interior. En general, la permeabilidad visual es alta, tanto desde el espacio público, como del espacio libre interior. La accesibilidad a los comercios también es alta, ya que los locales se abren por completo al espacio libre; tan solo unos pocos tienen una pequeña puerta de acceso al interior.

En el caso del centro comercial Varadero, los comercios de souvenirs o ropa suelen estar abiertos a los pasillos. Otros comercios con productos más exclusivos, como joyerías, abren solo una puerta lo que introduce un filtro de control.

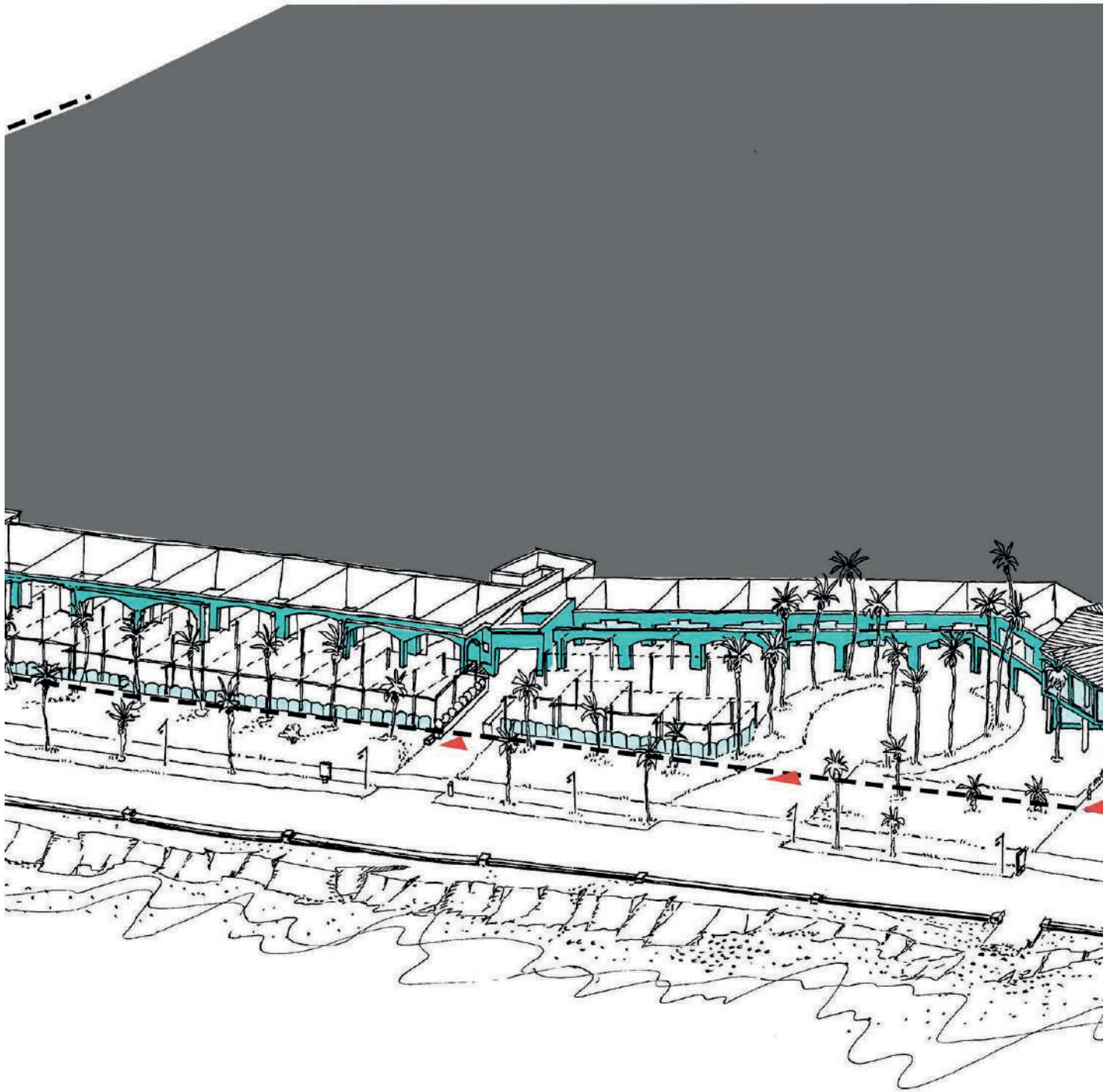
De los tres comercios cilíndricos, aunque no tienen espacios abiertos, dos incluyen una entrada a cada lado que permite atravesarlos. El tercero tiene terrazas a su alrededor limitadas con elementos separadores de la plaza con un solo punto de acceso.



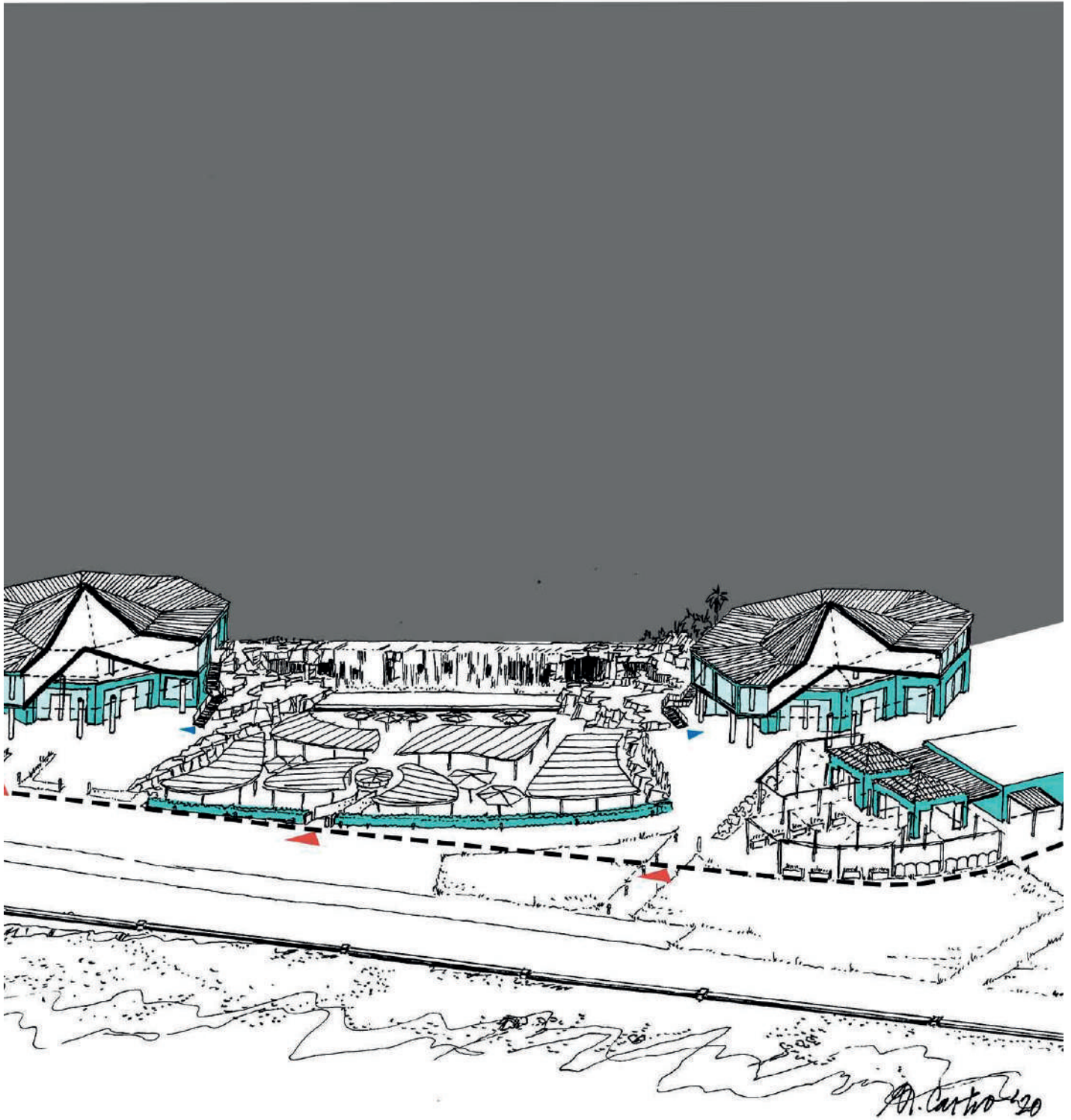
## Permeabilidad física y visual (2.2)



Plano. 3-27 (1)

