

## **Montaje de Escenarios Turísticos**

Sylvia Cristina Rodríguez González\*

### **Introducción**

La ciudad del turismo de sol y playa se diseña a partir del montaje de escenarios, representados por espacios y/o lugares ubicados sobre la franja costera. Entre deseos y fantasías se consolidan cada uno de los escenarios turísticos, entre paisajes artificiales y una imagen urbana tematizada.

Entre la realidad y la ficción, el imaginario dominante configura nuevos espacios turísticos, que buscan contener en su diseño urbano y arquitectónico, vistas y marcadores, que deberán ser mostrados por el guía de turista durante el recorrido turístico, como parte fundamental del montaje escénico.

El término montaje de la lengua francesa tiene su origen en el uso teatral y fue desde esta fuente que lo adoptaron dramaturgos rusos que se convirtieron en los grandes directores y tratadistas cinematográficos, entre los que destacan Sergei Eisenstein, Lev Kuleshov, Vsévolod Poudovkin y Dziga Vertov.

---

\* Domicilio postal: Calle Plan de Tuxtepec No.2380 Colonia Emiliano Zapata y correo electrónico: sc\_sc802004@yahoo.com. Estudiante del Doctorado Ciudad, Territorio y Sustentabilidad del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño en la Universidad de Guadalajara.

Entre planos, contra planos y ritmo se estructura el montaje de los escenarios, destacando dos de ellos, como representación de la ciudad dual, el escenario turístico frontal y el escenario trasero.

El cine, a través del montaje cinematográfico permite explicar el proceso del diseño urbano y arquitectónico de la nueva ciudad del turismo de sol y playa.

### **Montaje cinematográfico**

El montaje cinematográfico considerado como arte en movimiento, forma parte esencial de las estéticas del cine. En muchos países se refiere el montaje como sinónimo de compaginar, mientras que en Inglaterra y Estados Unidos de Norteamérica se utiliza editar y edición.

Sergei Eisenstein (2002) señala que “Cuando necesariamente tuvimos que llegar al cine, florecía allí también esta otra tendencia que llegó a ser conocida con el nombre de <<tipaje>> es una faceta tan típica de aquel período del cine como lo es ahora el montaje.” (p.63)

Lev Kuleshov (1974) formuló el proceso de montaje, como un acercamiento al entendimiento y creación del cine, basado en la edición a través de *films* con fotos fijas. Demostrando que el poder creador del montaje, era el experimento, conseguía infundir diferentes fuerzas emocionales a un único primer plano inexpresivo de un actor, denominado efecto Kuleshov “Kuleshov effect” (p.7).

El montaje se concibe como un filme en la mente de un cinematografista, se reconocen tres etapas como las leyes del montaje: el guión técnico, filmación y compaginación, desde que se redacta el guión técnico en un papel que señala planos o tomas por separado, seguida de ella, la compaginación del montaje imaginado.

Para Vincent Amiel (2005), “El montaje, practicado así como <<collage>> o como <<pegado>>, sustituye todo tipo de necesidad por el azar y la sorpresa, al igual que los collages de los pintores surrealistas o los de Braque y Picasso, al asociar materias y figuras inesperadas, provocaban formas nuevas y apasionantes accidentes.” (p.23)

Las formas cinematográficas se fueron convirtiendo en un filme, y la observación de la realidad como materia prima, en un espacio y un tiempo diferente, empieza a dar una forma diversa a las cosas reales, transformando la naturaleza de los hechos reales.

El montaje sobre ficción de la realidad se integra en trozos-imágenes y la relación argumental de los personajes. En ese sentido, Cornelius Castoriadis (2007) subraya que “lo imaginario debe utilizar lo simbólico, no sólo para <<existir>>, para pasar de lo virtual a cualquier otra cosa más.” (p. 204).

Se requiere una comprensión del fenómeno fílmico para aprender el montaje, a través de la relación realidad-creador-artesanía-espectador.

En ellos el disfrute opera a través de elementos de ficción, donde lo real es remitido a presentarse como suplemento escénico, es decir, la oferta de consumo escénico es una mixtura de componentes heterogéneos pero funcionales como respuesta a la demanda del

visitante.

De paso esto muestra que los rasgos y las necesidades del conjunto de turistas a través del tiempo se han transformado, aunque siguen organizándose y conformando grupos de actuación en el gran escenario turístico.

