

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN TURISMO

CURSO 2023-2024

**Percepciones de España como destino turístico, a través
del cine extranjero y nacional**

Trabajo de fin de grado en modalidad de disertación

ALMUDENA PIZARRO DOMÍNGUEZ

Roberto Bartual Moreno

SEGOVIA, junio de 2024

AGRADECIMIENTOS.

Quisiera aprovechar esta oportunidad para agradecer a todas aquellas personas que han sido una inspiración, una ayuda o un impulso durante mi etapa universitaria.

En primer lugar, a Roberto Bartual Moreno, mi tutor, por haberme guiado en este proyecto, haberme dedicado su tiempo y por haber demostrado un gran compromiso. Su amabilidad, paciencia y conocimientos acerca del tema, han sido clave.

En segundo lugar, a mi madre, Maite, por ser la actriz principal de mi vida, por mostrar interés en todos mis proyectos y por acompañarme en cada paso, apoyándome. También a mi padre, Ricardo, actor principal, por ser un ingrediente imprescindible en esta obra, por cuidarme siempre y por confiar en mí.

Como personajes imprescindibles de esta comedia, quisiera agradecer sus apariciones en escena a mis hermanos, Cristina y Felipe, a mis abuelos y, por supuesto, a las dos últimas personitas que se han incorporado al elenco, Gonzalito y Pablín, prometiendo brindar grandes momentos.

Por último, y absolutamente imprescindibles para la trama, gracias a los que comparten cada giro dramático y cada escena emotiva conmigo. A Gonzalo, por ser el protagonista indiscutible, a Marta y a Eva por no perderse ni un solo plano y a Luis, por mejorar siempre el relato. Gracias también a las amigas que me ha dado Segovia: Carmen, Marta, Andrea, Alejandra, Raquel, Amanda... sin vosotras la narrativa no habría tenido sentido.

A todos vosotros, gracias por formar parte de la película de mi vida. Gracias por hacer de ella una mezcla de todos los géneros cinematográficos, predominando siempre la comedia.

Gracias por acompañarme en esta primera entrega, espero veros en el resto de la saga.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
---------------------------	---

1. CAPÍTULO I

[Contexto]

1.1 Contextualización del tema.....	3
1.2 Justificación del estudio.....	4
1.3 Objetivos y preguntas de investigación	5
1.4 Hipótesis	6

2. CAPÍTULO II

[Marco teórico]

2.1 Relación entre cine y turismo	7
2.2 La importancia del cine en la promoción turística.....	8
2.3 Factores que pueden influir en la percepción de un destino turístico.....	10
2.4 Impacto del cine en la percepción de destinos turísticos.....	11
2.5 Antecedentes de estudios similares	13

3. CAPÍTULO III

[Metodología]

3.1 Diseño de la investigación	17
3.2 Enfoque.....	19
3.3 Criterios de selección.....	19
3.4 Justificación del corpus.....	22

4. CAPÍTULO IV

[Resultados]

4.1 Análisis de la percepción de España como destino turístico a través del cine extranjero	24
4.2 Comparativa con la imagen que se pretende dar a través del cine nacional..	36

5. CAPÍTULO V

[Conclusiones]

5.1 Contribuciones al campo de estudio	41
5.2 Ideas y propuestas de cara a generar una percepción más favorable para España a través del cine	44
5.3 Limitaciones del estudio	47
5.4 Recomendaciones para futuras investigaciones.....	47

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48
---	----

ANEXOS	51
---------------------	----

ANEXO 1

Tablas elaboradas durante el análisis de contenido de las películas	51
---	----

INTRODUCCIÓN.

En el año 2000 se estrenó en la gran pantalla la adaptación de la novela *The Beach* (1996), del autor Alex Garland, dirigida por Danny Boyle. La película narraba la historia de Richard, un joven mochilero estadounidense que llega a Tailandia en busca de nuevas experiencias. Junto con una pareja francesa de su mismo hostel, Richard decide embarcarse en una peligrosa aventura para encontrar una playa secreta. Cuando por fin logran llegar a la isla y encuentran la playa, descubren que es un lugar idílico y aislado, donde un grupo de turistas jóvenes que llegaron hace un tiempo vive en una especie de comunidad secreta.

