

MEGADESARROLLOS TURÍSTICOS DE SOL Y PLAYA ENCLAVES DEL IMAGINARIO

Sylvia Cristina Rodríguez González

Arquitecta. Alumna del Doctorado Ciudad, Territorio y Sustentabilidad, Universidad de Guadalajara
sc_sc802004@yahoo.com

Palabras Clave: Mega-desarrollo turístico de sol y playa, imaginario y enclave

Resumen

Los megadesarrollos turísticos de sol y playa han sido impulsados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) como proyectos de estrategia de desarrollo turístico, en México nacen los Centros Integralmente Planeados (CIP's) para dar orden urbano, descentralizando grandes inversiones turísticas principalmente de origen extranjeros. Son identificados ante la promoción turística por la inversión de insumos y tecnología. Los emplazamientos turísticos de sol y playa han crecido y destinan espacios para el hospedaje turístico temporal y permanente. Este tipo de emplazamientos destacan por ser representaciones de exclusividad, privacidad y seguridad, manifestando enclavamiento en la serie de conjuntos turísticos construidos para integrar el megadesarrollo turístico, demarcando un acceso que indica el inicio del montaje realidad-ficción, conformando el montaje de ficción, que llevan a construir una realidad a partir del imaginario.

Lo sucedido fuera del montaje será considerado como realidad, al establecerse una serie de compaginaciones que fabricarán la nueva realidad, la realidad-ficción, entre representaciones de fantasía visuales, de sonidos y sobretodo de ideas por transmitir, como es lo motivante que resultan para los turistas las guías turísticas. Las representaciones son basadas en imágenes de paisajes, personas, ciudades, entre otros emblemas simbólicos. Cada espacio por destacar será retomado para enfocar el montaje en dibujos, pinturas, danzas, arquitectura, entre otras dinámicas de conquista turística, igual sucede con la reproducción de sonidos relacionados con la exclusividad, privacidad y seguridad para el turista al interior del conjunto. Toda construcción de la realidad se realiza en un espacio y un tiempo definido a partir del imaginario, ya que existe el objetivo de cautivar al visitante, dentro de una serie de montajes continuos donde será eliminada la línea de corte entre montajes, convirtiendo la ficción en realidad para el turista, el montaje correcto y el escenario indicado, señalan el orden constante de los montajes.

Del trozo de imágenes fabricadas y rescatadas del ambiente natural o real, se conformara una relación argumental a través de la compaginación con la secuencia adecuada de cada una de las escenas plasmadas por el imaginario, unir y encauzar los montajes para el cumplimiento de la representación en un filme. De los ejemplos más destacados son las creaciones a partir del imaginario en los Emiratos Árabes Unidos, representados en los hoteles como torre *hilton baynunah*, *jumeirah Beach burj al-arab*, hotel *w*, hotel *apearon island* y hotel *eta*, los cuales exponen servicios como compras de lujo, centros spa con instalaciones exclusivas para el deporte y el tiempo libre, habitaciones equipadas, climatizadas y con lo último de la tecnología. Se distinguen los colores y las formas por resaltar ante la cultura árabe, pero es importante señalar que cada uno de esos megadesarrollos turísticos marcará su filme con esta serie de montajes, que permitirán compaginar la serie de trozos de imágenes fabricadas ante la fantasía imaginada.

Los megadesarrollos turísticos se distinguen por crear escenarios turísticos a partir del imaginario, destacando el enclavamiento a través de la búsqueda del concepto de seguridad, con un marcado interés para conformar comunidades nuevas, asimismo elementos como los acceso se encuentran custodiados por personal de seguridad que indicara la bienvenida al turista, sin conocer que será guiado y vigilado por cámaras de video ocultas en la masa de la edificación, también se distinguen elementos de seguridad para la movilidad y accesibilidad al conjunto, destacando vía aérea, naval ó terrestre, el recorrido al interior marcándose bajo un escalonamiento de cota descendente a nivel de playa, mostrara cada uno de los escenarios turísticos montados para indicar el recorrido al turista al interior del conjunto turístico.

Abstract

The sun and beach tourist megadevelopments have been stimulated by the Inter-American Bank of Development (BID) as projects of strategy of tourist development, in Mexico there are born the Integrally planned Centers (CIP's) to give urban order, decentralizing big tourist investments principally of origin foreigners. They are identified before the tourist promotion by the investment of inputs and technology. The emplacements have grown and destine spaces for the tourist temporary and permanent. This type stand out for being representations of exclusivity, privacy and safety, demonstrating interlock in the series of tourist sets constructed to integrate the tourist megadevelopment, limiting an access that indicates the beginning of the montage reality - fiction, shaping the montage of fiction, that they lead to constructing a reality from the imaginary one.

