

Megadesarrollos turísticos de sol y playa enclavados a partir del imaginario social

Sylvia Cristina Rodríguez González*

Introducción

El crecimiento de las ciudades turísticas desborda la objetividad del desarrollo urbano, despertando al imaginario, con una súper saturación de la realidad del turista por la aparición de representaciones constituidas por imágenes y símbolos subjetivos, a lo que reflexiona *Cornelius Castoriadis* (2007:204) “*hablamos de imaginario cuando queremos hablar de algo <<inventado>>*”. La turistificación posmoderna se remonta al concepto de turismo, el cual se preocupa de la arraigada distinción entre lugares “auténticos” y experiencias “escenificadas”, señala *Dean MacCannell* (2003). Muestra de ello, es la conformación del imaginario turístico creador de los megadesarrollos turísticos de sol y playa con una alta demanda en el enclavamiento, fortaleciéndose en la búsqueda de seguridad, con gran énfasis en la exclusividad, tranquilidad, relajación y ocio; asumiendo principios tales como el deseo de aislarse del mundo real, a través del montaje de grandes escenarios de alta demanda turística, donde prevalece la transformación de la autenticidad por medio de diversas representaciones de

* Estudiante del Doctorado “Ciudad, Territorio y Sustentabilidad”, Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: sc_sc802004@yahoo.com

imágenes y símbolos de la simulación, dejando atrás la originalidad. Por ello, los megadesarrollos turísticos de sol y playa enclavados son de alto consumo turístico ante el montaje principal de escenarios de seguridad. En la actualidad, este tipo de representaciones del imaginario turístico pueden conformar islas *ghetizadas*.

Megadesarrollo turístico de sol y playa

El crecimiento urbano de las ciudades turísticas se centra sobre la franja costera, donde el predominio de los emplazamientos serán sitios de estar turístico. La objetividad sobre el desarrollo urbano se ha perdido, convocando en la actualidad al conjunto, a dar orden urbano y social a los elementos estructurales de la ciudad a partir del imaginario. Tanto el turista como el residente saben que sitio ocupar, sin embargo el deseo y la imaginación, estarán presentes siempre, ambos despertando al imaginario¹. La realidad se ha transformado en una realidad imaginaria, constituida por una serie de representaciones simbólicas, que llevarán al individuo a desear un realidad imaginada, en ocasiones inexistente, pero si fantaseada. En esta realidad fabricada por el imaginario, se encuentran los megadesarrollos turísticos, por ello, se convoco a su construcción de su concepto, a través de un dialogo del análisis del termino megadesarrollo turístico de sol y playa. Ante la publicidad turística, sin tener que contar con todos los servicios básicos, estará situado en contar con todos los servicios recreativos, de

¹ “Llamo imaginarias a estas significaciones porque no corresponden a elementos “racionales” o “reales” y no quedan agotadas por referencia a dichos elementos, sino que están dadas por creación, y las llamo sociales porque sólo existen estando instituidas y siendo objeto de participación de un ente colectivo impersonal y anónimo.” (Castoriadis 2005, 68).

esparcimiento, de exclusividad, seguridad, privacidad y ocio; se identifican por las macro dimensiones de ocupación de suelo para el impulso del desarrollo turístico a partir de la construcción de megaconjuntos, que incluyen hoteles de los mejores niveles, condominios, villas, *pent house*, o simplemente un espacio que cubra los deseos, ilusiones y fantasías de los turistas, estos megadesarrollos han cambiado su flujo y temporalidades de estancia, ya que no corresponde en su mayoría a estancias de fin de semana, tipo hotelero como se le conoce o para empresarios, el flujo de turistas al que se dirige el concepto de megahoteles es por estancias largas o permanencia en el sitio turístico por largas temporadas, que pueden oscilar de seis meses a un año, a pesar de ser propietarios.²