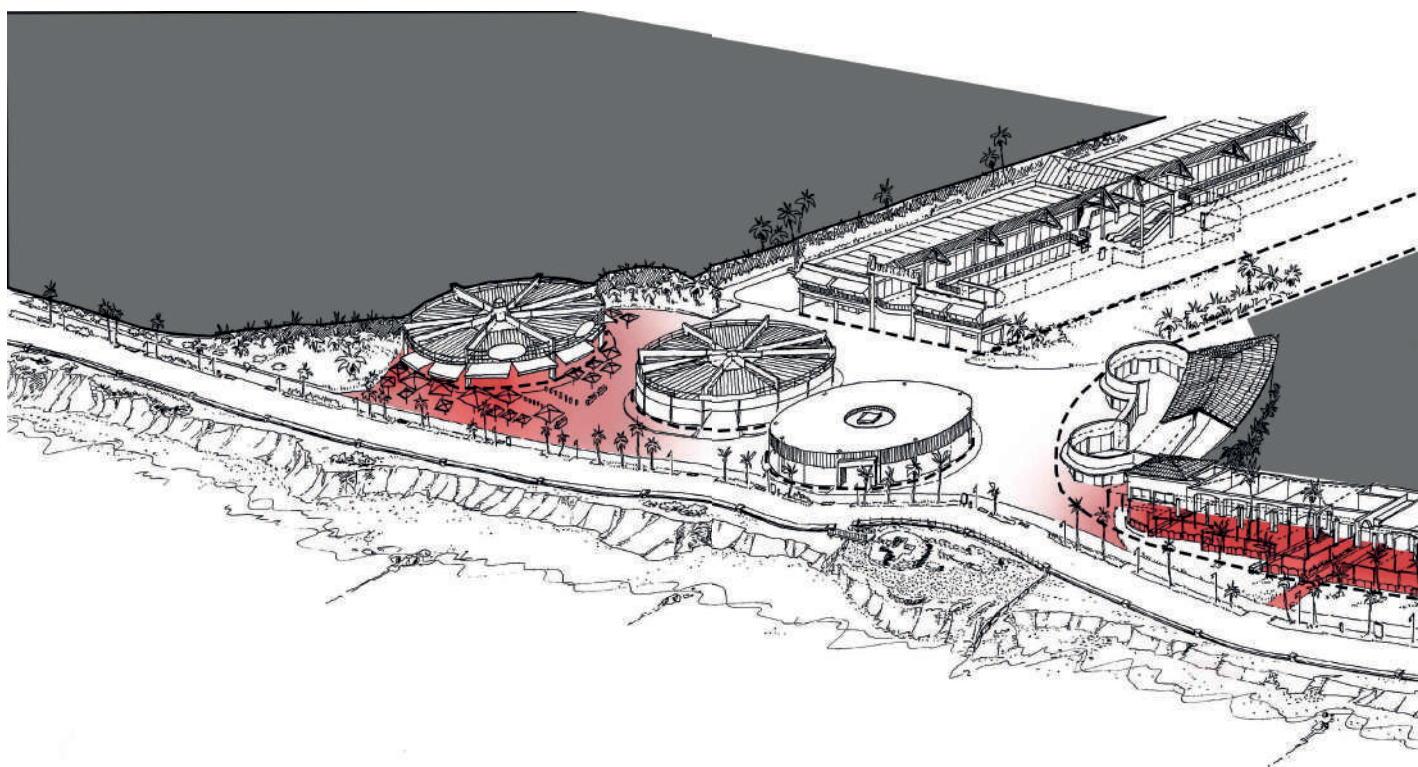
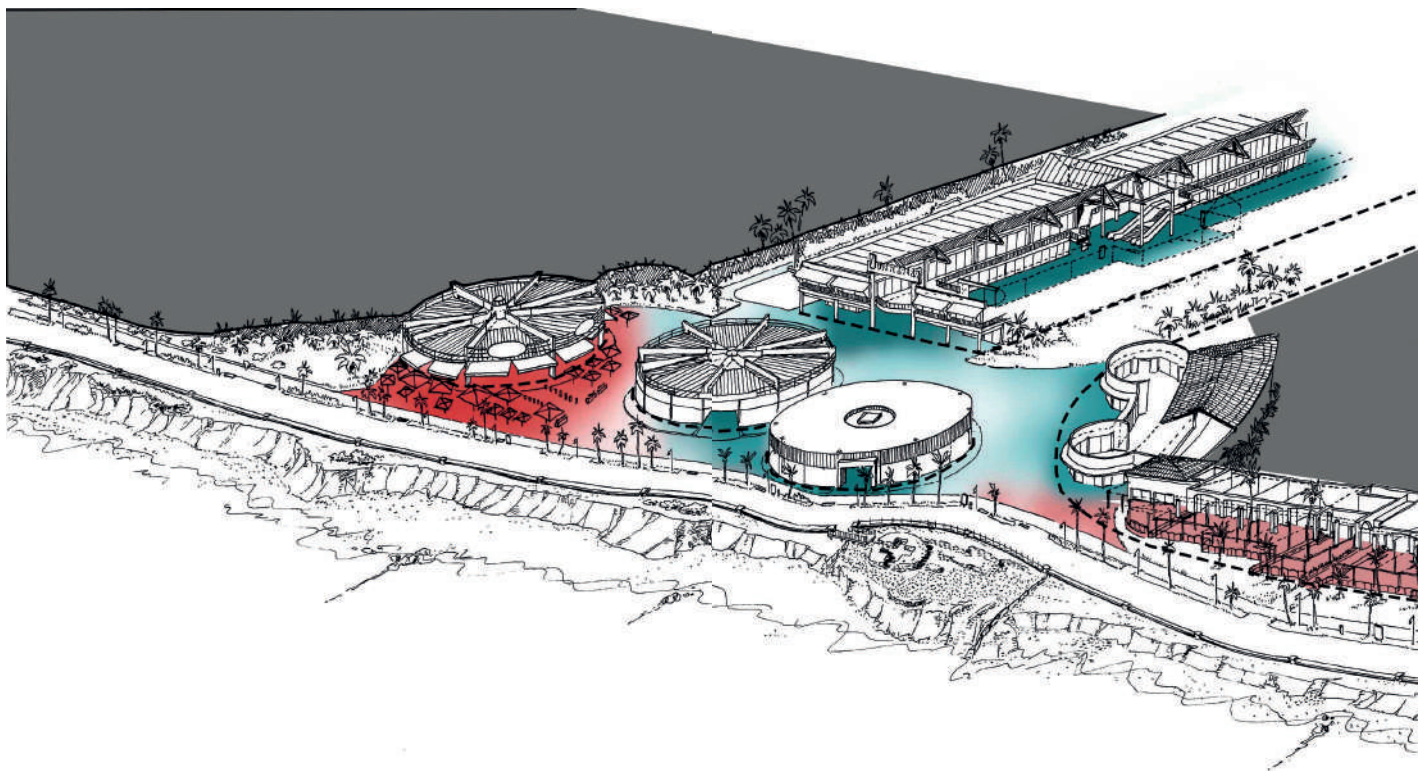


## Permeabilidad física y visual (2.2)



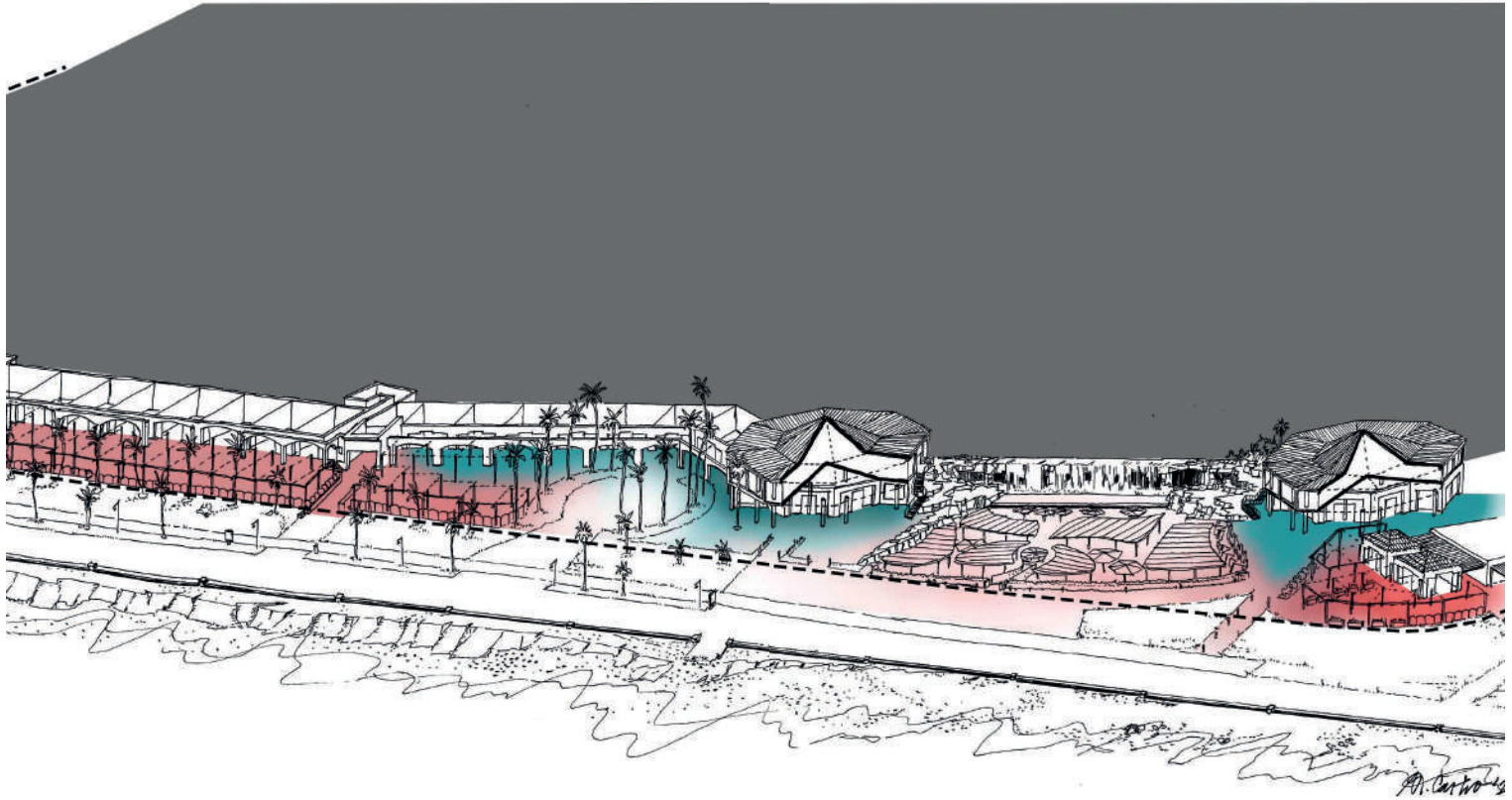
Plano. 3-27 (2)