The happened out of the montage will be considered to be a reality, on there having be established a series of page lay-outs that will make the new reality, the reality - fiction, between visual representations of fantasy, of sounds and overcoat of ideas for transmitting, since motivation is that the tourist guides prove for the tourists. The representations are based on images of landscapes, persons, cities and symbolic emblems. Chaque espace pour se faire remarquer sera repris pour mettre au point le montage dans des dessins, des peintures, des danses, une architecture, entre d'autres dynamiques de conquête touristique, égale il succède avec la reproduction de sons relatifs à l'exclusivité, confidentialité et sécurité pour le touriste à l'intérieur de l'ensemble. Toute construction de la réalité est réalisée dans un espace et le temps défini à partir de l'imaginaire, puisqu'il existe l'objectif de captiver le visiteur, à l'intérieur d'une série de montages continuels où la ligne de coupure sera éliminée entre des montages, en changeant la fiction en réalité pour le touriste, le montage correct et la scène indiquée, ils marquent l'ordre constant des montages.

Of the chunk of images made and rescued of the natural or real environment, a plot relation was conforming across the page lay-out to the suitable sequence of each one of the scenes formed by the imaginary one, to join and to channel the montages for the fulfillment of the representation in a movie. Of the most out-standing examples they are the creations from the imaginary one in the United Arab Emirates represented in the hotels as tower *hilton baynunah*, *jumeirah Beach burj al-arab*, hotel *w*, hotel *apearon island* y hotel *eta*, which expose services as purchases of luxury, centers spa with exclusive facilities for the sport and the free time, equipped rooms with the last technology.

The colors and the forms are distinguished for standing out before the Arabic culture, but it is important to indicate that each of these megadevelopments will mark with this series of montages, which will allow to arrange the series of chunks of images made before the imagined fantasy. The megadevelopments differ for creating tourist scenes from the imaginary one, emphasizing the interlock across the search of the safety concept, with a marked interest to shape new communities, likewise elements like them I access they are guarded by safety personnel that was indicating the welcome to the tourist, Without knowing that it will be guided and monitored by secret video cameras in the mass of the building, also safety elements are distinguished for the mobility and accessibility to the set, emphasizing airway, navally ó terrestrial, the tour to the interior being marked under an stairs of descending level to beach level, there was showing each of the tourist scenes mounted to indicate the tour to the tourist to the interior of the set.

1. Introducción

El surgimiento de los nuevos conjuntos hoteleros se han convertido en lugares donde se ha concretado el imaginario, cada una de las representaciones de este megaconjunto con enfoque turístico basado en elementos naturales como sol y playa, son dirigidas a las manifestaciones de seguridad y privacidad. Los cuales son considerados elementos de configuración de enclaves, estos megadesarrollos turísticos se distinguen por contener en su interior, torres condominales en vertical con alturas destacables en su forma general, integrándose en un conjunto que cautivara al acoger bajo su forma, es decir imágenes generales del conjunto que llevaran al turista a su interior a un eje central que derivara en la playa, todo ello tras un recorrido turístico, donde los primeros elementos que conformaran el montaje del escenario turístico son sol y playa.

La búsqueda de lugares seguros y sobretodo privados¹, en su mayoría pueden ser asequibles solo para los económicamente valiosos, por cada uno de los elementos que determinara el carácter de seguridad para el turista, tendrá un costo, como lo es el recorrido ejemplificado para los que desean reconocer su recorrido de su terminal aérea al acceso majestuoso y sobretodo controlado de la zona hotelera, ya que al interior del conjunto encontraremos otro tipo de hospedajes que se determinaran por las necesidades y deseos de búsqueda de exclusividad para el turista, como lo son villas, residencias, condominios, conjuntos hoteleros, todos ellos con un acceso controlado por una caseta, sistema de control de cámaras, vigilancia personalizada, pluma digital o sensorial, entre otros elementos que son distintivos para manifestar la primera escala de enclavamiento al interior de la zona de hospedaje.

Al continuar se encuentra el acceso a un estacionamiento común y para los más exclusivos se cuenta con estacionamiento personalizado totalmente hermético, con capacidad para el tipo de vehiculo que desee guardar, como es el caso de vehículos especializados en actividades de sol y plaza (motos, *jet sky*, lanchas, entre otros). Un vestíbulo abierto o cerrado dará la bienvenida al turista su es el caso del conjunto hotelero, donde se encontraran las representaciones puras del imaginario conformado para cumplir con la fantasía deseada, lo cual permitirá iniciar el recorrido montado del escenario turístico, es importante reconocer, que en su mayoría los turistas, señalan que la postal que buscan es la llegada a la playa con las mejores puestas de sol, mismas que tal vez no puedan ser accesibles como lo imaginaba.