Esta película supuso un antes y un después para la isla Phi Phi Leh, lugar en el que se rodaron las escenas de la playa secreta; escenas que tantas pasiones levantaron en espectadores de todo el mundo. Seducidas por la belleza de las imágenes emitidas, miles de personas emprendieron un viaje hacia este destino, buscando vivir las mismas aventuras que el protagonista del largometraje vivió en Tailandia.

No obstante, esta película es tan solo un ejemplo de tantos que se han sucedido a lo largo de la historia, desde que el cine existe y muestra lugares desconocidos para el espectador, alimentando sus ganas de descubrirlos personalmente.

El cine es, al igual que la lectura, otra forma más de viajar sin salir de casa. En ocasiones, se ve como una forma de “visitar” partes del mundo que, de otra manera, no hubiera sido posible conocer. Este arte acerca al espectador a lugares y destinos del planeta, contándole cómo es el paraje, qué se puede encontrar allí, cómo son sus gentes, sus costumbres, la manera en la que viven o cómo es el paisaje predominante. Todo esto, enmarcado en el contexto de una narrativa que trata de atrapar su atención hasta el final.

Además, el cine también construye y moldea la perspectiva con la que se observa a los demás y el entorno en el que viven; da forma a las ideas y expectativas acerca de cómo es la gente y el entorno. En la película *The Beach*, por ejemplo, no solo se muestra la parte idílica de las playas de Tailandia, sino que también se enseña al espectador el ajetreo de las calles más transitadas del país y el ritmo frenético de su población, la suciedad de algunos hostales o la popularidad de los puestos de comida callejeros, entre otras muchas cosas.

Esto resulta muy relevante para el sector turístico porque, a menudo, una película puede convertirse en una fuente de motivación para realizar un viaje en la vida real, pero también puede convertirse en la razón por la que el turista decida que ese lugar no es para él.

A lo largo de la presente investigación, se analizará la percepción que se genera de España a través del cine, tanto en el territorio nacional como en el extranjero, a través de películas que han tenido un notable éxito.

CAPÍTULO I: CONTEXTO

1.1. Contextualización del tema

La percepción que se forma en la mente del potencial turista, cuando se le presentan narrativas atractivas acerca de un destino y lo que este representa, puede influir en su motivación para visitar un determinado lugar. De la misma manera, esas narrativas e imágenes proyectadas pueden influir en la desestimación del viaje, si resultan menos atractivos o provocan una sensación negativa en el espectador.

En cualquier caso, resulta incuestionable el hecho de que el cine ejerce una influencia en la percepción del espectador acerca de un destino. Las películas y, ahora cada vez más, las series, se convierten en medios de propaganda turística inintencionada. Es decir, de manera desinteresada, se promocionan distintos destinos que, tras la proyección de las imágenes rodadas en ellos, se convierten en un éxito a nivel turístico.

Como explican varios autores:

La industria cinematográfica ofrece, indirectamente por lo general, la posibilidad de dar a conocer muchos lugares o destinos desconocidos para el espectador común, provocando una sensación de atracción, curiosidad o interés hacia esos lugares asociados con la historia que se presenta..., lo que suele generar flujos turísticos, creando una demanda inducida ... por la curiosidad y deseo de visitar esos lugares. (Alonso Ferreras et al., 2014, p.1)

Además, tal y como expone Andrés Sánchez (2019), en el año 2017 se pudo observar un claro aumento de la demanda hacia el turismo cinematográfico, convirtiéndose en tendencia después de que 80 millones de personas eligieran su destino vacacional en función de películas y series que habían generado en ellos esa motivación para viajar (p.9). Esto reafirma el poder del cine sobre la elección del destino turístico.

Según García Pérez (2023), la amplia variedad de paisajes y ecosistemas distintos que alberga España se impone, para los directores de cine, como “un destino muy competente para producciones cinematográficas” (p.48), considerando este país como escenario ideal para sus películas. Así, este país se convierte en plató de diversas películas que, posteriormente, podrán funcionar como reclamo o, por el contrario, disuadirán al espectador acerca de visitar ese pueblo, ciudad o comarca a la que alude la historia

contada y en la que se capta la esencia del lugar a través de las imágenes proyectadas. Todo dependerá de la narrativa, los paisajes y la realidad mostrada a través de la pantalla; un conjunto de factores que construirá una percepción, sea esta positiva o negativa.

Por eso, a lo largo de este proyecto, se estudia la percepción de España como destino turístico, generada a partir de obras cinematográficas de producción nacional, pero también de otras extranjeras ambientadas en este país. De este modo, se tendrá en cuenta la mirada interna pero también la externa.