### 03. Criterios de diseño en el espacio colectivo del turismo: volumetría, accesibilidad y uso



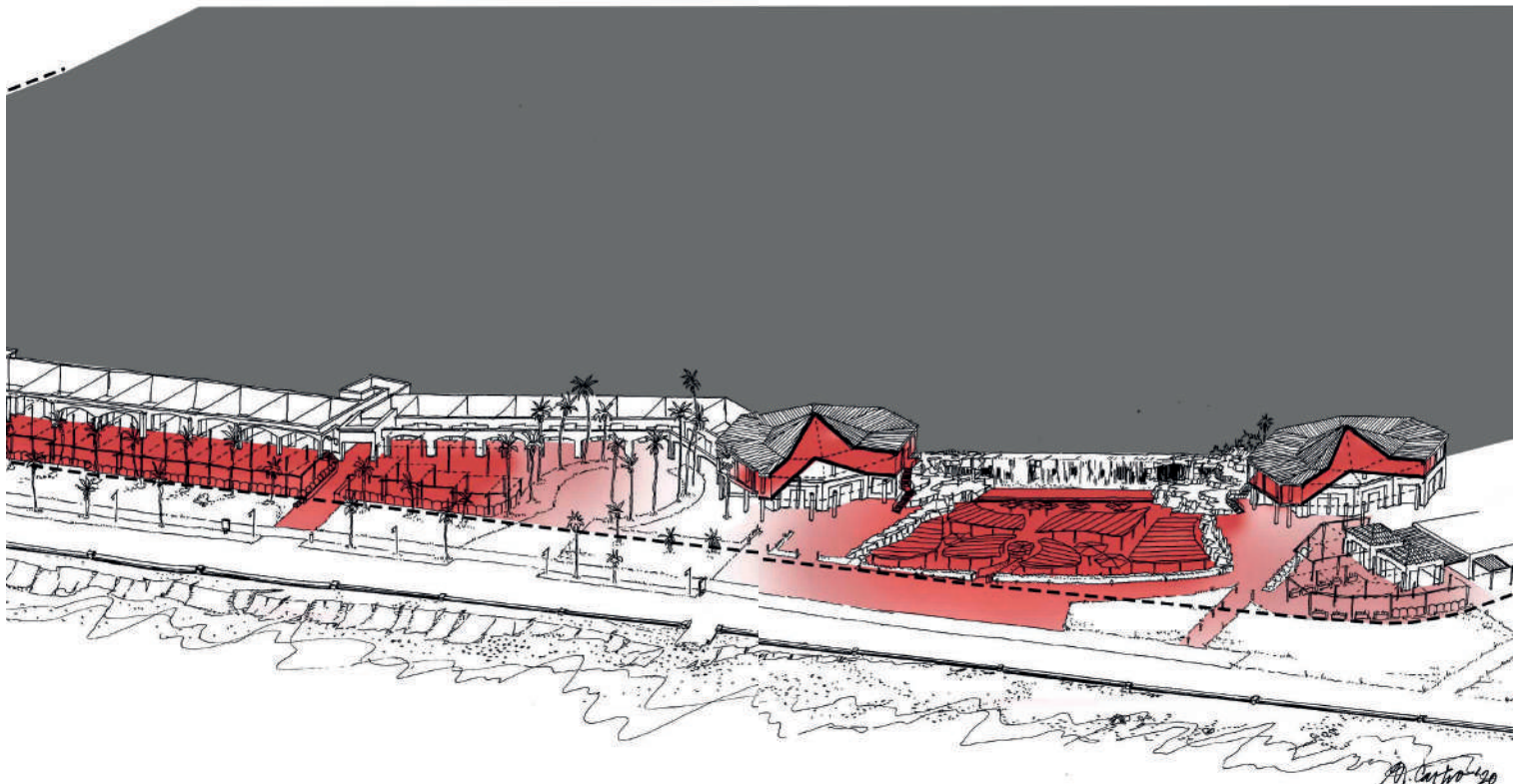
## Intesidad de uso diurno (3.1)

Plano. 3-28 A



## Intesidad de uso nocturno (3.1)

Plano. 3-28 B



### **Diferencias de usos entre el día y la noche**

El conjunto del frente marítimo de Meloneras tiene una afluencia importante durante todo el día. Es lugar de tránsito desde los hoteles hacia la playa de Maspalomas.

Durante el día (Plano 3-28 A) la planta baja del centro comercial Varadero funciona de forma muy activa debido a las tiendas. La planta alta incluye algunos locales para cafeterías o restaurantes cerrados en la actualidad. Por la tarde, la actividad del paseo marítimo aumenta para la cena de los turistas en los restaurantes del Bulevar El Faro. Esto produce que el centro comercial Varadero incremente el flujo de personas que lo atraviesa en un corto periodo de tiempo. Por la noche (Plano 3-28 B) la actividad de éste decae con el cierre de las tiendas a las 20.00 terminando por completo a las 22.00 hasta las 10.00 del día siguiente.

Durante la noche, solo el bulevar El Faro mantiene la actividad de ocio. Los lugares donde es más intensa son el tramo de los pubs y restaurantes en la zona de las pérgolas y en el tramo central, que funciona como terraza-discooteca.



## Resultados del Capítulo 3

### Sobre la complejidad espacial

Los centros comerciales analizados en los cinco casos de estudio son muy distintos en su configuración, pero tienen en común la utilización de pasillos y plazas como principal recurso compositivo. Excepcionalmente encontramos un atrio de doble altura en el centro comercial Varadero, o una plaza en la cubierta en el centro comercial Plaza.

La importante presencia de pasillos es consecuencia de las ampliaciones que buscan rentabilizar la superficie comercial del edificio al máximo. Se aumenta la superficie de locales a costa de la pérdida de espacio libre. Allí donde existe una pequeña plaza, las ampliaciones acaban por reducirla casi a espacios de tránsito.

La diversidad hay que entenderla más en términos formales. Encontramos una amplia variedad de tipos de pasillos y patios como consecuencia de las geometrías adoptadas en cada caso.

Los centros comerciales Kasbah y Plaza proponen dos soluciones distintas con pasillos en torno a un patio. El primero se desarrolla a nivel de calle. Utiliza un módulo cuadrado girado a 45° que se repite por todo el perímetro, liberando un espacio central de geometría rectangular. Los pasillos son todos abiertos y los encuentros a 90°. El centro comercial Plaza se desarrolla con dos plantas bajo rasante. Su geometría circular y la plaza inferior conforman un espacio excavado donde los pasillos interiores se abren lateralmente como balcones al patio.

Los casos del bulevar El Faro y los Anexos I y II de Playa del Inglés son ejemplos de variaciones sobre un pasillo con comercios. El primero funciona como un paseo comercial quebrado en diversos ángulos, cubierto en unos tramos y abiertos al paisaje en otros. Esta irregularidad permite dar respuesta al paseo marítimo monótono y a la forma del espacio libre del hotel en su parte posterior. Por su parte, el tramo largo de los Anexos resulta un pasillo más rígido como consecuencia de la repetición de una misma sección (local

con paseo delante). Originalmente, los locales se abrían a las dunas, pero con las ampliaciones la mayoría de los tramos quedan con poca o nula visibilidad hacia el paisaje.

Los espacios colectivos abiertos de los cinco casos de estudio se resuelven principalmente con dos tipos de espacio abierto: el pasillo comercial y el patio. La diversidad se introduce mediante la adopción de geometrías diversas para introducir complejidad. En segundo lugar, 4 de los 5 centros comerciales contienen en su mayoría espacios exteriores. Solo el centro comercial Varadero es un edificio completamente cerrado, más parecido a una galería o pasaje comercial decimonónico, cuyos negocios se abren solo al interior. Por último, la construcción de los centros comerciales comienza en la década de los 70 y se prolonga hasta la actualidad. Sin embargo, la preferencia por los espacios colectivos abiertos aprovechando el buen clima y el paisaje se mantiene.

#### **Sobre la accesibilidad y libertad de movimientos**

Los casos estudiados muestran importantes diferencias en los criterios de accesibilidad desde la calle al interior. Cada centro comercial plantea una tipología distinta, que condiciona los puntos de acceso, especialmente en aquellos casos donde los espacios de aparcamiento separan el edificio de la calle.

El conjunto de centros comerciales del primer caso de estudio (CE-1) presenta una accesibilidad muy dispar. La Kasbah tiene dos únicas entradas importantes y otras dos secundarias. El Metro solo incorpora un punto de acceso a modo de pasarela desde el bulevar y dos desde la calle a través de escaleras. Únicamente la accesibilidad en el C.C.Plaza es alta, debido a la cubierta a cota de calle que ofrece acceso en todo el perímetro, a las tres escaleras perimetrales hacia la planta baja y a la gran escalinata que conectan la cubierta con la plaza inferior. En consecuencia, no hay un criterio único de relación con las calles peatonales centrales, la arquitectura toma protagonismo y busca implementar un bulevar equipado con comercios a sus lados. Sin embargo, varios tramos del bulevar no establecen relación con los comercios y se convierten en áreas sin uso.