El montaje² de una serie de escenas que cautivaran al turista hasta lograr su estancia al interior del complejo hotelero, convirtiéndose el condominio o penthouse en una imagen dinámica, que podrá admirar a través de grandes terrazas translucidas que sirven de cortina al paisaje natural, que se muestra al interior del condominio con amplias terrazas tipo corredor, con la finalidad de aprovechar hasta el mínimo grado de vistas y ventanales que envuelven a estas terrazas. Representaciones arquitectónicas y urbanas trasladan al turista a la fantasía imaginada, construyendo una nueva realidad, misma que se plasmada a través de una serie de imágenes plasmadas en fotografías tipo fotograma o bien filmes, con enfoque en el imaginario turístico. Todo aquello que se ha destacada como fotograma, o imagen seleccionada del cumplimiento del deseo o fantasía, denotación de exclusividad con actividades recreativas, deportivas y de ocio, son espontáneas y claras para el turista.

2. El territorio turístico a través del imaginario publicitario

Los elementos publicitarios virtuales son registrados en el imaginario de los turistas, la publicidad ha evolucionado con transformación sobre la transmisión de mensajes publicitarios, ejemplos claros son la difusión a través de páginas de Internet, la creación y cautivación al interior de los denominados blogs turísticos, spot en flash que aparecen a cada *click* de página de Internet, los spam (mensajes no deseados, que son conectados en *internet* para ser visualizados en las páginas mas buscadas), entre otras ligas de red abierta, cada una de ellas como una manifestación del auge publicitario y sobretodo del éxito que ha tenido en los últimos diez años el mercado turístico, a través de esta serie de registros en Internet. Las páginas oficiales de cada uno de los conjuntos hoteleras, cuentan con un común de invitación a través de muestra de información general, enfocada en hoteles, actividades, restaurantes y vida nocturna, con actividades acuáticas, *golf*, compras y *spas*.

Sin lugar a dudas, el enfoque sobre la multiculturalidad³ en la comida como atractivo turístico es un elemento esencial de la representación del imaginario turístico, se muestra en el diseño de restaurantes

¹ "La morfología del urbanismo defensivo se distingue en el exterior por la simple envolvente del muro o cerca, tendida desde la puerta de acceso, tanto más monumental cuanto más distinción se pretende." López, Méndez y Rodríguez, 2006, pág.163.

² "Montaje es un término destinado a indicar la naturaleza específica de la obra cinematográfica; como la necesidad o exigencia del espectáculo fílmico de estar fraccionado en planos o tomas (*shots*). Es, por lo tanto, un término estético que, lejos de referirse a una etapa del proceso creativo, los abarca todos por igual. De este modo, desde el momento en que comienza a concebirse un filme en la mente de una cinematografista, y desde el momento en que él redacta el guión técnico en un papel que señala planos o tomas por separado, ya se está creando el montaje de ese filme." Sánchez, 2006, pág.66.

³ "Mientras perdure esa visión poco clara, el multiculturalismo sirve de coartada a la globalización sin limitaciones políticas; se permite a las fuerzas globalizadoras que se salgan con la suya con las devastadoras consecuencias que eso conlleva, entre las que las rampantes desigualdades intersociales e intrasociales parecen mayores que ninguna otra." Bauman, 2003, pág.104.

de diversas temáticas sobre los alimentos, en México, lo más publicitado de restaurantes de comida mexicana expresan eslogan como "Prueba la Auténtica Comida Mexicana", sin dejar de lado, opciones para todo tipo de gustos y deseos, como son *Gourmet* "Deguste los platillos más finos", Pescados y Mariscos "Los sabores del Caribe", Oriental "Delicias del Oriente", *Steak House* "Sugerencias para los amantes de la carne", Romántica "Lugares de ensueño", Italiana "Sabores de la península Ibérica" y Populares y Franquicias "Marcas conocidas".

Se muestran los lugares más comunes de vida nocturna que se expresan en los sitios turísticos, como discotecas, bar, *lounge* y música en vivo, cada uno de los lugares nocturnos son diseñados con espectaculares montajes de diferentes temáticas relacionadas con el atractivo turístico, resaltando elementos naturales al interior de otros artificiales, como son la simulación de encontrarse en el océano, a través del montaje de albercas rodeando el centro de los centros nocturnos, con interiores de alberca con corales, algas y sirenas. Elementos centrales de cautivación y conservación de la ilusión, se diseña a través de la iluminación y sonido, que han pasado a un grado histórico, ya que la demanda actual ha sobrepasado el interés sobre efectos de este tipo, se plantean las nuevas modalidades sensoriales, como son contener al interior de un espacios todos tus sentidos activos o invertidos, logrando la confusión o la construcción de la nueva realidad.⁴

Se publicitan actividades acuáticas como *snorkel*, buceo, barcos para navegar, *jungle tour waverunners*, paseos en barcos temáticos, como el conocido barco pirata, paseos o recorridos por islas, que generalmente conservan nombres de elementos naturales y la actividad transformada de las ciudades turísticas la pesca, pero no la pesca como actividad productiva, sino como actividad deportiva y recreativa. Es claro, el dominio del imaginario del ocio, las actividades productivas se han transformado en actividades deportivas o culturales, las cuales no dejan de ser actividades del consumo y del ocio, que buscan su integración en la nueva comunidad o el individualismo total. Aunque, debemos reconocer que el dominio del colectivo, de la comunidad ejerce mayor fuerza para integrar el imaginario, que una manifestación o demanda individual.