Sin lugar a dudas, los megadesarrollos destacan por lograr la transformación inmediata de la ciudad turística a través de su crecimiento urbano, visualizándose un proceso de expansión urbana acelerado, en especial sobre las franjas costeras. Este crecimiento manifiesta privatización de playas y limitación sobre las vistas del paisaje natural. Se encuentran enclavados sobre la franja costera y desintegrados de la ciudad bajo el concepto de exclusividad, recreación y ocio, ya que buscan desconectarse de la ciudad tradicional, aunque su emplazamiento mantiene contacto con la ciudad tradicional por medio de grandes corredores de conexión con las carreteras, mismas que pasaran por la ciudad

² “Los viajes siguieron siendo un placer para ricos hasta finales del siglo XIX, cuando J.C. Fargo, un empresario estadounidense que estaba de visita en París, tuvo que hacer cola como cualquier mortal para hacer efectiva una letra de crédito de su banquero. Fargo era director de la American Express Company, cuya historia está inextricablemente ligada a la democratización de los viajes del siglo XX.” (Goldstone 2003,27).

tradicional, para cubrir servicios básicos. El concepto de megadesarrollo turístico ha sido estudiado como producto de consumo turístico y apoyado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) bajo el concepto de Centros Turísticos Integralmente Planeados (C.I.P.'s), entre otros organismos internacionales de apoyo al turismo, ante el crecimiento económico mundial. La figura de Fideicomisos, ha permitido la adquisición del suelo para emplazar los megadesarrollos turísticos, ya que corresponden a grandes extensiones de suelo para urbanizar, es decir, la creación urbanística de los megadesarrollos turísticos inicia bajo la generación de ideas de inversión sobre suelo vacante, sin embargo, es de conocimiento de los empresarios, que sobretodo en las zonas costeras, dicho suelo no corresponde a un suelo vacante, sino a un suelo productivo ante la actividad pesquera, ya sea para pesca o cultivo de especies marinas, por ello, al constituirse la figura de fideicomisos, permite la adquisición con mayor facilidad de suelo ejidal o bien como existe el caso, se encuentran bajo irregularidades que solo el mismo emplazamiento provocara para su permiso, su instalación sobre reservas naturales. Asimismo, el trabajo de conversión de uso de suelo, es parte de la ganancia empresarial, la adquisición de suelo corresponderá al no encontrarse urbanizado, a suelo barato³. Realizándose la reconversión del tipo de suelo a urbano, es decir, con capacidad para construir emplazamientos turísticos,

³ “(...) en una sociedad de consumidores la búsqueda de la felicidad —el propósito invocado con más frecuencia y utilizado como carnada en las campañas publicitarias destinadas a atizar el deseo de los consumidores de desprenderse su dinero (dinero ganado o dinero que uno espera ganar)- pasa de estar enfocada en producir cosas o apropiárselas (ni hablar de almacenarlas) para enfocarse en su eliminación: justo lo que necesita un país cuyo producto bruto está en baja.” (Bauman 2007, 58).

el concepto es detonar inmediatamente, a partir de la construcción del elemento ancla, mismo que deberá encontrarse en condiciones de consumo, bajo las necesidades expresadas a partir del imaginario turístico, bajo una representación arquitectónica, que refleje el concepto central en que se convertirá el megadesarrollo, mostrando conceptos de creación al interior como megaconjuntos hoteleros, condominales, construcción de villas, entre otros.⁴ En este elemento ancla el propietario, habrá de recuperar la inversión completa a través de su venta, iniciando los trabajos de los siguientes condominios, donde los tiempos de especulación son muy cortos pero muy fructíferos, debido a la rapidez con que se venden ilusiones y fantasía. Señalan los empresario que la misma persona que realizo la primera compra, es consecuente en otras mas adquisiciones, convirtiéndose en propietario y empresarios, en los casos que se le permita realizar renta por su parte. Al consolidarse estos condominios se habrán de conformar comunidades enclavadas⁵, donde el común será la búsqueda de exclusividad, privacidad, recreación, seguridad o bien ocio. Este imaginario ha constituido ciudades escenario, como son las turísticas⁶. Lo artificial predomina sobre los escenarios turísticos, a través de la creación de realidades deseadas,

⁴ “El espacio está cargado de sentido. Sus formas y su trazado se remiten y se articulan en una estructura simbólica, cuya eficacia sobre las prácticas sociales pone de manifiesto todo análisis concreto. Pero esta estructura simbólica no es el equivalente de un texto urbano organizado por la cristalización formal de la acción social. (Castells 2004, 256).