Los casos de estudio 2, 3 y 4, apartamentos Barbados, centro comercial Yumbo y Anexo I y II en Playa del Inglés presentan una accesibilidad muy condicionada por la presencia de aparcamientos entre los espacios abiertos y la acera. En ocasiones, el turista tiene que atravesar el área de coches para acceder a sus zonas comerciales, encontrando barreras físicas, como muretes y vallas de control de vehículos.

El caso 5, el conjunto bulevar El Faro y centro comercial Varadero, tiene un grado de accesibilidad alto al integrarse con el paseo marítimo. La prevalencia de espacios peatonales permite acceder a todo el conjunto desde varios puntos y se enlazan los centros comerciales de manera ininterrumpida.

En relación a la libertad de movimiento, los planos de Gradiente de publicidad-privacidad en los cinco casos muestran una pérdida paulatina de libre circulación interior, debido a las ampliaciones. Este grado de libertad es algo mayor en aquellos casos con patios.

En relación a los mecanismos de control encontrados, 4 de 7 centros comerciales disponen de puertas para cerrar el edificio total o parcialmente. El resto permanecen abiertos, permitiendo a sus interiores mantener la continuidad con el espacio público. Tampoco existe una presencia importante de vigilantes privados y se opta por la instalación de cámaras en zonas comunes y en las puertas de locales.

### **Sobre la intensidad de uso de los espacios**

La intensidad con la que se usan estos espacios está estrechamente relacionada con los hábitos del turista. Durante el día los espacios comerciales y de ocio vinculados a la playa presentan una mayor afluencia que aquellos situados en el interior. Cuando la jornada termina, los turistas disfrutan de todos los centros comerciales para pasear, cenar y disfrutar de los locales nocturnos.

La actividad de ocio nocturno en los espacios colectivos del interior y de borde junto al mar es parecida. Los centros comerciales más usados en este momento del día son el Plaza, la Kasbah, el Yumbo y el bulevar El Faro.



## IV. Conclusiones

Esta investigación pretende servir para interpretar de manera crítica el diseño de los destinos turísticos y las implicaciones que tiene el espacio colectivo en su funcionamiento. Esta reflexión debe entenderse en el contexto de Maspalomas-Costa Canaria, sin pretender generalizar las conclusiones a otros destinos turísticos.

Aun existiendo cierta similitud en la demanda del turista sobre los destinos de sol y playa, hay singularidades propias del destino canario asociadas a su proceso de construcción, modelo urbano, clima, cultura y paisaje, que lo distinguen de otros. Queda pendiente una posible comparación entre los espacios colectivos de otros destinos. Sin embargo, esta investigación puede suponer un punto de apoyo tanto en la base teórica como en lo metodológico. Nuestro marco conceptual entiende el espacio colectivo como un fenómeno urbano propio de la sociedad de consumo, siendo el turismo de masas un contexto propicio para su propagación. Los interiores de los centros comerciales y de ocio del turismo son similares a los existentes en la ciudad, pero con unas especificidades propias del contexto. Las rutinas y gustos del turista, la morfología del tejido turístico y las

## IV. Conclusions

*This research intends to critically interpret the design of tourist destinations and the implications that the collective space has on its functioning. This reflection should be understood in Maspalomas-costa Canarias's context, without trying to generalize conclusions to other tourist destinations.*

*Even though there is a certain similarity in the tourist's demands regarding sun and beach destinations, there are some singularities associated with its construction process, urban model, climate, culture and landscape, that will distinguish it from other destinations. A possible comparison with other destinations is still pending. However, this investigation could be useful as theoretical basis or methodology. The conceptual framework understands the collective space as an urban phenomenon of the consumer society, being mass tourism a context conducive to its spread. Interior areas in shopping and recreation centres are similar to those in the city but with some specificities of the place. The routines and tastes of the tourist, the morphology of the tourist fabric and the climatic conditions are some of them.*

*The methodological input*

condiciones climáticas son algunas de ellas.

La aportación metodológica se fundamenta en estas particularidades para diseñar las categorías de análisis. Se tiene en cuenta el paseo costero, los comportamientos diurno y nocturno del turista, la influencia del soleamiento en la organización de volúmenes en las parcelas, las tipologías alojativas (hotel, apartamento y bungalós) y el tipo de centros comerciales y de ocio. Además, se han utilizado tres escalas: urbana, intermedia y arquitectónica. Las repercusiones del espacio colectivo son inter-escalares y afectan a cuestiones como el carácter estructurante de las vías en el tejido, las áreas de centralidad, la definición formal de la calle, la transición con la acera o el grado de libertad del usuario.

Se ha observado asimismo como los espacios comerciales y de ocio en Maspalomas-Costa Canaria evolucionan desde lógicas internas, con ampliaciones y modificaciones de carácter epidérmico, que generan modificaciones respecto al orden tradicional. Esta arquitectura informal muestra una ciudad más singular, aparentemente “irregular”, con un resultado alejado del simple ajuste normativo. La metodología lo recoge como una categoría de análisis más, valorando aspectos negativos y positivos del fenómeno. Estas construcciones reducen la libertad de movimiento del usuario

*is based on these particularities in order to design the categories of analysis. It takes into account the coastal promenade, the day and night behaviours of the tourist, the influence of sunlight on the volume's organization, the accommodation typologies (hotel, apartment and bungalows) and the type of shopping and leisure malls. In addition, three scales have been used: urban, intermediate and architectonic. The repercussions of the collective space affect several scales and other aspects such as the structuring character of roads in the urban fabric, the areas of centrality, the formal definition of the street, the transition with the sidewalk or the degree of freedom of the user.*

*Moreover, it has also been observed how the commercial and leisure spaces in Maspalomas-Costa Canaria evolve from internal logics, with enlargements and modifications of an epidermal nature, which generate modifications with respect to the traditional order. This informal architecture shows a more unique city, seemingly “irregular”, with a result far away from the regulatory adjustment. The methodology includes it as one more category of analysis, assessing negative and positive aspects of this phenomenon. These constructions reduce the user's freedom of movement and alter the original volumetry. At the same time, they favour the street-store relationship, increase the intensity of use, enhance the visibility of the shops by offering*

y alteran la volumetría original. Pero a la vez favorecen la relación calle-comercio, aumentan la intensidad de uso, incrementan la visibilidad de los comercios al ofrecer espacios alternativos para el paseo al aire libre y muestran un espacio más flexible y fácilmente adaptable a las necesidades del mercado turístico.

El estudio del espacio público y colectivo debe afrontarse desde una misma perspectiva, la de la movilidad, pero a su vez como lugares donde se representa la imagen pública de la sociedad y del turista en particular en los destinos turísticos. Además, es causa, consecuencia y solución al mismo tiempo. Pone de manifiesto problemas no resueltos, como la disociación arquitectura-viario y, también, los intereses contrapuestos entre distintos agentes que intervienen en su construcción. A continuación, se abordan estas cuestiones detectadas a modo de reflexión y planteados como dualidades.

### **Primero. Ciudad turística utópica-ciudad turística real**

Maspalomas-Costa Canaria surge como necesidad para crear una ciudad turística para el disfrute de sus valores naturales. El concurso se plantea en esos términos, los de una ciudad utópica y la relación del turista con el mar. La idea matriz del proyecto son grandes unidades de paisaje que estructuran el destino turístico, separando y uniendo al

*alternative outdoor walk spaces and show a more flexible space, easily adaptable to the needs of the tourist market.*

*The study of public and collective space should be addressed from the same perspective, the mobility, but at the same time as places where the public image of society and, in particular the tourist, is represented in tourist destinations. Furthermore, it is cause, consequence and solution at the same time. It reveals unresolved problems, such as the architecture-street dissociation and the conflicting interests between the different agents that intervene in its construction. Next, these issues are addressed as reflections and shown as dualities.*

### **First. Utopian tourist city – Real tourist city.**

*Maspalomas-Costa Canaria arises as a necessity to create a tourist city for the enjoyment of its natural values. The contest is set out in these terms, those of an utopian city and the tourist's relationship with the sea. The main idea of the project is large landscape units that structure the tourist destination, separating and uniting groups of architectural ensembles.*

*The contest moves on a conceptual level with an abstract proposal that obviates issues inherent to the reality of culture and local business, economic viability, the*

mismo tiempo bolsas aisladas de conjuntos arquitectónicos.

El concurso se mueve en el plano conceptual con una propuesta abstracta que obvia cuestiones inherentes a la realidad de la cultura y del empresariado local, la viabilidad económica, la propia tradición del turismo y la cultura del ocio en las sociedades modernas. Hoy, tendríamos que añadir que tal nivel de dispersión propuesto en el proyecto ganador, aparte de consumir una gran cantidad de suelo implicaría un alto nivel de dependencia del automóvil.