Las compras ya no solo se enfocan al mercado tradicional, son centradas en dos lugares escenificados, plazas y mercados de artesanías, donde los vendedores tradicionales quedan anulados de su actividad, el enfoque de consumo rodea a estos dos lugares del turismo, el imaginario se ve plasmado en representaciones de deseo, fantasía, exclusividad, ocio, entre otros. Los no lugares, las grandes plazas comerciales han transformado al consumidor, estas se han constituido y continúan en el proceso de integración de franquicias de diferentes *souvenirs*, donde influye directamente en el diseño de cada uno de estos espacios la moda del consumo. Donde la compra es adquirir el nuevo elemento de la franquicia de moda, que magnifique la exclusividad. Asimismo, adquirir un subvenir, que generalmente no corresponde a ningún elemento regional o vinculado con el sitio turístico.

En la configuración de los megadesarrollos turísticos⁵ se han creado espacios temáticos que son conocidos como Spa, con temas: agua, néctares tropicales, spa mar, aromaterapia, masajes, tratamientos faciales y corporales, salones de meditación, sesiones de yoga, de estiramiento, Pilates, lecturas relajantes y gimnasios. Diversos eslogan son utilizados para publicitar y atraer a este tipo de paraísos a los turistas, entre los más destacados se encuentran en México, en la ciudad turística de Cancún, podríamos ejemplificar con el denominado "El cocay Spa Maya" que bajo el *spot* "Y cuenta la leyenda Maya que El cocay (luciérnaga) tras horas de meditación sintió un chispazo de luz que iluminó su camino para encontrar la piedra verde sanadora, perdida por un respetado y querido Chamán del Mayab. El Cocay, Spa que brinda paz y bienestar, se sitúa en el corazón de la Riviera Maya; Tierra hospitalaria que brinda un encanto único a sus visitantes. En el Cocay, hemos retomado antiguas tradiciones y

⁴ "cuando se trata de modificar la percepción de las cosas y no ya los acontecimientos tal como se perciben, cuando el montaje gusta de yuxtaponer ruidos o imágenes que no suelen estar normalmente asociados, el principio mismo de dicho collage pone en tela de juicio la cuestión de la representación." Amiel, 2005, pág.25.

⁵ "El privilegio de estar en comunidad tiene un precio, y sólo es inofensivo, incluso invisible, en tanto que la comunidad siga siendo un sueño. El precio se paga en la moneda de la libertad, denominada de formas diversas como autonomía, derecho a la autoafirmación o derecho a ser uno mismo. Elija uno lo que elija, algo se gana y algo se pierde. Perder la comunidad significa perder la seguridad; ganar comunidad, si es que se gana, pronto significa perder libertad." Bauman, 2003, pág.VIII.

tratamientos utilizados por nuestros ancestros Mayas.” publicitan el deseo y la fantasía, con denominación de exclusividad al interior del megadesarrollo.

La cantidad de anuncios que publicitan los temas de la ciudad del turismo expresan en cada *click*, representaciones del imaginario, entre fantasías, deseos y construcciones de realidades, la publicidad ha construido un territorio virtual que es imposible delimitar, ya que en cada *blog*, correo electrónico, mensajero, página abierta y en ocasiones páginas electrónicas oficiales, encontramos diversos atractivos mensajes publicitarios que cautivan cada uno de los sentidos⁶, desde los que ofertan el turístico a partir de tarifas por promoción, los más exclusivos por ser distinguido en alguna franquicia crediticia, línea aérea o cliente distinguido de una línea hotelera. Este territorio se ha construido para cautivar al turista y convencer al que aún no ha decidido ser turista⁷. El proceso de construcción del imaginario turístico solo requerirá de elementos sensoriales, que sean transmitidos en un solo flash o aparición publicitaria a través de un mensaje electrónico. Paisajes son los más mostrados con esculturales figuras de mujeres o parejas, asimismo le seguirán publicidad donde se encuentra reunida la familia que coincide en una pareja (hombre y mujer) y dos pequeños niños. El mostrar paraísos que han sido construidos por el imaginario como perfectos ante el deseo y la fantasía, configuran nuevos lugares, como son el encontrar imágenes publicitarias donde se ha intercambiado la playa por el centro de reunión de la imagen en una alberca, un centro recreativo o un spa, entre los más comunes.