⁵ “La organización urbana que contempla nuevos castillos y ciudades amuralladas no puede ser un elemento de progreso ni una evolución positiva de la planeación territorial, es un negocio lucrativo que sigue las dinámicas del consumo para garantizar ganancias, contribuir a la segregación de los espacios sociales y a la desarticulación del conjunto urbano.” (López, Méndez y Rodríguez 2006, 169).

⁶ Ha definido la atracción turística como una relación empírica entre un turista y un marcador (una información sobre la vista). Puede representarse un modelo simple de la atracción de la siguiente manera: turista / vista / marcador, atracción. (MacCannell 2003, 56)

admite el engaño a los sentidos, permitiéndole al individuo la adaptabilidad a una nueva realidad; la vista, el gusto, el oído y el olfato, se han percatado de desarrollarse ante nuevos escenarios.

Escenarios turísticos de los megadesarrollos turísticos

Los escenarios turísticos han sido montados sobre recorridos de captura de la naturaleza, que a pesar de ser visibles ante lo natural, son imposibles oler o escuchar, ante la contaminación existente en torno a la vista rescatada. Igualmente, sucede cuando se saborea un platillo de la mejor cocina internacional, que no es acorde al ambiente natural, ni a la producción regional. El crear espacios de confort, dependerá del turismo al que se dirige la creación del megadesarrollo, ya que al interior de cada conjunto turístico, se crean los medios mecánicos o tecnológicos para permitir una estadía exclusiva, privada, segura, confortable. Aunque, conocemos que el imaginario ha ido más allá que esto, actualmente se construyen ambientes de ciudades completas⁷, en otras ciudades donde sería imposible mantenerlo, en cuanto al gasto energético o bien el traslado de los elementos arquitectónicos, igual sucede en los ambientes creados de *confort*, al encontrarnos en temperaturas de las zonas desérticas podemos encontrarnos frente a un escenario de sol y playa, bajo una *suite* o *pent house* con los

⁷ “Por eso mismo, los refinamientos de la arquitectura sabia y audaz que construye a la vez el escenario y la decoración de este espectáculo, cambian de dimensión: la fábrica es lugar de trabajo y símbolo de excelencia; el espacio en que se sitúa desborda ampliamente el espacio circunscripto por sus fronteras aparentes: es un espacio virtual, el espacio mundial que ocupan todos los potenciales clientes de L’Oreal.” (Augé 1997,105-106).

medios tecnológicos para estar en cualquier ciudad del mundo con la temperatura deseada.

Sin lugar a dudas, los sentidos del cuerpo humano, como el sentido de la vista o visión, sentido del gusto o sabor, sentido del oído o audición, sentido del olfato o del olor, son desarrollados bajo un esquema de simulación de la realidad, donde el esperar escuchar gaviotas a la orilla de una playa, es trasladado a un segundo plano, ya que lo inicial será la introducción del guía turístico sobre la ciudad, esa ciudad ausente, esa explicación que generalmente al contar con nivel turístico internacional, será a través de una traducción, que deberá negarte el escuchar la ciudad real, ya que será a través de unos audífonos. Aunque uno de los sentidos que menos se pueden engañar es el olfato, el oler la ciudad turística, distinguiendo la brisa del mar como el elemento de búsqueda por los turistas, es destacable mencionar que la ciudad turística se ha separado, en la ciudad tradicional y la ciudad de la franja costera, conocida como zona hotelera, es decir la llegada es la ciudad dual, donde aquello que muestre deterioro por la ciudad o desecho de la ciudad, será escondido, aunque ante las sensaciones no pueda ser negado. Los sentidos que el turista activara de inmediato, y serán predominantes durante su estancia, serán la vista y el gusto, ya que se les mostrara todo aquello que tenga relación con el escenario turístico paradisiaco, que guarda el deseo e ilusión del turista, igual sucederá con la presentación de platillos adecuados a la alimentación del predominio de los turistas, ya sea a través de platillos de cocina internacional o las especialidades de la zona hotelera. Asimismo, en los centros

turísticos se analizan los sentidos de tacto, sensación física del cuerpo, denominada somato sensación.⁸