La materialización que finalmente se adopta en Maspalomas es bien distinta. Se opta por una solución más densa, con distancias para ser recorridas a pie, aunque reinterpretando algunos aspectos interesantes del concurso, como las tipologías turísticas de bungalós y villas, la localización de algunos hoteles emblemáticos, la presencia de áreas ajardinadas e incluso un cierto formalismo orgánico en algunos trazados viarios. El resultado final de Maspalomas-Costa Canaria se ha definido por algunos autores como especulativo, por no diferenciarse en este sentido de cualquier ciudad. Pero los intereses individuales no están necesariamente enfrentados a los colectivos, ni con el disfrute del paisaje. El diseño actual de Maspalomas-Costa Canaria, especialmente en algunas áreas como Playa del Inglés por su mayor densidad, resulta más

*tradition of tourism and the culture of leisure in modern societies. Nowadays, we should point out that the level of dispersion proposed in the winning project, not only would consume a large amount of land, but also, would imply a high level of dependence on the car.*

*The materialization that is finally adopted in Maspalomas is quite different. A denser solution is chosen, with distances to be covered on foot, although reinterpreting some interesting aspects of the contest, such as the tourist typologies of bungalows and villas, the location of some emblematic hotels, the presence of landscaped areas and even a certain organic formalism on some road layouts. The final result of Maspalomas-Costa Canaria has been defined by some authors as speculative, as it does not differ in this sense from any city. But individual interests are not necessarily in conflict with the collective ones, nor with the enjoyment of the landscape. The current design of Maspalomas-Costa Canaria, especially in some areas such as Playa del Inglés due to its higher density, is more interesting in terms of urbanity and less dependence on the car. The proximity of services and facilities is an important value with its network of streets and places of leisure and commerce. The dispersion or excess of low quality public space, as occurs in San Agustín and Campo Internacional, shows dysfunctionality, but this does not occur in Playa*



interesante en términos de urbanidad y menor dependencia del coche. La cercanía de servicios y dotaciones es un valor importante con su red de calles y lugares de ocio y comercio. La dispersión o el exceso de espacio público de baja calidad, como ocurre en San Agustín y Campo Internacional muestran disfuncionalidad, pero esto no ocurre en Playa del Inglés o el entorno del Faro de Maspalomas en Meloneras, cuyos espacios de uso público atraen a un mayor número de turistas.

## **Segundo. Polis-Urbe turística**

El proyecto Maspalomas-Costa Canaria es la imagen oficial del destino turístico, donde los aspectos más singulares de su paisaje se utilizan como reclamo. Tanto la ciudad turística resultado del concurso de ideas, como la diseñada por los posteriores planes urbanísticos son la manera en que la administración da forma a una imagen oficial del destino. En ambos casos el paisaje de dunas, la costa y el buen clima tienen un papel relevante que justifican toda la operación.

Ambas ciudades, la soñada y la planeada son, en cierto modo, una utopía urbana, que busca organizar la vida del turista durante su corta estancia. Los planes urbanísticos (*polis*) presentan una ciudad terminada y conforman la imagen oficial. Pero la sofisticación y la perfección de un

*del Inglés or the surroundings of the Maspalomas Lighthouse in Meloneras, whose public use spaces attract a greater number of tourists.*

## **Second. Tourist Polis-Urbe**

*The Maspalomas- Costa Canaria project is the official image of the tourist destination, where the most unique aspects of its landscape are used as a claim. The tourist city resulting from the ideas competition, as well as the one designed by subsequent urban plans are the way in which the administration shapes an official image of the destination. In both cases, the dune landscape, the coast and the good climate play a relevant role that justifies the entire operation.*

*Both cities, the dreamed and the planned one, are in a way, an urban utopia, which seeks to organize the life of the tourist during their short stay. Urban plans (polis) present a finished city and make up the official image. But the sophistication and perfection of a device does not guarantee its success.*

*It is common to confuse urban planning with urban space (urbe). The first is configured by the administration, the second by the citizen. Multiple private managers and tourists are the main recipients of the planned city. When using it, they verify or question its conception and introduce small changes, giving rise to the real city.*

dispositivo no garantiza su éxito.

Es común confundir urbanismo con espacio urbano (*urbe*). El primero lo configura la administración, el segundo el ciudadano. Los múltiples gestores privados y los turistas son los principales destinatarios de la ciudad planeada. Al usarla éstos verifican o cuestionan su concepción e introducen pequeños cambios, dando lugar a la ciudad real. Así, el urbanista propone una forma urbana como promesa de ciudad y los usuarios la cuestionan.

Las ampliaciones de los espacios colectivos con arquitectura informal sobre los retranqueos cuestionan esa ciudad oficial. Este espacio y el público son el territorio donde se desarrolla la vida urbana. El primero, lo urbano auto gestionado, es un ruido de fondo, que la administración y los técnicos intentan aplacar con el urbanismo oficial.

El Plan Especial de Regulación Interior (P.E.R.I) para Playa del Inglés, así como los Planes de Modernización para Maspalomas-Costa Canaria son mecanismos para contener la ciudad informal presente en el espacio colectivo. Las peatonalizaciones y la homogenización estética del mobiliario, cartelería e iluminación son mecanismos para incorporar estos cambios a la ciudad oficial. Se trata de eliminar la confusión, el desorden y la filigrana, depurar el espacio turístico de aquello que “afea” la imagen oficial.

*Thus, the urban planner proposes an urban form as a promise of the city and the users question it.*

*The enlargements of the collective spaces with informal architecture on the setbacks question this official city. This space and the public space are the territory where urban life takes place. The first, the self-managed urban, is a background noise, which the administration and technicians try to appease with official urban planning.*

*The Special Interior Regulation Plan (P.E.R.I) for Playa del Inglés, as well as the Modernization Plans for Maspalomas-Costa Canaria are mechanisms to contain the informal city present in the collective space. The pedestrianization and the aesthetic homogenization of the furniture, posters and lighting are mechanisms to incorporate these changes to the official city. It is about eliminating confusion, disorder and filigree, purifying the tourist space of what "spoils" the official image.*

*The governance of the city by the administration and technicians is a dream that is constantly escaping. The enlargement of premises on setbacks can be read, in some cases, as a lack of administrative control or as the result of a city that has a life of its own and that adapts more quickly to functional needs; a more flexible mechanism. These spontaneous architectures should make us reflect on the impossibility of proposing a*

La gobernabilidad de la ciudad por parte de la administración y los técnicos es un sueño que se escapa constantemente. Las ampliaciones de locales sobre los retranqueos pueden leerse, en algunos casos, como una falta de control administrativo o como el resultado de una ciudad que tiene vida propia y que se adapta más rápidamente a las necesidades funcionales; un mecanismo más flexible. Estas arquitecturas espontaneas deben hacer reflexionar sobre la imposibilidad de plantear el diseño del espacio urbano en términos definitivos e inamovibles. La ciudad del turismo es una construcción colectiva en la medida que intervienen múltiples agentes.

Los espacios urbanos del turismo plantean una ciudad cambiante, que rehúye de la forma establecida. Sin embargo, todavía hoy se diseña pensando en su aspecto final, lo que requiere simplificar la realidad urbana a una dimensión manejable con categorías fácilmente comprensibles. Desde el siglo XVIII, los arquitectos modernos se inspiran en los cuarteles, fábricas y manicomios, para racionalizar y sanear la ciudad y dirigir las masas según una simplificación de su comportamiento. Se introduce una malla, se separa lo público de lo privado y se establecen elementos de mayor jerarquía a modo de centralidad. Sin embargo, este mecanismo de proyecto del espacio urbano no es la realidad; es una

*design of urban spaces in definitive and immovable terms. The tourist city is a collective construction as multiple agents intervene.*

*Tourism urban spaces pose a changing city, which shuns the established form. However, it is still designed with its final appearance in mind, which requires simplifying urban reality to a manageable dimension with easily understandable categories. Since the 18th century, modern architects have been inspired by barracks, factories, and mental hospitals, to rationalize and clean up the city and direct the masses according to a simplification of their behaviour. A mesh is introduced, the public is separated from the private and elements of a higher hierarchy are established as a centrality. However, this project mechanism of the urban space is not the reality; it is a simplified form of organization that ends up being questioned and modified. Citizens do not have predictable behavior, on the contrary, it is chaotic and works by stimuli. The collective space in Maspalomas symbolizes that instability, the impossibility of predicting chaos, which is nothing more than a complex order.*

*Being flexible, the collective space forces us to introduce the time factor over the form. Its changes throughout the day and year suggest an urban space with superimposed forms, which alternate depending on the circumstance. The high diversity*

forma simplificada de organización que acaba siendo cuestionada y modificada. Los ciudadanos no tienen un comportamiento predecible, al contrario, éste es caótico y funciona por estímulos. El espacio colectivo en Maspalomas simboliza esa inestabilidad, la imposibilidad de predecir un caos, que no es otra cosa que un orden complejo.

Al ser flexible el espacio colectivo obliga a introducir el factor tiempo sobre la forma. Sus cambios a lo largo del día y del año, hacen pensar en un espacio urbano con formas superpuestas, que se alternan según las circunstancias. La alta diversidad de ampliaciones encontradas da a la forma una importancia relativa y nos muestra una ciudad turística informe en algunos momentos, con pequeñas estructuras temporales donde se producen encuentros colectivos. La imagen fija de la ciudad es cada vez menos nítida. Atributos simbólicos y cualidades como su uso y accesibilidad suponen un punto de apoyo más sólido para describirla, que su forma inicialmente proyectada.

La arbitrariedad está también presente como cualidad. Las distintas soluciones en los retranqueos de los edificios muestran decisiones proyectuales sin una correlación clara entre ellos. Hemos visto como cuatro tipos de retranqueo se alternan a lo largo de una avenida, aun en las mismas condiciones de contorno,

*of enlargements found gives the shape a relative importance and shows us a shapeless tourist city at times, with small temporary structures where collective encounters take place. The still image of the city is less and less sharp. Symbolic attributes and qualities such as its use and accessibility provide a more solid point of support to describe it than its initially projected form.*

*Arbitrariness is also present as a quality. The different solutions in the setbacks of the buildings show design decisions without a clear correlation between them. We have seen how four different types of setback alternates along an avenue, even under the same contour conditions, sunlight and buildability. There is therefore no optimal formula directly applicable to the design of a tourist apartment block.*

*Informal extensions on setbacks are a solution to accommodate the various original designs. In case of not working, the space disappears or takes another form. The possibilities for change seem multiple. The constant transformations introduced in the commercial and leisure areas show the impossibility of designing a tourist destination as a finished work.*

#### **Third. Space of meaning–space of action**

*The achievement of a heavy commercial and leisure use network*

soleamiento y edificabilidad de las parcelas. No existe por tanto una fórmula óptima aplicable directamente sobre el diseño de un bloque de apartamentos turísticos.