Cada uno de estos lugares configurados a partir del enclavamiento de la seguridad y exclusividad, son publicitados con anexos en diminuta proporción al cartel o publicidad donde se incluye todo tipo de tarjetas de crédito como *visa*, *mastercard* y *american express*⁸, señalando que se requiere contar con ellas, para poder adquirir cualquier tipo de servicio en ese tipo de megadesarrollo. La seguridad del turista se ve referenciada desde la adquisición, los lugares han sido transformados y en este momento las recepciones o vestíbulos de cada uno de los megahoteles que conforma un megadesarrollo, no son destinados al cobro de habitaciones, cada una de ellas ha sido adquirida con anterioridad de forma discreta y sobretodo segura tanto para la empresa como para el ahora propietario de un condominio, villa o residencia, como las más comunes. El vestíbulo o recepción ha sido transformado en un lugar de bienvenida al propietario para denotar la exclusividad con que contara durante su estancia, es decir, se construyen espacios temáticos para construir nuevas realidades⁹ a partir de escenarios turísticos, siendo eje de esta transformación el montaje con representaciones aportadas por el imaginario, desde imágenes, señales, símbolos, pinturas, esculturas, vegetación, remates, modulación de muros, pisos, ventanales, puertas, cada detalle forma parte de esta escenografía.

3. Imaginario del megadesarrollo turístico Sandy Beach

La ciudad turística de Puerto Peñasco, Sonora, México se localiza en la frontera estadounidense, entre mar y desierto, en 1930 en el conocido puerto como *Rocky Point*, apareció en primera posición el megadesarrollo turístico *Sandy Beach*, como principal inversión de infraestructura y desarrollo del territorio peñasquense. Actualmente, uno de los megadesarrollos turísticos de sol y playa enclavados por el imaginario en la ciudad de sol y playa de Puerto Peñasco, con una dimensión de cinco mil hectáreas designadas para el desarrollo turístico, mismas que son planificadas a través de la presentación de un

⁶ “A partir de la década de 1920, la publicidad empezó a reflejar las actitudes prevalecientes de esos tiempos, ofreciendo imágenes que proporcionaban pistas sobre como vivir bien la vida, visiones de ideales a partir de los cuales el consumidor podía modelarse. Lynch, 2000, pág.181.

⁷ “Lo que mantiene a una sociedad unida es evidentemente su institución, el complejo total de sus instituciones partida es evidentemente su institución, el complejo total de sus instituciones particulares, lo que yo llamo la institución de la sociedad como un todo; aquí la palabra institución está empleada en su sentido más amplio y radical pues significa normas, valores, lenguaje, herramientas, procedimientos y métodos de hacer frente a las cosas y de hacer cosas y, desde luego, el individuo mismo, tanto en general como en el tipo y la forma particulares que le da la sociedad considerada (...)” Castoriadis, 2005, pág.67.

⁸ “Ese algo fue la creación de los cheques de viaje de American Express, que revolucionaron la demografía de los viajes más que cualquier avance previo. Los cheques de viajes han sido la única innovación diseñada por American Express en toda su historia, pero han resultado ser tan lucrativos que gracias a ellos se han financiado los demás proyectos de la empresa.” Goldstone, 2003, pág.28.

⁹ “La imaginación entera, ávida de realidades, de atmósfera, aumenta cada impresión con una imagen nueva. (...) En esta transposición, la imaginación hace surgir una de esas flores maniqueas que confunden los colores del bien y del mal, que trasgreden la leyes más constantes de los valores humanos.” Bachelard, 2000, pág.15.

plan maestro del sector, integrando áreas de alojamiento, desde residencias hasta condominio, servicios y actividades de exclusividad.

Sandy Beach Resort se funda con La Cholla, la cual es una bahía interesante e importante en Puerto Peñasco que al estar localizada en el extremo poniente ha permitido detonar el megadesarrollo turístico, aunque la Cholla fue construida para actividades de tipo familiar de norteamericanos, ha constituido parte central de la integración de *Sandy Beach* en su conjunto, ya que donde termina *Sandy Beach* es en La Cholla, culminando tras un recorrido de paisajes paradisíacos de enfoque para turismo masivo. Entre las dunas y el agua transparente de las playas de Peñasco se funde La Cholla al final del megadesarrollo turístico que inicia en la avenida *Fremont* con un recorrido en arena que pareciera no tener un final tras la reverberación en el desierto, con el espejismo de la playa con fundamento en los oasis del deseo ante la presencia de la arena del desierto.