Para el turista ya no es necesario distinguir entre realidad y ficción, porque solo existirá para él una sola realidad, la que ha construido al interior de las ciudades turísticas, lo cual lo llevara como un recuerdo personal mayor, que los productos del consumo adquiridos como subvenir. Marc Augé (1997) lo menciona “Dentro del espacio urbano y del espacio social en general, la distinción entre lo real y la ficción se hace imprecisa” (p.129).

### **Escenario turístico**

El escenario se comprende a través del montaje cinematográfico, igual que el fenómeno fílmico, con la relación realidad-creador-artesanía-espectador. En la ciudad del turismo es un espacio urbano y/o arquitectónico diseñado con patrones de simulación, que deberán cumplir con la función de ser visitados por el turista.

Estos escenarios son exhibidos a los turistas, con preferencia sobre elementos culturales de revelación y magnificación de la memoria de la ciudad. La transformación que existe en la ciudad por la construcción de escenarios turísticos, no tiene un enfoque real del acontecimiento histórico, ya que ha sido interpretado para su ficción.

Para Dean MacCannell (2003), “el desarrollo actual de la estructura social viene marcado por la aparición de espacios turísticos por doquier. Este espacio puede ser denominado escenario turístico o sencillamente escenario, según la medida en que se elabore la exhibición para el turista.” (p.133).

El espacio se ha constituido en sitios donde el simulacro de las condiciones y relaciones sociales no es permeable al tejido social, autosegregado mediante umbrales socioeconómicos de género, de raza y creencias. En los destinos de sol y playa constituye los sitios donde se expresan deseos, fantasías y motivaciones sobre el lugar.

David Harvey reflexiona sobre la naturaleza del espacio, señala que existen diversas maneras de concebir el espacio, entre ellas se entiende como algo absoluto y relativo. En esta acepción, el espacio relativo sería el más cercano a la estructura del espacio turístico, ya que los turistas se desplazan sobre los territorios con el propósito de descubrir, además manifiestan su conquista de la trama urbana a través de las representaciones arquitectónicas, con las que configuran una estructura que impacta los procesos al interior y exterior del territorio.

Para David Harvey (1977), “La tesis del espacio relativo mantiene que éste debe ser entendido como una relación entre objetos que existe sólo porque los objetos existen y se relacionan entre sí. El espacio se puede considerar como relativo también en otro sentido, y he escogido para ello la expresión de espacio relacional, esto es, el espacio considerado, al modo de Leibniz, como algo contenido en los objetos en el sentido de que se dice que un

objeto existe sólo en la medida en que contiene en su interior y representa relaciones con otros objetos” (pp.5-6).

El espacio turístico es sobre todo un espacio social. Eloy Méndez (2009) enfoca el concepto de espacio y, en alusión a Pierre Bourdieu, expresa que “(...) la estructura del espacio tiende a adquirir carta de naturalización, aparece como extensión inevitable y necesaria de la acción social.” (p.140)

En el presente análisis se enfoca el concepto de espacio turístico como la conjugación del espacio físico y social.

Los espacios turísticos requieren de un tratamiento especial orientado por el imaginario turístico dominante, integrado por los turistas, a materializar el montaje de los nuevos escenarios.

Cuando Dean MacCannell (2003) acota que “la estructura subyacente a la imaginería turística es absolutamente plástica, de modo que su forma final constituye una representación perfecta de la consciencia colectiva, incluyendo los aspectos de ésta que procuran transmitir claridad, precisión y exactitud” (p.186), subraya la construcción de los escenarios turísticos postmodernos y sobre todo la actuación del imaginario colectivo.

Es base de este fenómeno la transformación del espacio turístico, cada uno de los escenarios cuentan con un espacio y/o un lugar turístico creado para el espectador y son dinámicos, con un amplio énfasis en la simulación, debido que el empresario se encarga de

plasmarse la estrategia de marketing, contemplando elementos de transferencia, como la autenticidad y/o simulación.

La transformación de la ciudad deriva en la construcción de simulaciones o simulacros, a los que se refiere Edward W. Soja (2004), “las simulaciones de un supuesto mundo real atrae y activa incesantemente nuestra imaginación urbana y se infiltra en la vida urbana cotidiana” (p.97). Sin lugar a dudas, estas simulaciones han llevado a la ciudad a la reconfiguración urbana, más notoria en la generación de espacios nuevos

El montaje de los escenarios turísticos se integran por segmentos de un todo: vistas y marcadores expresados por un recorrido turístico (de ida y vuelta), que pretende guiar al turista al sitio deseado, entre elementos urbanos y arquitectónicos de la simulación.