Las ampliaciones informales sobre los retranqueos son una solución para adaptarse a los distintos diseños originales. En caso de no funcionar, el espacio desaparece o adopta otra forma. Las posibilidades de cambio parecen múltiples. Las transformaciones constantes introducidas en las áreas comerciales y de ocio manifiestan la imposibilidad de diseñar un destino turístico a modo de obra acabada.

### **Tercero. Espacio de significado-espacio de acción**

La consecución de una red comercial y de ocio de uso intenso en todo el destino ha resultado infructuosa, solo encontramos pequeños recorridos parciales en algunos fragmentos urbanos. La debilidad del espacio público y la construcción de muchos centros comerciales desconectados entre sí, lo dificultan. De ello se desprende que Maspalomas-Costa Canaria tenga un carácter semiológico y no gramatical. La ausencia de reciprocidad entre las arquitecturas y el espacio público, calles y avenidas principalmente, no da lugar a una clara imagen urbana. Cada parcela tiene un significado propio, dado por su programa, que se organiza según usos (alojativo, de ocio y comercial) y accesibilidad (pública o privada). No se

*throughout the destination has been unsuccessful; we only find small partial routes in some urban fragments. The weakness of the public space and the construction of many disconnected shopping centers make it difficult. It follows that Maspalomas-Costa Canaria has a semiological and not grammatical character. The absence of reciprocity between architectures and public space, main streets and avenues, does not give rise to a clear urban image. Each plot has its own meaning, given by its program, which is organized according to uses (accommodation, leisure and commercial) and accessibility (public or private). This structure is not generated due to the disconnection between the parties, but individual actions are taken. The city has few structuring public spaces that serve as support for architectures. A clear example is the absence of a front of façades on the seafront promenade or the typological variety of buildings (towers, apartments or bungalows) that also include setbacks.*

*Few of the analyzed shopping center samples are explained from the public space. The tourist city is built by vignettes: the beach, the hotel, the swimming pool, the shopping center, etc. Collective spaces are one more vignette, the lack of a discourse in Maspalomas-Costa Canaria has made the presence of shopping centers almost random in the urban fabric, more as concrete actions and not as a complementary part of a*

genera dicha estructura debido a la débil conexión entre las partes, pero sí acciones individuales. La ciudad posee pocos espacios públicos estructurantes que sirvan de apoyo para las arquitecturas. Un ejemplo claro es la ausencia de un frente de fachadas en el paseo marítimo o la variedad tipológica de edificios (torres, apartamentos o bungalós) que además incluyen retranqueos.

Son pocas las muestras de centro comercial analizadas que se explican desde el espacio público. La ciudad turística se construye por viñetas: la playa, el hotel, la piscina, el centro comercial, etc. Los espacios colectivos son una viñeta más, la falta de un discurso en Maspalomas-Costa Canaria ha hecho que la presencia de centros comerciales sea casi aleatoria en el tejido, como una acción concreta y no como parte complementaria de un discurso como puede ser la de una avenida principal.

Los casos más ilustrativos son los bulevares comerciales en el borde urbano junto al mar. Tanto el Anexo I y II de Playa del Inglés, como el de El Faro en Meloneras, son dos acontecimientos aislados, aunque algunos puedan estar mejor articulados con su entorno inmediato. La desconexión entre ambos frentes marítimos es palpable, no hay un modelo común más allá de la linealidad. No se desprende una forma propia de relacionarse con el paisaje y el tejido urbano, más bien

*global design.*

*The most illustrative cases are the commercial boulevards on the urban edge by the sea. Both Annexes I and II of Playa del Inglés, and El Faro in Meloneras, are two isolated events, although some may be better articulated with their immediate surroundings. The disconnection between both maritime fronts is palpable, there is no common model beyond linearity. There is not a proper way of relating to the landscape and the urban fabric, rather there are multiple ways. Basically, it is a catalog of different collective spaces.*

#### **Fourth. Collective space-public space**

*Indoor leisure and retail areas are an opportunity to raise the quality of public places. However, a large part of it are access roads and there are hardly any squares.*

*The premises with extensions in the avenues show interest in mixing with the street. Also, the pedestrianization of some avenues around shopping centers, such as Águila Roja, Plaza and Kasbah, or in Paseo de Meloneras, reinforce the tendency to dissolve the limits that divide both spaces.*

*However, there are still many shopping centers, hotels and apartment blocks designed to operate autonomously. Their relationship with*

hay múltiples maneras. Básicamente es un catálogo de espacios colectivos distintos.

#### **Cuarto. Espacio colectivo-espacio público**

Las áreas interiores de ocio y comercio son una oportunidad para elevar la calidad de los lugares de uso público. Aquí, gran parte de éste son vías de acceso y apenas existe alguna plaza.

Los locales con ampliaciones en las avenidas muestran interés por mezclarse con la vía. También las peatonalizaciones de algunas avenidas en torno a centros comerciales, como Águila Roja, Plaza y Kasbah, o en el Paseo de Meloneras, refuerzan la tendencia a la disolución de los límites que dividen ambos espacios.

Sin embargo, quedan todavía muchos centros comerciales, hoteles y bloques de apartamentos diseñados para funcionar de manera autónoma. Su relación con la calle se limita a unos pocos puntos de acceso y disponen de aparcamiento que alejan al edificio de la acera. Esto ocurre en el de San Agustín, Metro, Yumbo, Anexos I y II, así como en bloques de apartamento con locales de las avenidas de Tirajana, Gran Canaria e Italia, y en hoteles o resort de todos los sectores.

*the street is limited to a few access points and they have parking lots that move the building away from the sidewalk. This occurs in San Agustín, Metro, Yumbo, Annexes I and II, as well as in apartment blocks with premises on the avenues of Tirajana, Gran Canaria and Italia, and in hotels or resorts in all sectors.*

#### **Fifth. Public-Private in the collective space**

*Since the 18th century there has been a tendency to consider the city in terms of public and private. Manuel de Solá-Morales questions these limits, since the public and the private are increasingly confusing categories. From the hybridization of both, the collective space arises, which is neither one thing nor the other, rather both at the same time. The complexity comes when trying to quantify how much public and private it has. This thesis poses a public-private gradient, not as a response, but as a mechanism for analysis. It shows that the design of shopping centers influences the public gradient, that is, the more open spaces less control over the tourist and vice versa.*

*The study of collective spaces in Maspalomas shows us how the phenomenon of informal architecture affects the user's freedom of movement, the increase in enlargements is proportional to the loss of freedom of the passer-by, due*

### **Quinto. Publicidad-Privacidad en el espacio colectivo**

Desde el siglo XVIII aparece una tendencia a plantear la ciudad en términos de público y privado. Manuel de Solá-Morales cuestiona estos límites, ya que lo público y lo privado son cada vez categorías más confusas. De la hibridación de ambas surge el espacio colectivo, que no es ni una cosa ni la otra, más bien ambas a la vez. La complejidad viene a la hora de cuantificar cuanto de público y privado tiene. Esta tesis plantea un gradiente público-privado, no como respuesta, sino como mecanismo para el análisis. Demuestra que el diseño de los centros comerciales influye en el gradiente de publicidad, esto es, a más espacios abiertos menos control sobre el turista y viceversa.

El estudio de los espacios colectivos en Maspalomas nos muestra como el fenómeno de la arquitectura informal repercute en la libertad de movimientos del usuario, siendo el aumento de las ampliaciones proporcional a la pérdida de libertad del viandante, tanto por su control, como por la rigidez en la manera de movernos.

Se detecta por tanto un retroceso en esta libertad de movimientos dentro de los espacios colectivos, pero ésta es compensada cuando se peatonaliza un vial o un aparcamiento. En ocasiones, la desaparición de algunas ampliaciones por cierre del negocio devuelve la

*to the control and rigidity in the way we move in these extensions.*

*Therefore, a step back is detected in this freedom of movement within collective spaces, but this is compensated when a street or a car park is pedestrianized. On occasions, the disappearance of some enlargements due to the closure of the business returns the freedom of movement, which forces us to consider these spaces in terms of availability according to the time of day.*

### ***Final considerations of this research, results obtained and new avenues for future investigations.***

*This work represents the first investigation of the commercial areas of Maspalomas-Costa Canaria and their influence on the functioning of its urban fabric. The contribution of this thesis is not only the demonstration of an important presence of collective space in the tourist space, but also to offer an analysis methodology inspired by collective space researches on the contemporary city. It takes into account the specificities of tourist destinations: landscape, climate, architectural typologies, programs, type of user... Thus, it is shown that the tourist city is no longer understood only from a landscape and accommodation buildings point of view, the collective space is a basic*



libertad de movimientos, lo que obliga a pensar en términos de disponibilidad de estos espacios según el momento del día.