La primera etapa de *Sandy Beach* incluye a una comunidad frente a la playa denominada Costa Diamante, Casa Blanca que corresponde a chalets con golf, Esmeralda Resort, condominios Princesa de Peñasco, condominios *Sonoran Sea Resort*, Las Palmas, Bella Sirena y *Sonoran Sun*. La segunda etapa incluye cancha de golf de campeonato de 18 agujeros, la primera cancha de golf con balnearios arenosos y proyectos como *Diamond Village*, residencias, villas, residencias privadas con tiendas comerciales y almacenajes a un lado del mar. La tercera etapa incluye cancha de golf de campeonato de 18 agujeros de tipo residencial, residencias, residencias privadas con tiendas comerciales, escuelas de golf y parque de agua. La cuarta etapa incluye hoteles *resort*, casinos, sitios de estar en la playa, clubs de playa, condominios y centros para conferencias. La quinta etapa incluye marina al interior y exterior, condominios, condominios privados con tiendas comerciales de venta al público, tiempos compartidos, hotel con club de salud, club de yates, restaurantes y club de playa. La sexta etapa incluye espacios recreativos como dunas, cancha de golf de campeonato de 18 agujeros con vistas al océano, residenciales, sitios de estar en la playa, marina residencial, hoteles y tiempos compartidos. La séptima etapa incluye marina residencial, una pequeña marina y almacenaje para barcos. La octava etapa incluye una comunidad de retiro con cancha de golf, residencias con cancha de golf, unidades de retiro, centros comerciales y centro médico. Y la novena etapa incluye área comercial, estancias para trailers, almacenaje para trailers, unidades de almacenaje diverso, oficinas, alojamientos económicos para empleados de servicio, apartamento, centro comercial Plaza Las Fuentes, parada de autobús, restaurantes bar y se planea la introducción de franquicias entre las que destaca *Apple Bee*'s.

Figura 1. Plan Maestro del megadesarrollo turístico *Sandy Beach*



Fuentes: <http://www.sbrrealty.com/MasterPlan.html>. Consultado durante Mayo 2009

Figura 2. Fotografía Sector *Sandy Beach*



Fuente: Enero 2009

Los espacios destacados de consumo en la ciudad turística son los campos de *golf*, reconocidos como los diseñados por *Jack Nicklaus*, basados en lagunas tipo oasis en medio del desierto mexicano, donde se ha montado uno de los escenarios más impresionantes dentro de los diseños urbanos de los centros turísticos, la colocación de oasis artificiales, a través del sembrado de pasto en recorridos de kilómetros, con carretera aledaña para el traslado rápido del jugador, lagunas artificiales y la desaparición de la fauna del desierto como la víbora de cascabel, bajo el eslogan de exclusividad y seguridad simulada. Al interior de los condominios, se les ha privilegiado a los propietarios con campos de *golf* pequeños, donde el montaje se realiza sobre materiales artificiales.

4. Lugares de enclave del imaginario

Los enclaves del imaginario entre los que destacan en Puerto Peñasco el megadesarrollo turístico *Sandy Beach*, cuenta al interior con una serie de megaconjuntos considerados otra meseta del enclave, estos espacios temáticos¹⁰ ejemplifican la transformación del imaginario. Entre los megaconjuntos destacan los *Sonoran Resort* divididos en cuatro temáticas: *Sky*, *Sun*, *Sea* y *Spa*. Cada una de las denominaciones detona el enfoque de construcción del imaginario, a través del deseo y fantasía. Existen dos representaciones centrales de la configuración urbana del espacio temático, el conjunto y el condominio, aunque la imagen de consumo sea el paisaje natural o artificial a través de sol y playa.

Figura 3. Imágenes de *Sonoran Resort* en el megadesarrollo turístico *Sandy Beach*.



Fuentes: <http://www.sonoran-sea-resort.com/>, <http://www.sonoran-sky-resort.com/>, <http://www.sonora-spa-resort.com> y <http://www.sonoranskymexico.com/gallery.htm>. Consultado durante Mayo 2009

¹⁰ "En cuanto a los que viajan a lejanas regiones, generalmente en grupo, se exponen, en el mejor de los casos, a encontrar solamente aquello que esperaban encontrar: a saber, hoteles extrañamente semejantes a los que frecuentaban en otros lugares el año anterior, habitaciones con televisión para mirar el programa de CNN, las series norteamericanas o la película pornográfica del momento, piscinas situadas junto a la playas y, en el caso de los más venturosos, (...)" Augé, 1998, pág.15.

El conjunto integra servicios turísticos de alto consumo y auge turístico, tanto *Sonoran Sea, Spa, Sky y Sun Resort* ofrecen la construcción del escenario a través de una pequeña tienda, restaurante, gimnasio, albercas y jacuzzi. Estos espacios definen sus temas a través de los siguientes elementos de consumo turístico referidos a la construcción del imaginario con exclusividad, privacidad, seguridad, ocio, recreación, entre otros elementos de construcción de los montajes. *Sonoran Sea Resort* se distingue por un centro de convenciones, área de juegos para niños, área de asadores, cancha de tenis, centro de cómputo y servicios de masajes, pedicuras, manicura, piel y tratamiento de cuerpo. *Sonoran Spa Resort* se distingue por una cancha de tenis, centro de salud (*spa*) y tienda de regalos. *Sonoran Sky Resort* se distingue por contar con una sala de entretenimiento durante los fines de semana, destacando las salas de teatro de película y una barra de cocina fina. Y *Sonoran Sun Resort* se distingue por contar con servicios centrales a través de una plaza y una oficina de negocios que incluye una galería de arte. Es importante mencionar que otro elemento de exclusividad y seguridad para el turista, es que no se permite la entrada de mascotas en *Sonoran Sea y Spa Resort*.