1.2. Justificación del estudio

Canalís (2018) escribió un artículo acerca de las tendencias turísticas de cara al año 2018, mostrando el turismo cinematográfico en la quinta posición. El pasado 2023, se publicó en la misma página web, perteneciente a Hosteltur, un informe que habla acerca de las tendencias en turismo para el presente año 2024. El artículo muestra cómo, aproximadamente 6 años después, el turismo cinematográfico sigue liderando el panorama, posicionándose de nuevo como una de las opciones más populares a la hora de diseñar las vacaciones y escoger destino. “De acuerdo con el estudio, el 24% de los usuarios analizados se inspira en el cine y la televisión para elegir el destino de sus vacaciones” (Tendencias de viajes, 2023).

Esta información justifica la importancia de estudiar la imagen que se genera en la mente del potencial turista cuando este ve una película en la que se habla de España, sea una producción nacional o internacional, pues dicha percepción puede incidir en el aumento o disminución del turismo del país.

El presente estudio se centra en España, posicionado como el segundo país más visitado del mundo con 71,7 millones de viajeros anuales, según explica Luján (2024).

Conocer la imagen que se proyecta desde el interior del país, puede ayudar a sus habitantes a ser conscientes de la percepción que tienen los países extranjeros de él. Asimismo, conocer qué aspectos se están mostrando al resto del mundo como característicos de España, da pistas al sector sobre qué esperan encontrar los turistas cuando viajan hasta allí.

1.3. Objetivos y preguntas de la investigación

Objetivos

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el impacto de las percepciones que se generan de un destino a través del cine, centrándose en el caso de España y respondiendo a diversas cuestiones. De manera más específica,

- Identificar las diferentes maneras en las que el cine afecta a la percepción que se forma de un destino turístico
- Investigar cómo es representada España desde el exterior y qué percepción podría estar generando esto en la mente de los potenciales turistas
- Analizar la manera en la que se representa España en el ámbito del cine nacional y cómo podría afectar esto a la percepción del país como destino turístico
- Evaluar la posibilidad de utilizar el cine como herramienta para atraer turismo a determinadas zonas del país
- Aportar ideas acerca de cómo podría usarse el cine como reclamo y como herramienta contra el turismo de masas

Preguntas de investigación

Como pregunta principal para el estudio del tema, se formula la siguiente: ¿Cómo influye la forma en que España es representada en el cine extranjero y nacional en la imagen que tiene el espectador del país?

No obstante, para alcanzar los objetivos anteriormente mencionados, se han planteado las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cómo afecta la representación de un destino turístico en el cine a la percepción que tendrá el espectador de ese destino?
- ¿Cómo se representa a España desde el cine extranjero?
- ¿Qué consecuencias tiene esa representación en la percepción que los extranjeros tienen de España como destino turístico?
- ¿Cómo se representa España a través del cine nacional?
- ¿Existen similitudes entre la representación externa y la interna?
- ¿Cómo afecta la representación que se hace de España desde el propio país a la percepción de los extranjeros?

- ¿Se podría considerar una representación fiel?
- ¿Cómo podría mejorar la imagen de España de cara al exterior a través del cine?
- ¿Podría utilizarse el cine como herramienta para atraer turismo a determinadas zonas del país?

1.4. Hipótesis

En este estudio se parte de la hipótesis de que la manera en la que es representada España en el cine, tanto nacional como extranjero, afecta directamente a la percepción generada en los espectadores, quienes visualizan el país como un destino de fiesta, clima cálido y gente profundamente cercana y pasional.

Además, debido a los estereotipos y clichés utilizados en géneros como la comedia, se maneja la hipótesis de que, a menudo, se confunde el modo de vida de los españoles con el ambiente de celebración que se impone durante sus fiestas típicas. Esto se cree que es debido a que, en el cine, se retratan algunas de las tradiciones más populares como parte de la vida cotidiana, en ocasiones jugando con la exageración y el esperpento, aún sin ser comedias.