Las sensaciones pueden hacernos partícipes de una realidad inexistente o bien de una realidad imaginada, los sentidos han sido activados para cada uno de nuestros recorridos por la ciudad turística. El cambio de la zona hotelera a la zona de residentes es totalmente variable. La ciudad ha construido y se sigue construyendo para los turistas, bajo representaciones que activan o desactivan los sentidos cuando este se requiera, la naturaleza es utilizada y transformada, elementos artificiales son construidos en la ciudad para dar sensaciones que han sido imaginadas por los turistas, igualmente los residentes han adaptado su forma de construir y de diseñar, para ser lo mas semejante a todo aquello que es solicitado y deseado por aquellos turistas.

El recorrido que puede ser por cualquier medio de transporte, debe ayudar al turista a conservar la ansiedad por la llegada, esa realidad imaginada, debe estar cercana y deberá encontrarse con imágenes, tanto de señalización, como símbolos que le indique su nueva exploración, conservando siempre la seguridad sobre elementos conocidos que lo hacen continuar en confort, como lo son símbolos, mensajes, colores conocidos y de orientación segura para su llegada. Esta llegada a la ciudad del turismo de sol y playa, en la actualidad, se conservan elementos de comunicación entre el empresario y el turista, con imágenes muy cautivadoras, que harán pasar del sentido del olfato, al sentido de la vista.

⁸ “Lo irreal domina al realismo de la imaginación. (...)” (Bachelard 2000,117).

Los megadesarrollos turísticos han surgido de sueños, deseos y de un imaginario urbano, que se sustenta en la economía de las ciudades⁹, el suelo como producto de expansión es lo que determina o delimita el crecimiento del megadesarrollo turístico, el captar todas las vistas y las miradas será el reto de estos megadesarrollos, serán eje de la construcción de diversos megahoteles con un estilo específico, aunque en su conjunto conservan la imagen de masas de construcción que actúan como barrera o blindaje entre la llegada y los escenarios imaginados, lo cual a través de cualquiera que sea esa barrera de construcción solo será el vestíbulo para llegar al sitio deseado.

Los megadesarrollos turísticos de sol y playa, cuentan con un recorrido urbano ya establecido por cada una de las opciones de ilusión, para su estadía, se distinguen por separar la ciudad tradicional del megadesarrollo por un corredor, donde se mostraran diferentes imágenes de vistas, personajes, figuras, señalización del deseo, transformación de la realidad, hacia su llegada al sitio, donde el paisaje juega una parte esencial de la concepción elaborada por los turistas, ya que una serie de escenarios le serán mostrados entre publicidad y vistas paisajísticas, que a su llegada, le será difícil separar la realidad de la ficción,

⁹ “La cultura del consumo del ocio tiene una historia relativamente reciente en términos de su aparición a gran escala. Apareció dentro del contexto de una orientación más general hacia el consumo en los siglos XVIII y XIX, especialmente en Gran Bretaña y en EE UU. Sin embargo, el consumismo contemporáneo ahora es un concepto global y un conjunto de prácticas. Desde la década de los cincuenta, en los países industriales que disfrutaban de salarios más elevados y de un mayor producción de bienes y servicios, el ocio como consumo se ha arraigado firmemente en las economías del mundo entero. En las siguientes secciones, deseo elaborar dos aspectos claves del ocio consumista: en primer lugar los deseos de subyacen a la expansión del ocio consumista y, en segundo lugar, la globalización de este tipo de ocio.” (Lynch 2001, 184)