El condominio de los *Sonoran* se integra en su mayoría por condominios de lujo con 1,2 y 3 dormitorios, vistas a la playa, océano y el golfo a través de terrazas o balcones, con agua potable y embotellada, el equipamiento consiste en aire acondicionado, estufa, refrigerador y lavadora como un común entre los condominios, con la finalidad de expresar elementos centrales que constituyen la integración de una casa. *Sonoran Sea Resort* cuenta con 208 condominios de lujo con balcón privado vista al océano y a la ciudad de Puerto Peñasco. Se distingue por equipo de televisores, grabadores de video, una lavandería individual, cocina con horno y microonda. *Sonoran Spa Resort* cuenta con 202 condominios de lujo con balcón privado vista al océano y a la ciudad de Puerto Peñasco. Se distingue por equipo con lavaplatos, microondas y secadora. Incluye en el sistema de televisión canales como CNN y HBO II y el condominio puede ser decorado al gusto del propietario, con el objetivo de hacerlo sentir las comodidades de su casa. *Sonoran Sky Resort* cuenta con 136 condominios con hasta 4 dormitorios, con su propio balcón con vistas impresionantes del mar de cortes y la ciudad de Puerto Peñasco. Son equipados con televisores, grabadores de video y una lavandería individual. Y *Sonoran Sun Resort* cuenta con 228 condominios de lujo, la diferencia se encuentra en los condominios de 3 dormitorios, con terrazas de 389 o 662 metros cuadrados, asimismo, se oferta el condominio Premium con espacios cerrados de 2,893 metros cuadrados y espacios abiertos considerados para terraza de 2,365 metros cuadrados.

Diversas representaciones han sido configuradas a través del imaginario, para construir nuevas realidades, los megadesarrollos turísticos sobretodo de sol y playa son distintivos por su gran masa construida de contener una serie de señales y marcas, que conforman el montaje de los escenarios turísticos¹¹, los elementos sol y playa han sido retomados del paisaje para transformarlos en elementos centrales de exclusividad y seguridad, por ello la conjugación de elementos de representación llevan a los diversos actores a construir una realidad de fantasía y del deseo. Se ha confundido manifestado tanto la exclusividad y la seguridad en elementos centrales de construcción de enclaves. Entre ellos encontramos la magnificación a través del ejemplo de Sandy Beach, con diversos espacios temáticos como son el conjunto de los *Sonoran Resort*, cada uno volcado en su demanda de consumo y su especialidad, pero con un eje central del imaginario sobre el diseño urbano de los nuevos enclaves de las ciudades.

Entre mesetas se desarrollan los escenarios turísticos, un conjunto de montajes configuran la estructura turística, entre deseos y fantasías, el cautivar al turista con una serie de vistas que son guiadas entre marcadores, permiten el acceso a la exclusividad y la seguridad construida por el imaginario, a través del enclavamiento. Una serie de mesetas en escalinatas que se abren hacia los elementos paisajísticos que muestran el paraíso buscado por el turista, entre sol y playa, construyen nuevas imágenes que serán plasmadas ante el consumismo. En el megadesarrollo se señala el inicio de las mesetas ante una planicie que permite adentrarse a la megaconstrucción, que va plasmando una serie de elementos de recreación y ocio, que denotan ante todo la exclusividad para el turista, después del recorrido marítimo, terrestre o aéreo, les espera una segunda meseta donde se mostraran los primeros elementos de seguridad simulada y sobretodo denotación de privacidad, que constan de accesos controlados, estacionamientos

¹¹ "He sugerido la palabra escenario para estos tipos intermedios de espacio social, mas no hay por qué ser tan rígidos sobre la cuestión del nombre de este lugar, siempre y cuando se comprendan sus rasgos estructurales y sus influencias sobre las ideas." MacCannell, 2003, pág.140.