Asimismo, se hipotetiza que los españoles son mostrados como personas con un carácter fuerte, con un desarrollado sentido del humor y una apariencia física de “rasgos mediterráneos”: tez morena, ojos y cabello castaños u oscuros, estatura media y facciones marcadas.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

El turismo cinematográfico es un tipo de turismo cultural que gana cada vez más adeptos. De manera similar a como ahora los “influencers” muestran a sus seguidores los destinos que visitan, condicionando así las preferencias de estos a la hora de escoger un destino, las películas y las series llevan un largo tiempo convenciendo a los espectadores de viajar a un determinado lugar mediante secuencias de paisajes, o a través de narrativas acerca de un destino y sus gentes.

Alonso Ferreras et al. (2014) explican que “las películas como lenguaje visual, han sido y son, cada vez con más incidencia, uno de los principales vehículos para construir y transmitir los lugares con los que la gente no tiene una experiencia de primera mano” (p.268). Esto nos invita a reflexionar sobre cómo la visualización de películas podría estar influyendo en la percepción que el espectador desarrolla del lugar donde se ambienta la trama.

Es vital comprender que la representación en pantalla de un mismo destino puede variar en función de diversos factores como, por ejemplo, el género de esta, su relato o, sobre todo, puede variar en función de quién produce la película. Es probable que, si la película es producida por el mismo país en el que se ambienta la historia, la representación de este sea más fiel. Asimismo, si un país produce una película ambientada en otro, seguramente se encontrará en ella una serie de pistas de cómo se ve este último desde el ojo extranjero; un ojo que puede acercarse a la realidad o, por el contrario, puede convertirse en una mera caricatura.

2.1 Relación entre cine y turismo

Los lazos entre el cine y el turismo derivaron en la aparición en escena del turismo cinematográfico. Esto es así desde que el séptimo arte muestra, en sus ficciones, imágenes de lugares y paisajes de todo el mundo, invitando al espectador a descubrirlos en la realidad.

El cine se convierte entonces en un factor relevante para el sector turístico, pues da a conocer, a viajeros de todas partes, lugares y ubicaciones cuyo atractivo es probable que no hubieran descubierto de otra manera.

Osácar Marzal (2009), Profesor de la Escuela Universitaria de Hotelería y Turismo de Barcelona, escribió en su artículo lo siguiente:

Así pues, las películas se convierten en un auténtico generador y canalizador de turismo. Atraer grandes producciones a los escenarios naturales, captar nuevos segmentos del público, aumentar las visitas a lugares menos conocidos, posicionar el destino o crear nuevos productos turístico-culturales son algunas de las consecuencias de este nuevo *marketing* estratégico y operativo aplicado al turismo cinematográfico. (p.18)

Se confirma, por tanto, el vínculo existente entre ambos sectores: cine y turismo.

Cabe recalcar que el turismo cinematográfico se considera un subtipo del turismo cultural y que, al mismo tiempo, existen diversas formas de disfrutar de este subtipo de turismo. Desde *tours* por los lugares en los que se grabaron determinadas escenas, hasta rutas por estudios de cine o peregrinajes en homenaje a una película. Se alzan tantos tipos de disfrute del turismo cinematográfico como razones encuentran los viajeros para emprender su viaje relacionado con el cine.

Con el objetivo de delimitar el asunto, varios autores han elaborado clasificaciones atendiendo a diferentes criterios. En el caso de Busby y Klug (2001), la tabla que diseñaron funciona, más que a modo de clasificación, como una lista de opciones en las que el cine ha influido en el diseño del viaje: turismo cinematográfico por motivos de peregrinación, nostalgia y escape, como una parte de las vacaciones, como propósito principal del viaje o como escapada romántica, entre otras.

Estas distintas formas de vivir el turismo cinematográfico reafirman la idea de que es un sector en crecimiento, con múltiples variantes que cubren las diferentes preferencias de los viajeros.

2.2 La importancia del cine en la promoción turística

Como se explica en el apartado anterior, la relación entre el cine y el turismo es cada vez más estrecha, debido a la creciente demanda de viajes motivados por lo experimentado a través de la gran pantalla.