construyendo durante su estancia una fantasía de la realidad. El imaginario¹⁰ representado a través de diversos elementos aislados pero detonantes de la fantasía cautivaran en su conjunto al turista, haciendo sentir en un ambiente real ante la fabricación de montajes preestablecidos, como es el representar haciendas o castillos en medio de un paraíso, entre sol y arena, el juego de los elementos les permitirá formar parte de la realidad construida, de la cual forman parte, entonces podremos dar ejemplos, como es el caso de los Emiratos Árabes, en específico Dubai¹¹, que es conocido a nivel internacional por la serie de construcciones emuladas en especial sobre su franja costera, donde la búsqueda de exclusividad y fantasía, brilla en cada elemento urbano y arquitectónico, como muestra la construcción de una gran pista de esquiar en hielo, donde la tecnología es utilizada en su máximo para lograr mantenerla activa y no se requiera ir a un escenario natural, para lograr cumplir con el deseo de esquiar en hielo en pleno desierto, igual sucede con la construcción del bar de hielo al interior de un centro comercial, donde la ilusión es el consumir alimentos calientes al interior, ya que al exterior no sería lo deseado por instinto humano, cumpliéndose una fantasía más al interior de la ciudad turística. Sin lugar a dudas la generación de una serie de

¹⁰ “El auténtico viaje de la imaginación es el viaje al país de lo imaginario, al dominio mismo de éste. No entendemos por ello una de esas utopías que consiguen, de golpe, un paraíso o un infierno, una Atlántida o una Tebaida.” (Bachelard 2000,13).

¹¹ “Para el año 2015 está previsto que se completen las tres penínsulas artificiales proyectadas justo a lo largo de las costas de Dubai, cuya forma evoca a la de las palmeras, que albergarán residencias, hoteles y habitaciones privadas para ricos viajeros. Junto a estas está en fase de realización El Mundo, un microcosmos formado por 300 islas que reproducen en su disposición la geografía terrestre, cuyo precio de mercado oscila entre el millón y los 15 millones de dólares.” (Bellini y Daglio 2008, 159).

espacios urbanos y arquitectónicos denotan la realidad imaginada¹², sin dejar atrás la amplia gama de restaurantes de comida internacional, donde se puede degustar un platillo de cualquier parte del mundo bajo el agua y porque no, un centro de diversiones particular en tu suite con vista a las islas flotantes en forma de globo terráqueo o palmera, donde puede cumplirse la ilusión de ser propietario de cualquier país del mundo, o del propio mundo. Como podemos observar, no hay límites para el imaginario, el deseo, ilusión, fantasía, lo han llevado a la transformación de la realidad, a través de la construcción de nuevas realidades, nuevos momentos, nuevos escenarios, nuevos montajes turísticos.

El imaginario es el eje de esta concepción, bajo la demanda internacional, el crear, representar y construir estas fantasías e ilusiones turísticas¹³, se inicia la concepción del megadesarrollo turístico, distinguiéndose del megahotel por encontrarse separado y en ocasiones aislado, negando la ciudad central, aunque requiera de sus servicios; ante el desarrollo turístico postmoderno, un corredor es lo que separa a la ciudad del megadesarrollo, determinando un recorrido cautivador, que llenara de ilusiones al turista para ser cautivado ante los grandes conjuntos, a pesar de haber elegido antes alguno de ellos, las tipologías de los

¹² Hoy la principal tensión de la arquitectura está menos entre la forma exterior y la disposición interior entre la forma y la materia. Los nuevos materiales tienen la dureza del vidrio y del metal; se prestan más a los ángulos agudos que a los ángulos redondeados y menos al dibujo que al diseño. Esos materiales imponen al arquitecto la obligación de inventar “gestos” (impulsos, movimientos) que trasciendan la oposición de la forma y de la materia para alcanzar directamente la dimensión simbólica. (Augé 1997, 95).

¹³ “ (...) colonialista, que generó una colección de imágenes y tramas basadas en la repetición y en la predeterminación de una fantasmagoría que revela el nicho de los lugares comunes, de los clichés y de los estereotipos; una arquitectura ingeniosa oculta bajo un manto ideológico.” (Arruda 2007, 131).

conjuntos son diversas, sin embargo, cuentan con un común, el enclavamiento, iniciando con un acceso controlado, donde no se alcanza observar la playa ni el horizonte del mar, mucho menos las vistas paradisíacas, todo esto será un recorrido al interior, que mantendrá al turista en constante alimentación sobre su búsqueda de la realidad construida, con elementos de ficción constantes sobre el recorrido, que lo identificarán o bien determinarán el ambiente en el que permanecerá durante su estancias, ya sea larga o corta.