Cada uno de los marcadores contiene una secuencia para conducir al turista de un escenario urbano a uno arquitectónico, hasta desembocar en vistas paisajísticas, donde es cautivado por una serie de elementos que lo llevarán a la simulación de exclusividad, seguridad y ocio esperado a través de los marcadores ilusorios sustentados por medio de la vista deseada.

Para Medina Lasanski (2004), “ (...) los escenarios turísticos se organizan para adaptar y perpetuar estas formas de actuación convencionales, y se consolida una sensación de lugar turístico a través del establecimiento de rutinas y de hacer coincidir los hábitos y opiniones de cada uno con los de los demás. Este tipo de normas se vuelven persistentes,

reforzadas por las sugerencias de las guías de viajes y por la organización de la actividad en los centros turísticos.” (p.227-228)

Los espacios turísticos requieren de un tratamiento especial orientado por el imaginario turístico dominante a materializar el montaje de los nuevos escenarios turísticos. Cuando Dean MacCannell (2003) acota que “la estructura subyacente a la imaginaria turística es absolutamente plástica, de modo que su forma final constituye una representación perfecta de la consciencia colectiva, (...)” (p.186), subraya la construcción de los escenarios turísticos postmodernos y sobre todo la actuación del imaginario colectivo.

### **Reflexiones sobre el montaje del escenario turístico**

Erving Goffman (1959, p.123), denomina *front* y *back* a los dos grandes escenarios turísticos. Esto, porque el montaje se realiza en una primera región frontal -“front”- y la última, denominada región trasera -“back”-, ambas expresan a la sociedad de la ciudad turística que refleja la dualización del territorio segregado y fragmentado.

Front y back expresan dos escenarios turísticos, la región frontal es de atracción, encuentro y manipulada por el marketing, mientras la trasera recoge la marginalidad de los segregados.

En la actualidad se puede viajar a cualquier parte del mundo y se encuentran culturas trasladadas, fabricadas a través de escenas y cortes de vida, donde los actores centrales son los turistas.



Los espacios frontales no consisten en una sola escena, sino en el montaje de toda la serie de escenas que conforman el territorio turístico, con lo que el promotor se propone cautivar al turista.

Los escenarios frontales, se identifican por tres planos-contraplanos. El primero, permite mostrar la relación del espacio físico con el social, es decir, identificar el lugar turístico y su correlación con el visitante. El segundo, refleja nuevos ambientes de la simulación, contruidos por la decoración del lugar y por objetos relacionados con actividades representativas de los escenarios traseros, aunque se reconoce que no son elementos evidentes, al encontrarse matizados. Y el tercero, con elementos representativos de la simulación, donde la subjetividad se mezcla con la objetividad.

En el montaje cinematográfico, los escenarios se estructuran de planos, contra planos y ritmo, permitiendo establecer la lógica de los acontecimientos, reconociendo la presencia de los elementos de la subjetividad. Permiten agrupar formas de percepción visual en un espacio y tiempo, que presentan movimientos fugaces de los planos, provocando la transformación espacial basada en la duración del filme.

En el cine se distinguen tiempos largos y cortos en la composición del filme. El plano largo representa menor intensidad y el plano corto con mayor intensidad en la imagen cinematográfica. Esta imagen permite la captura de objetividad al corresponder a un solo corte o plano. El paso de un plano a otro permite mantener la secuencia y la intensidad, la modulación de esta secuencia, otorgando sensaciones al turista ante el montaje del escenario turístico.

Entendiendo, el filme como la relación de planos y contra planos que conservan la secuencia ó continuidad con marcada sensación por el ritmo, en su estructura rítmica contiene objetividad y subjetividad, como el recorrido turístico.

Los recorridos se muestran ante el montaje cinematográfico cuando contienen un significado sugerente, a pesar que no se encuentren personajes turísticos en alguna posición o movimiento. Los cortes afectan la objetividad del lugar y tiempo, mostrando en el montaje una amplia subjetividad.