Alonso Ferreras et al. (2014) habla de cómo el cine juega un papel fundamental en la formación de la percepción de un destino, influyendo en la elección de los viajeros a la hora de escoger el lugar en el que pasarán sus vacaciones. Por eso, este arte se convierte en un elemento tan relevante para la promoción turística, pues como explican estos autores:

Se considera que las películas producen en los espectadores una influencia consciente o inconsciente, que les induce a incorporar a su imaginario personal los lugares donde se desarrollan las tramas. Las imágenes, expectativas, sueños y fantasías que provocan las películas pueden desempeñar un papel importante a la hora de influir en el proceso de toma de decisiones para elegir un destino, motivando, impulsando o induciendo, en mayor o menor medida a la conformación de un deseo de visitar el lugar donde se filman o desarrollan las historias, mitificando e idealizando, en muchos de los casos, el lugar en cuestión. (p.268)

Las personas disfrutan de las películas sin pararse a pensar en cómo estas afectan a sus vidas. En términos publicitarios, se trata de una persuasión mucho más convincente que la que es capaz de ejercer la promoción turística convencional. Esto se debe a que, en general, cuando el ser humano siente que no le están intentando convencer de algo -o no es consciente de ello-, es más sencillo captar su atención y persuadirle acerca de lo que sea. El cine es, por ende, una herramienta de promoción turística muy poderosa, pues encuentra a un espectador relajado, receptivo y enfocado en las imágenes que se le muestran.

Además, de acuerdo con Francescutti (2019), el cine juega un rol vital en la construcción de la identidad, más importante incluso que el que puede llegar a tener la prensa, ya que el cine sí llega hasta públicos no alfabetizados.

No obstante, son varios los factores, relacionados con lo mostrado en la gran pantalla, que influyen en la formación de la imagen de un destino. Por eso, en el siguiente apartado se habla acerca de los elementos que contribuyen a este fenómeno.

2.3 Factores que pueden influir en la percepción de un destino turístico

Experiencias de personas cercanas, opiniones ajenas, lo que se puede ver o leer a través de internet, los estereotipos que se conocen a través de la cultura popular, las recomendaciones, el momento político económico que atraviesa el destino o, entre otros muchos factores, las imágenes visionadas a través del cine; todos ellos son ingredientes que aportan valor a la percepción que puede formarse en la mente de una persona acerca de un destino turístico determinado.

Echtner y Ritchie (1991) concluyeron que la percepción que pueda tener una persona acerca de un destino, puede darse incluso cuando esta no lo ha visitado ni ha recibido información comercial acerca de él. Esta imagen se habría formado, entonces, gracias a que, a lo largo de su vida, ha retenido diferentes informaciones tanto históricas, como políticas, económicas o sociales, que finalmente han conformado dicha imagen. En este aspecto, el cine se muestra como un elemento relevante en la percepción.

En ocasiones, una película, gracias a su narrativa y al atractivo que se muestra del lugar, o por la identificación que siente el espectador con los personajes, puede convertirse en motor de creación de percepciones. Esto implica la posibilidad de que pueda generarse un recuerdo o despertarse un anhelo o un deseo de conocer un lugar y vivir la experiencia imaginada.

Cuando el cine se convierte en fuente de información acerca de un destino para un espectador, la imagen que se crea en su mente no es el resultado de una promoción turística consciente, sino que se trata de una imagen que de forma natural y espontánea va cogiendo forma y asentándose en su imaginario. Por esta razón es tan importante lo que se muestra a través de las películas, pues a pesar de que la experiencia vivida en el cine nunca podría equipararse a la vivencia real y personal una vez se visita el destino en primera persona, sí ayuda a que el viajero construya una idea de lo que podría encontrarse una vez emprende el viaje.

Se hace palpable, por tanto, la diferencia entre la imagen inducida a través de la publicidad y la imagen generada a través de fuentes de información no previstas. De acuerdo con Alonso Ferreras et al. (2014) “la diferencia fundamental entre ambos tipos de imágenes radica en el control que se tiene en el lugar turístico sobre la imagen que se proyecta.” Además, los autores insisten en el hecho de que ambos tipos de imagen, orgánica e

inducida, hacen referencia a la percepción que se genera antes de haber experimentado directamente la estancia en el destino turístico.

Para cualquier país es importante conocer los factores que influyen a la hora de conformarse dicha imagen. Esta información resulta muy relevante para el sector turístico porque puede funcionar como una herramienta útil para ayudar en la mejora de la percepción formada, percepción que invita o disuade al viajero de desplazarse hasta determinados lugares.

2.4 Impacto del cine en la percepción de destinos turísticos

El cine ha tenido, entre otras, la función “de acuñar y difundir representaciones nacionales: conjuntos más o menos articulados de imágenes y sonidos que pretenden captar la esencia de una nación” (Francescutti, 2019). Es decir, lo que se muestra en la gran pantalla acerca de un lugar, influye directamente en lo que las personas piensan y recuerdan de este.