hermetizados, tarjetas de control digital o sensorial, marinas independientes con control de rastreo georeferencial y pistas de aterrizaje de llegada a terrazas directas al penthouse. La llegada terrestre es la que denota la llegada de mayor cautivación para el turista, cuando esta no es aérea con guía de turista, ya que se mostraran otra serie de mesetas que conservan en el turista el deseo de encontrarse con la postal mostrada a través de la publicidad sobretodo de tipo electrónica, misma que los hizo llegar al sitio. La bienvenida ante una recepción simulada con una serie de representaciones de magnificación de los elementos relevantes de una cultura o bien elevando el nivel de poder sobre la tecnología ante los elementos naturales o del medio ambiente, son los que conservan el deseo en el turista, al corresponder a su primera impresión ante la presentación del megaconjunto, se le muestran a continuación una serie de opciones recreativas, deportivas y de ocio, entre las que destacan: centros de reunión como casinos, gimnasios, albercas y jacuzzi, sin contar con elementos de distracción al interior, en los más lujosos y exóticos, como es el caso de grandes plazas comerciales con franquicias internacionales, donde la fantasía se convierte una realidad, a través de un torneo de tenis sobre una burbuja aérea, una jugada de golf en medio de oasis del desierto, hoteles spa, porque no restaurantes en la profundidad del océano y bares de hielo en medio del desierto, donde el deseo se lanza hacia sentidos sensoriales del turista, hasta perder la noción y transformar su realidad a una nueva.

Como refiere *Castoriadis*, las significaciones de los imaginarios son considerados elementos no racionales, señalándolos *Augé* como elementos de la ficción, sin dejar de ser significaciones objeto de participación del colectivo, la denominada comunidad se ha convertido en una masa difusa ante la búsqueda turística, que expresa simulaciones con representaciones plasmadas en cada uno de los espacios urbano arquitectónicos construidos, desde el megadesarrollo turístico hasta la selección de los espacios interiores del condominio, el turista ha demostrado que requiere lugares construidos en la fantasía y el deseo, que aumenta su número como construcción en la ciudad del turismo conforme a la demanda, justificándose en la exclusividad y seguridad. *Bachelard* lo concreta con sus documentos sobre los sueños entre los elementos centrales de la naturaleza, como lo denota la publicidad de los megadesarrollos turísticos, sol y playa, aunque no se deje de reconocer el origen de todo un pueblo, donde la historia es reconstruida bajo el consumismo y el uso temporal, donde la permanencia viaja como el turista, sin una estancia no mayor a la temporalidad de un turista enclavado al interior de un condominio de lujo de estos megadesarrollos turísticos, siendo su seguridad el único valor que desea conservar con un baño de exclusividad en los espacios urbanos y arquitectónicos construidos de mayor sensación y satisfacción de deseo y placer turístico. Cada uno de los actores que conforman esta comunidad turística, aportan elementos centrales de conformación del imaginario, la búsqueda en la ciudad turística ya fue expresada, lo que no se ha considerado es la vida turística, esa población de turistas, que se ha convertido en las ciudades del turismo en población flotante, siempre se convierte aunque en menor porcentaje en población residente, para la cual no fue planeada la ciudad turística, las necesidades del residente y del turista nunca serán iguales, aunque la búsqueda sea semejante. Los intereses serán diferentes, las actividades recreativas comunes para el residente cuando para el turista serán exclusivas. Asimismo, la seguridad para el residente y para el turista se convierte en una condición de demanda común pero con actuaciones diferentes sobre los elementos de simulación. El *front* nunca será el *back*, esa parte frontal de la denominada zona hotelera por el residente, nunca se podrá suplir por el *back*.

Bibliografía

Amiel, Vicent. Estética del montaje. Madrid: Abada, 2005, p.216.

Augé, Marc. El viaje imposible: El turismo y sus imágenes. Barcelona: Gedisa, 1998, p.143.

Bachelard, Gaston. El aire y los sueños. México: Fondo de Cultura Económica, 2000, p.327.

Bauman, Zygmunt. Comunidad: En busca de seguridad en un mundo hostil. Madrid: Siglo XXI, 2003, 157.

Castoriadis, Cornelius. Los dominios del hombre: Las encrucijadas del laberinto. Barcelona: Gedisa, 2005, p.246.

Lynch, Rob. Ocio comercial y consumista. Coordinado por Csikszentmihalyi, M., Cuenca, M., Buarque, M., Trigo V. y otros. Ocio y Desarrollo: Potencialidades del ocio para el desarrollo humano. Documentos de Estudios de Ocio. No.8. Bilbao: Universidad de Deusto, 2000, p.167-203.

López Levi, Liliana; Méndez Sainz, Eloy y Rodríguez Chumillas, Isabel. Fraccionamientos cerrados, mundos imaginarios. Coordinado por Lindón, Alicia; Aguilar, Miguel Ángel y Hiernaux, Daniel. Lugares e imaginarios en la metrópolis. México: Anthropos. 2006, p.161-169.

MacCannell, Dean. El turista: una nueva teoría de la clase ociosa. Barcelona: Melusina, 2003, p.291.

Goldstone, Patricia. Turismo. Más allá del ocio y del negocio. Barcelona: Debate, 2003, p.370.

Sánchez, Rafael C. Montaje Cinematográfico: Arte en movimiento. Buenos Aires: La Crujía, 2006, p.387.