Algo que no se ha mencionado, pero que es común entre los megadesarrollos turísticos emplazados, es que detrás del inicio por generar su creación como elemento urbano y arquitectónico, tenía una concepción social el suelo donde se emplazarían, es decir, el interés del empresario o grupo de empresarios, no solo consistirá en el aprovechamiento de vistas paradisíacas, se ha comprobado, que el arraigo que existía sobre el lugar en cuanto a visitantes turísticos con una dinámica constante, como es el caso de grupos de turistas de temporada, que realizaban *camping* o llegada de viajes en casas rodantes o bien simplemente al aire libre, han modificado o se han desterrado del sitio, ya que bajo el interés expresado por la sociedad en búsqueda de sitios de esparcimiento, se han construido los megadesarrollos turísticos, ofreciendo condiciones urbanas para su estadía turística, es decir escenarios turísticos, montados sobre las

solicitudes de los mismos turistas¹⁴, es decir, una serie de campos de golf¹⁵, restaurantes de comida internacional, como la mediterránea, francesa, italiana, japonesa, y porque no la mexicana, asimismo, *spas* de todo tipo, gimnasios, albercas al aire libre o en ambiente cerrado, cuando se trata de albercas térmicas, *jacuzzi* privados en cada uno de los condominios, ya que el cuarto de hotel o habitación hotelera, ha quedado desplazada, se convierte en lo que se denomina condominio, la estructura de la habitación condominal, va desde el concepto estándar que corresponde a una habitación, baño común, cocineta, comedor, sala y terraza con vista al mar, existen diferentes modalidades de las habitaciones dependiendo de las necesidades, un *pent house* tipo por ejemplo contempla, cuatro habitaciones cada una de ellas con baño propio y en algunos casos con *jacuzzi* incluido, un baño común, área de lavado, cocina, comedor, sala, estancia, terraza amplia y *jacuzzi* con vista al mar y otros conjuntos del megadesarrollo. Una serie de elementos arquitectónicos guiarán el recorrido al interior del megadesarrollo turístico, en cada uno de sus conjuntos. El recorrido al interior inicia en su acceso, coincide con un control de seguridad en cada uno de los conjuntos hoteleros. Cuentan con un pórtico, el cual consiste en un estacionamiento y un tratamiento especial con pequeños espacios diseñados con

¹⁴ “El futuro de lo turístico. Existen señales de que la tendencia a racionalizar y comercializar el turismo a nivel global puede resultar contraproducente, pues cada destino de la Tierra se asemeja cada vez más a cualquier otro. Las tiendas gancho en los Campos Elíseos de París son: The Gap, The Wherehouse, McDonald’s, The Disney Store, etc., las mismas que pueden encontrarse cerca de la antigua plaza Roja de Moscú.” (MacCannell 2003, 256)

¹⁵ “La construcción de un campo de golf es uno de los tipos de desarrollo de más rápido crecimiento y es uno de los grandes componentes de los sectores del ocio y del turismo. En todo el mundo, existen alrededor de 30,000 campos de golf utilizados por millones de jugadores.(...) La actividad elegida es el golf, pero también podían haber sido seleccionadas otras actividades de ocio muy de moda como los yates, los deportes acuáticos motorizados, etc.” (Trigo 2001, 230).

vegetación diversa que asemeje la conexión con la naturaleza, el vestíbulo o recibidor asemeja los grandes templos o cimas de los dioses, donde se representara, la bienvenida al turista, con elementos que lo hagan sentir que es místico, grande, espiritual, la cercanía con la naturaleza, lo paradisiaco, a continuación llegara al recibidor donde realizara su registro de la manera mas breve y elegante donde lo posicione como propietario, el recibimiento a casa, inmediatamente se encontrara la sala recibidor o estancia con amplitud y un estilo al interior que le determinara su tranquilidad; lateral o cercano al espacio de la estancia se muestran una serie de restaurantes de diferentes tipos de comidas internacionales y por lo tanto diferentes ambientes. La duplicidad se da en los megadesarrollos en la habitación esperada, donde el ingreso será a partir de un pasillo directo a un vista trasera rescatable de la naturaleza, continuando con la entrada a una cocina, enseguida con el comedor, sala y una terraza que coincidirá con una recamara de disfrute de las vistas naturales, sin lugar a duda la terraza, se convierte en el patio, jardín y generador de escenarios turísticos. Un megadesarrollo turístico, cuenta con elementos urbanos y arquitectónicos coincidentes con los una vivienda: acceso, pórtico, cochera o garaje, vestíbulo o recibidor, sala o cuarto de estar, comedor, cocina, cuarto de servicio, baño para visitas, dormitorios, baños, terraza, jardín y patio.¹⁶

