



El giro alrededor de sí mismo, el patrón de este centro comercial, vecino suyo y obra del mismo arquitecto, es el tránsito que genera de modo espontáneo y natural una calle peatonal.

Pero hay un cierto aire estilístico que hermana el Club Social II y este centro comercial: responde a la asunción de que, en nuestra era de globalización, lo comercial (y, por tanto, lúdico) y lo social (entendido como las relaciones públicas) son conceptos a menudo intercambiables, puesto que ambos aluden al disfrute que produce el intercambio y el encuentro, que precisan ámbitos de atractivo semejante, lo cual permite la creación de un espacio ligero, abierto, fluido y afable.

Filtros de varias especies, horizontales y verticales, de luces y de sombras, de imágenes y de atmósferas, acondicionan, con gracia y delicadeza, recintos diversos, o mejor dicho, diversidades a lo largo de un eje-paseo único, en orden nada rígido.

En la disposición doblemente seriada de los servicios que este centro comercial nos ofrece, como las edificaciones de una calle porticada, nada es cerrado, pero todo está envuelto en el tejido de pérgolas, apto para el multiuso, sea de ocio o de negocio, y a punto para lo que se tercie a cada paso. Una arquitectura, como la oportunidad a la que atiende, ancha, relajada y bien administrada.