Las prácticas urbanísticas y arquitectónicas que integran la escena turística, que permiten distinguir al turista las atracciones turísticas. Para Dean MacCannell (2003) “Todas las atracciones turísticas son experiencias culturales. Una experiencia cultural consta de dos aspectos básicos que deben combinarse para que la experiencia ocurra. La primera parte consiste en la representación de un aspecto de de la vida sobre el escenario, en una película, etc. Yo la llamo el *modelo*, con lo cual me refiero a un ideal personificado, tal y como se utiliza en <<una modelo>>. (...) La segunda parte de la experiencia está formada por la creencia o sensación alterada, creada, intensificada, que se basa en el modelo. Llamo *influencia* a esta segunda parte de la experiencia.” (pp. 33-34).

Estas atracciones se distinguen en el montaje escénico por los elementos paradisiacos, que se relacionan con los sueños y fantasías del turista, en principio interpretado por diversas vistas y marcadores utilizados en el itinerario que es consumido por el turista a través del plan de vacaciones donde incluye la llegada y estancia en la ciudad del turismo.

El itinerario del plan de vacaciones se basa en el recorrido turístico, que se muestra al turista con la presentación de los escenarios frontales y traseros, reconocido por Dean MacCannell (2003) “No todos los turistas se preocupan por ver detrás de la escena en los lugares que visitan” (p.127).

La ciudad del turismo de sol y playa se configura a través del montaje de escenarios concebidos a manera de respuesta del imaginario turístico. Se definen dos escenarios tipo: el costero y el periférico, constitutivos de la ciudad dual, muestra de fragmentación, segregación y autosegregación.

En el grupo de los turistas, se distingue un gran grupo, la masa de turistas, los cuales no desean conocer la realidad de las ciudades turísticas, ya que ante el deseo por el escenario perfecto prefieren participar en la configuración del escenario tematizado y se trasladan al sitio con la ilusión por el escenario adquirido para sus momentos de ocio.

### **Ejemplificación del montaje del escenario turístico**

El montaje del escenario turístico frontal, se crea a partir del diseño urbano y arquitectónico, donde intervienen directamente en la planeación y elaboración del proyecto, los empresarios, diseñadores y turistas.

Cortes como el plano presentado afectan en la objetividad del lugar, sin distinguirse en primer plano la zona desértica en la que se ubica la ciudad, mostrando en el montaje del escenario turístico, la subjetividad.

El escenario tematizado expresa el deseo y fantasía de los turistas, que buscan espacios y/o lugares destinados al turismo de sol y playa, que se distinguen por la ficción expresada en sus representaciones, mostradas a través de los planos, contra planos y ritmo de la escena.

Fotografía 1. Escenario frontal: vista del acceso del conjunto hotelero del Mayan Palace Resort, en Puerto Peñasco, Sonora



Fuente: Proyecto ciudad del turismo, 2009.

El escenario trasero, reconocido por Erving Goffman como “*back*”, no es diseñado por los empresarios y expertos en el diseño urbano y arquitectónico, sin embargo, es la respuesta de la configuración de los nuevos escenarios turísticos frontales.

El escenario periférico, muestra espacios y/o lugares que enfocan la realidad de los residentes de la ciudad de sol y playa, con formas que permiten identificar la segregación y fragmentación.

Fotografía 2. Escenario trasero: vista de los asentamientos informales en la periferia, en Puerto Peñasco,

Sonora



Fuente: Proyecto ciudad del turismo, 2009.

## **Bibliografía**

Amiel, Vincent; *Estética del montaje*, ABADA, Madrid y 2005.

Augé, Marc; *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*, Gedisa, Barcelona y 1997.

Castoriadis, Cornelius; *La institución imaginaria de la sociedad*, Tusquets, Buenos Aires y 2007.

MacCannell, Dean; *El turista, una nueva teoría de la clase ociosa*, Melusina, Barcelona y 2003.

Eisenstein, Sergei M.; *Teoría y técnica cinematográficas*, RIALP, Madrid y 2002.

Harvey, David; *Urbanismo y desigualdad social*, Siglo XXI, Madrid y 1977.

Lev Vladimirovich Kuleshov; *Kuleshov on film*, Universidad de California, Londres y 1974.

Méndez, Eloy; *Arquitectura simulacro*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara y 2009.

Soja, Edward W.; “Lo urbano en 20 autores contemporáneos”, *Seis discursos sobre la postmetrópolis*, Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona y 2004.