¹⁶ “Se llega a la imaginación simbólica propiamente dicha cuando el significado no se podrá presentar con una cosa específica en cuanto tal, una palabra exacta o una descripción única, y lo que se reconoce, más que una cosa, viene a ser un sentido o muchos que pueden abarcar la expresión simbólica.” (Silva 2006,17).

Montaje sobre la ficción de la realidad

La integración del montaje del escenario turístico, cuenta con dos tipos de movimientos a considerar, cuando el turista se encuentra inmóvil y el turista en desplazamiento, ambos estados, permitirán el tipo de movimiento, cuando un turista se encuentra inmóvil, permite el trabajo en *zoom*, con acercamiento o alejamientos, observaciones de derecha a izquierda, hacia arriba o hacia abajo. Cuando el turista se encuentra en desplazamiento, puede dar un viaje transversal, perpendicular, observación de otros personajes de un lado al otro, un viaje de observación diagonal, movimientos de observación hacia arriba y hacia abajo.

Pero esta serie de movimientos no son nada sin la planificación, en base a la secuencia, la construcción de la escena a partir de las diversas tomas, conocidos como *shots*, trozos de acción filmada, la denominada carrera interrumpida y los *take* que serán utilizados para compaginar, lo que permitirá enlazar la serie de escenas bajo una secuencia interpretativa. El montaje de escenarios esta compuesto por fotogramas, es decir fotografías estáticas sobre lo que se desea mostrar al turista, es decir montajes de escenarios de ficción de la realidad, o la nueva realidad construida. En la compaginación, la realidad es la materia prima que será utilizada en conjunto con imágenes visuales, sonidos e ideas fabricadas por el imaginario.

Bibliografía

Arruda, Angela y De Alba, Martha. *Espacios imaginarios y representaciones sociales*. México: Anthropos, 2007.

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

Bachelard, Gaston. *El aire y los sueños*. México:Fondo de Cultura Económica, 2006.

Bauman, Zygmunt. *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica, 2007.

Bellini, Oscar Eugenio y Daglio, Laura. *Las nuevas fronteras de la arquitectura: Los emiratos Árabes Unidos entre la visión y la realidad*. Indonesia: Numen, 2008.

Castells Manuel. *La cuestión urbana*. Madrid: Siglo XXI, 2004.

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

Trigo, Virginia, "Contextos de ocio y desarrollo humano", *Ocio y Desarrollo: Potencialidades del ocio para el desarrollo humano*. Csikzentmihalyi, M.; Cuenca, M.; Buarque, C. y Trigo, V. Bilbao: Universidad de Deusto 2001:207-222.

Goldstone, Patricia. *Turismo: Más allá de ocio y del negocio*. España: Debate, 2003.

López Levi, Liliana; Méndez Saínz, Eloy; y Rodríguez Chumilla, Isabel. "Fraccionamientos cerrados, mundos imaginarios". *Lugares e imaginarios en la Metrópolis*. Lindón, Alicia; Aguilar, Miguel Ángel y Hiernaux, Daniel. México:Anthropos 2006:161-169.

MacCannell, Dean. *El turista: una nueva teoría de la clase odiosa*. Barcelona: Melusina, 2003.

Silva, Armando. *Imaginarios urbanos: hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos. Metodología*. Colombia: Convenio Andrés Bello, 2006.

Ficha bibliográfica:

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, S., Megadesarrollos turísticos de sol y playa enclavados a partir del imaginario social. *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. Hermosillo: Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora, 1 de abril de 2009, vol. I, núm. 3.
<<http://topofilia.net/coloquio09rodriguez.html>>.