### **Consideraciones finales sobre el trabajo, los resultados obtenidos y las vías que se abren para futuras investigaciones**

Este trabajo supone la primera investigación de las zonas comerciales de Maspalomas-Costa Canaria y su influencia en el funcionamiento de su tejido urbano. La aportación de esta tesis no solo es la demostración de una presencia importante del espacio colectivo en el espacio turístico. Además ofrece una metodología de análisis inspirada en trabajos de espacios colectivos sobre *la ciudad contemporánea, pero que tiene en cuenta las especificidades de los destinos turísticos: paisaje, clima, tipologías arquitectónicas, programas, tipo de usuario, etc.* Así, *se demuestra que la ciudad turística ya no se entiende solo desde el paisaje y las piezas alojativas, el espacio colectivo conforma un elemento básico en su funcionamiento.*

La tesis también refuerza las ideas de autores como Manuel de Solá-Morales quién afirma que es en los espacios colectivos donde cada vez más se juega la forma de la ciudad. Los cinco casos de estudio analizados son ejemplos donde lo público y lo privado se mezclan adoptando soluciones distintas. De

*element in its functioning.*

*The thesis also reinforces the ideas of authors such as Manuel de Solá-Morales who affirms that the form of collective spaces is increasingly relevant to the city. The five case studies analysed are examples where public and private spaces are mixed adopting different solutions. This union results in a high intensity of use due to the mixture of leisure programs and an urban role that works as connector between different areas. Shopping centres, maritime shopping boulevards, hotels, amusement parks and commercial premises in apartment buildings are sometimes much more active than the public spaces of Maspalomas-Costa Canaria.*

*From the conclusions, it is deduced the need to open a pending debate for the design and management of tourist destinations that addresses several issues: Firstly, the need to involve collective spaces as part of the public pedestrian network. Secondly, the impossibility of establishing a fixed image of tourist destinations due to the changing nature of these spaces. Finally, to bet on urban models that promote relationship between the parties and not isolation or zoning.*

*This thesis also leaves open the need to verify if the case of Maspalomas-Costa Canaria and its commercial areas is unique, or on the contrary, it is a common phenomenon in Canary Islands or in other national*

esta unión resulta una alta intensidad de uso como consecuencia de una mezcla de programas de ocio y un papel urbano como espacio de tránsito. Centros comerciales, bulevares comerciales marítimos, hoteles, parques de atracciones y bajos comerciales de apartamentos mantienen una actividad en ocasiones muy superior al de los espacios públicos de Maspalomas-Costa Canaria.

De las conclusiones se deduce lo oportuno de abrir un debate pendiente para el diseño y gestión de los destinos turísticos que atienda a varias cuestiones: la necesidad de involucrar los espacios colectivos como parte de la red peatonal pública, la imposibilidad para establecer una imagen fija del destino turístico por el carácter cambiante del espacio turístico en respuesta a las necesidades del mercado turístico y la de apostar por modelos urbanos que propicien la interrelación entre las partes frente al aislamiento o la zonificación.

Pero la tesis deja abierto también la necesidad de comprobar si el caso de Maspalomas-Costa Canaria con sus áreas comerciales es único, o por el contrario es un fenómeno común en los destinos canarios o a otros nacionales e internacionales; sobre todo teniendo en cuenta la reflexión de Dean MacCannell, por la cual el turista ocioso de sol y playa o de masas cumple el mismo patrón de comportamiento en cualquier destino.

*and international destinations. Especially taking into account Dean MacCannell's reflection, where he states that the mass tourist or the idle tourist of sun and beach fulfills the same pattern of behavior in any destination.*





## Fuentes Documentales

### Bibliografía

- Allegri, A. (2012). *MIENTRAS APOLO 70 VIAJA HACIA ALVALAXIA XXI, COLOMBO E VASCO DA GAMA NOS DESCUBREN OTRA CIUDAD La dimensión urbana del espacio comercial en Lisboa 1970-2010 (tesis doctoral)*. Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona.
- Althusser, L. (1970). *Idéologie et appareils idéologiques d'État*. París: LaPenseé, 151.
- Álvarez, I. (2015). Maspalomas Costa Canaria 1961: proyecto de paisajismo en el plan turístico. En *Paisajes del turismo. Cuaderno de investigación en urbanismo* (pp. 189-202). Barcelona: Departamento de urbanismo y ordenación del territorio, UPC.
- Ascher, F. (2004). *Los nuevos principios del urbanismo*. Madrid: Alianza. Recuperado de [http://pdfhumanidades.com/sites/default/files/apuntes/Ascher\\_cap2y4.pdf](http://pdfhumanidades.com/sites/default/files/apuntes/Ascher_cap2y4.pdf)
- Badillo Jiménez, W. (2012). *Modelo Barcelona de espacio público y diseño urbano: Evolución de los espacios colectivos de la ciudad. De la Casa Bloc a L'illa Diagonal (TFM)*. Facultat de Belles Arts, Universidad de Barcelona, Barcelona.
- Bento, P. J. (2014). *El papel de los centros comerciales y de ocio urbanos en la construcción de la ciudad compacta contemporánea. Los Casos de Lisboa y Barcelona (tesis doctoral)*. Universitat Politècnica de Catalunya (UPC-Barcelona Tech).
- Bescós, A., & Bote, M. (1989). La ciudad del turismo. En *Arquitectura y urbanismo en Canarias (1968-1988)*. Las Palmas de Gran Canaria: Escuela Técnica Superior de Arquitectura, ULPGC.
- Bescós, A., & Bote, M. (1992). *El proyecto urbano. Materiales de Trabajo 7*. Las Palmas de Gran Canaria: Departamento de Arte, Ciudad y Territorio, Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

- Bescós, A. (2018). El paisaje del turismo de masas. En *Canarias: Territorios/Paisajes del Turismo. Materiales de Trabajo 14* (pp. 10-29). Departamento de Arte, Ciudad y Territorio, Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Borsay, P. (2008). Le développement des villes balnéaires dans l'Angleterre géorgienne. En Y. Perrey-Gentil, A. Lottin, & J.-P. Poussou (Eds.), *Les villes balnéaires d'Europe occidentale du XVIII<sup>e</sup> siècle à nos jours* (pp. 13-14). Paris: PUPS.
- Bote, M. (2018). La avenida de Tirajana / el paseo de Las Canteras: dos formas de tejido turístico en Gran Canaria. En *Canarias: Territorios/Paisajes del Turismo. Materiales de Trabajo 14* (pp. 44-55). Departamento de Arte, Ciudad y Territorio, Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Boyer, M. (1996). *L'Invention du tourisme*. Paris: Découvertes-Gallimard/Art de Vivre.
- Boyer, M. (2002). El turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo XX. En *Historia contemporánea* (nº 25, p. 18).
- Brodie, A., & Winter, G. (2008). Les premières stations balnéaires anglaises. En Y. Perret-Gentil, A. Lottin, & J.-P. Poussou (Eds.), *Les villes balnéaires d'Europe occidentale du XVIII<sup>e</sup> siècle à nos jours* (p. 37). Paris: PUPS.
- Cáceres, E., & Pescador, F. (2001). Paisaje y urbanización turística: el caso del sur de Gran Canaria. *URBAN*, 6, 15-34. Recuperado de <http://polired.upm.es/index.php/urban/article/view/323>
- Cáceres Morales, E. (2001). *Génesis y desarrollo del espacio turístico en Canarias: una hipótesis de trabajo*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y Consejería de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de Canarias.
- Casariégo, J., & Ley, P. (eds). (2002). *La construcción del Espacio Turístico: San Bartolomé de Tirajana. Exploraciones EX 2*. Las Palmas de Gran Canaria: Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana -Departamento de Arte, Ciudad y Territorio.
- Casariégo R., J., & Guerra, E. (eds). (s. f.). *Reinventar el destino: Reflexiones sobre el Espacio Turístico Contemporáneo. Especiales de urbanismo 3*. ASHOTEL.
- Cerasi, M. (1990). *El espacio colectivo de la ciudad* (Primera en castellano). Barcelona: Oikos-tau, SA.

- Chermayeff, S., & Alexander, C. (1968). *Comunidad y Privacidad: hacia una nueva arquitectura humanista*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Ching, F. D. K. (2010). *Arquitectura, Forma, Espacio y Orden*. Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Corbin, A. (1993). *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*. Barcelona: Mondadori.
- Crawford, M. (2004). El mundo en un centro comercial. En M. Sorkin (Ed.), *Variaciones sobre un parque temático: La nueva ciudad americana y el fin del espacio público* (primera, pp. 15-46). Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Cruz Caballero, A. (2001). *El siglo del turismo de Gran Canaria (1900-2000)*. Fundación Mapfre Guanarteme.
- Delgado, M. (1999). *El animal público: hacia una antropología de los espacios urbanos*. Barcelona: Editorial Anagrama, SL.
- Farrant, S. (1987). London by the Sea: Resort Development on the South Coastal of England 1880-1939. *Journal of Contemporary History*, 22-1, 137-162. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/260378>
- Fernández Cuesta, G. (2012). San Sebastián: un modelo de construcción ed la ciudad burguesa en España. *Ería*, 88, 101-128. Recuperado de file:///C:/Users/Oscar/Downloads/Dialnet-SanSebastian-4014386 (4).pdf
- Ferrera Jiménez, J. (Ed). (1988). *Historia del Puerto de La Luz y de Las Palmas*. Las Palmas de Gran Canaria: Gráficas Marcelo.
- Franco López, P. J. (2004). *Maspalomas. Las Raíces del Progreso*. Gran Canaria: PeJota TeeMe.
- Gago Vaquero, J. L. (2008). *Manuel de la Peña Suárez. Estructuralismo y experimentación en la arquitectura de los 60*. Las Palmas de Gran Canaria: Centro Atlantico de Arte Moderno.
- Gamboa Samper, P. (2003). El sentido urbano del espacio público. *Bitácora*, 7, 13-18.
- Gehl, J. (2013). *La humanización del espacio público*. Barcelona: Reverte
- Giedion, S. (2019). *Espacio, tiempo y arquitectura: el futuro*

- de una nueva tradición (Space, Time and Architecture: The Growth of a New Tradition)* (Séptima). Barcelona: Reverte. Recuperado de <https://www.reverte.com/media/reverte/files/sample-81351.pdf>
- González Lemus, N. (2007). *Clima y medicina. los orígenes del turismo en Canarias*. Spain: Ediciones IDEA.
- Gordon, B. M. (2002). EL TURISMO DE MASAS: UN CONCEPTO PROBLEMÁTICO EN LA HISTORIA DEL SIGLO XX. *Historia contemporánea*, 25, 125-156.
- Gutierrez Juarez, E. (2017). *El papel del espacio colectivo dentro de los procesos de regeneración urbana*. Facultat de Belles Arts, Universitat de Barcelona.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Massachusetts: Mitt Press.
- Harteveld, M. (2014). *Interior Public Space: On the Mazes in the Network of an Urbanist*. Delft: Delft University of Technology, Faculty Architecture, Urbanism and Building Sciences.
- Hébert, D. (2005). Deauville: création et développement urbain. *IN SITU, Reveu des patrimoines*. <https://doi.org/10.4000/insitu.8569>
- Hernández Gutiérrez, A. S. (1990). *Cuando los hoteles eran palacios*. Gobierno de Canarias.
- Inneriraty, D. (2006). *El nuevo espacio público*. Madrid: Espasa.
- Inostroza Toro, S. (2004). *Huellas en la ciudad heredada: complejidad y continuidad en la morfogénesis del proyecto urbano contemporáneo en la ciudad europea (tesis doctoral)*. Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona, Universidad Politécnica de Catalunya, Barcelona.
- Joseph, I. (2000). *El transeunte y el espacio urbano*. Barcelona: Gedisa.
- Koolhaas, R. (2009). *Delirio de Nueva York* (1º edición). Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Kosic, K. (1967). *Dialéctica de lo concreto* (Primera en). México: EDITORIAL GRIJALBO.



- Ley, P. (2004). A través del espacio turístico (transferencias entre naturaleza y cultura urbana). *Cartas Urbanas*, 9, 134-139.
- Ley, P. (2008). *La conformación de lo colectivo en torno al viario dentro del ámbito de la ciudad dispersa: vialidad básica formas de construcción urbana en el contexto territorial de los corredores Norte y Este de Gran Canaria (tesis Doctoral)*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas.
- Ley, P., & Taira, J. (eds). (2018). *Canarias: Territorios/Paisajes del Turismo. Materiales de Trabajo 14*. Departamento de Arte, Ciudad y Territorio, Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Ley, P. (2018). Territorios y paisajes del ocio/ Canarias. En *Canarias: Territorios/Paisajes del Turismo. Materiales de Trabajo 14* (pp. 74-99). Departamento de Arte, Ciudad y Territorio, Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Ley, P. & De Castro, Ó. (2019). La transformación del paisaje costero a través del turismo en las Islas Canarias. Espacios colectivos y marco normativo en San Bartolomé de Tirajana. En *Estudios de caso en el manejo integrado de zonas costeras en Iberoamérica: gestión, riesgo y buenas prácticas* (Primera Ed). Corporación Universidad de la Costa, CUC.
- Linares de la Torre, Ó. (2015). Las concepciones especiales de Sigfried Giedion como teoría del proyecto. *BAC Boletín Académico. Revista De investigación Y Arquitectura contemporánea*, 5, 11-18. Recuperado de <https://doi.org/10.17979/bac.2015.5.0.1034>
- Lynch, K. (2015). *La imagen de la ciudad* (Tercera). Barcelona: Gustavo Gili.
- MacCannell, D. (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.
- Medina Estupiñan, G. (2012). La revista Costa Canaria: arquitectura, publicidad y la estética del placer. *Las revistas de arquitectura (1900-1975): crónicas, manifiestos, propaganda : actas preliminares, T6 Edición*, 695-702. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/331715705\\_LA\\_REVISTA\\_COSTA\\_CANARIA\\_ARQUITECTURA\\_PUBLICIDAD\\_Y\\_LAS\\_ESTETICAS\\_DEL\\_PLACER](https://www.researchgate.net/publication/331715705_LA_REVISTA_COSTA_CANARIA_ARQUITECTURA_PUBLICIDAD_Y_LAS_ESTETICAS_DEL_PLACER)

- Montaner, J. M. (2014). *Arquitectura y crítica* (3ª edición). Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Padrón R., J. L. (2010). "La arquitectura sin artificios: visiones cruzadas en la modernidad". *Arquitecto Manuel de la Peña Suárez (tesis doctoral)*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas.
- Pasgaard, J.C. (2012). "Tourism and Strategic Planning" (tesis doctoral). The Royal Danish Academy of Fine Arts, School of Architecture, Design and Conservation, Copenhagen.
- Pasgaard, J.C. (2014). Tourism-dominated spaces: the strategic potential of hotel lobbies. *Athens Journal of Tourism*, 1(1), 35-51. Recuperado de <http://www.atiner.gr/journals/tourism/2014-1-1-3-Pasgaard.pdf>
- Piè i Ninot, R., & Rosa Jiménez, C. J. (Eds). (2013). *Turismo Líquido*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya y Universidad de Málaga.
- Ricart, N., & Remesar, A. (2013). Reflexiones sobre el espacio público. *on the w@terfront*, 25, 5-35. Recuperado de <http://revistes.ub.edu/index.php/waterfront/article/view/18792>
- Roncayolo, M. (1994). La Città. En *IX italiano, in sedicesimo pp. VIII + 160 Storia e problemi della dimensione urbana*. Torino: Einaudi.
- Rossi, A. (1982). *La arquitectura de la ciudad* (Segunda ed). Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Sabaté Bel, F., Sabaté Bel, J., & Zamora, A. (2015). César Manrique: la conciencia del paisaje. En *Paisajes del turismo. Cuaderno de investigación en urbanismo* (pp. 287-387). Barcelona: Departamento de urbanismo y ordenación del territorio, UPC.
- Sabaté Bel, J. (2014). Turismo, paisaje y urbanismo: un diálogo necesario. *ACE: Architecture, City and Environment*, 25, 279-302.
- Sabaté Bel, J. (2019). Posibles implicaciones en la enseñanza del urbanismo (I): Nuevos paradigmas hasta el cambio de siglo. *ACE: Architecture, City and Environment*, 14(41), 61-82. Recuperado de <https://upcommons.upc.edu/handle/2117/172534>
- Schrijver, L. (2006). The Archipelago City: Piecing together Collectivities. *OASE*, 71(Urban Formation and Collective Spaces), 18-37. Recuperado

de <https://www.oasejournal.nl/en/Issues/71/TheArchipelagoCityPiecingTogetherCollectivities>

- Secchi, B. (2004). Ciudad moderna, ciudad contemporánea y sus futuros. En Á. Marín Ramos (Ed.), *Lo urbano en 20 autores contemporáneos* (pp. 145-158). Barcelona: Universidad Politecnica de Cataluña.
- Secchi, R. (1991). *L'architettura degli spazi commerciali*. Roma: Officina Edizioni.
- Sennett, R. (2002). *El declive del hombre público* (primera ed). Barcelona: Ediciones Península.
- Sennett, R. (2007). La ciudad abierta. *Otra Parte*, 11, 26-32. Recuperado de <https://varastres.files.wordpress.com/2010/03/la-ciudad-abierta-richard-sennett.pdf>
- Solá-Morales i Rubió, M. de. (1992, marzo 12). Espacios públicos espacios colectivos. *La vanguardia*, pp. 20-26.
- Solá-Morales i Rubió, M. de. (1999). *El Projecte Urbà: una experiència docent*. Barcelona: UPC.
- Solá-Morales i Rubió, M. de. (2008). *De cosas urbanas*. Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Sorkin (Ed), M. (2004). *Variaciones sobre un parque temático: La nueva ciudad americana y el fin del espacio público* (Primera en). Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Walton, J. K. (2002). Aproximación a la historia del turismo en el Reino Unido, siglos XVIII-XX. *Historia contemporánea* 25, 65-82.

## Fuentes Web

Fundación para la Etnografía y el Desarrollo de la Artesanía Canaria (FEDAC).. En: <https://fedac.org/fotos-antiguas/>

Sistema de Información Territorial del Gobierno de Canarias (GRAFCAN). En: <https://www.grafcan.es/>

Infraestructuras de Datos Espaciales (IDE). En: <https://www.idecanarias.es/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). En: <https://www.ine.es/>

International Council of Shopping Centers (ICSC). En: <https://www.icsc.com/>

Organización Mundial del Turismo OMT-UNWTO (2019): *Panorama del Turismo Internacional* Edición 2019. En: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284421237>

Patronado de Turismo de Gran Canaria (2019): *Estadísticas turísticas por zonas*. En: [https://www.grancanaria.com/turismo/fileadmin/PDF/informes/zonas/ETZ\\_gc\\_2019.pdf](https://www.grancanaria.com/turismo/fileadmin/PDF/informes/zonas/ETZ_gc_2019.pdf)

## Planes Urbanísticos

Plan General de Ordenación de San Bartolomé de Tirajana (PGO), 1996.

Plan Parcial El Veril, 1967.

Plan Parcial de ampliación de Playa del Inglés, 1964.

Plan Especial Anexos de Playa del Inglés, 1975.

Plan Especial de Reforma Interior (PERI) 1997.

Plan de Modernización, mejora e incremento de la competitividad de San Bartolomé de Tirajana, Maspalomas-Costa Canaria, 2013.