De acuerdo con Andrés Sánchez (2019), cuando una película cuenta con una audiencia considerable, esto supone el aumento del turismo en los lugares relacionados con ella, pues las obras cinematográficas influyen en los espectadores como si de una promoción del destino se tratara. Se afirma que, incluso, genera un impacto más profundo que la publicidad propiamente dicha.

La misma autora expone en su trabajo de investigación diversos ejemplos de películas que han supuesto un antes y un después para distintos lugares y entornos, en ocasiones turísticos y, en otras, convertidos en ello a la fuerza tras la gran afluencia de viajeros que comenzaron a visitarlos después de la proyección de dichos filmes. Se muestra en su estudio el impacto de las películas, midiéndolo en número de visitantes o ingresos turísticos, ejemplificando casos a lo largo de los siglos XX y XXI. El conjunto de ejemplos revela el gran poder del cine sobre el turismo, como es el caso de la película *Mujercitas* (*Little Women*, 1994) cuyo estreno hizo que las visitas a la Casa Orchard en Concord, Massachusetts, aumentasen en un 65%; o como ocurrió en la playa de Colleville-sur-Mer, en Normandía, Francia, con la proyección en las salas de cine de la película *Salvar al Soldado Ryan* (1998), aumentando el número de turistas americanos en un 40%. Uno de los datos más sorprendentes, de los casos expuestos del S.XX, es el del

aumento de visitantes en un 300% al Monumento a William Wallace, en Escocia, tras el estreno de *Braveheart* en 1995. Sin embargo, a lo largo del S.XXI estos impactantes números no dejaron de crecer a través de diversas películas, como ocurre con la saga de *El Señor de los Anillos*, que comprende tres películas de gran éxito que significaron un aumento de turistas internacionales en distintos puntos de Nueva Zelanda, o como fue el caso de *Harry Potter* y sus 8 películas basadas en los libros de J. K. Rowling, que supusieron una gran afluencia de turistas en distintas localizaciones como la estación de King's Cross en Londres o el Castillo de Alnwick en Escocia.

Como se observa en los ejemplos anteriores, las películas que generaron un aumento del turismo no pertenecían exclusivamente a un solo género, sino que se encuentran entre ellas ficciones históricas, de fantasía, románticas o de acción, y, aunque pueda resultar asombroso, las películas animadas también son capaces de influenciar en la imagen de un destino que construye en su mente el espectador.

Según Salinas y García (2018), la película animada *Río* (2011) “cambió las percepciones de las audiencias en relación a Río de Janeiro”, pues los conocimientos previos, las creencias, o la simpatía que tenían hacia este destino aquellos que visualizaron el filme, cambiaron ligeramente, generándose en ellos ciertas expectativas. Los autores explican en su artículo que lo representado en la película puede “permanecer en la mente del individuo por un tiempo considerable”, teniendo una influencia profunda en la imagen del destino que cada uno construya individualmente. En este caso, la imagen de Río de Janeiro cambió positivamente, disminuyendo de forma generalizada las percepciones de criminalidad o pobreza.

El incremento de visitantes e ingresos que generan las películas, y el cambio de percepción acerca de un destino que son capaces de lograr, reafirman el poder que alberga el cine sobre el turismo y el impacto económico, social y medioambiental, entre otros, que puede suponer para un país.

2.5 Antecedentes de estudios similares.

La relación existente entre el cine y el turismo, así como la imagen que proyecta España al extranjero, son cuestiones que han sido estudiadas a lo largo del tiempo por diversos autores. Por eso, y con el objetivo de presentar una base sólida para este proyecto, se exponen a continuación diversas ideas y teorías relacionadas con estos temas, propuestas con anterioridad.

Acerca de la relación actual entre el cine y el turismo, Rey Reguillo y Mestre Pérez (2022) escribieron en su libro *Cine español actual, patrimonio autóctono y turismo* lo siguiente:

La industria cinematográfica actual se muestra plenamente consciente de la capacidad de sus películas para motivar en los espectadores el interés por viajar a los lugares que exhiben. Tanto es así que en las últimas tres décadas se ha producido, a escala internacional, un incremento progresivo de los rodajes en exteriores cuyas localizaciones son elegidas cuidadosamente y se muestran en los filmes con sus atractivos potenciados al máximo mediante los múltiples dispositivos de filmación que propicia la actual tecnología. Por lo que respecta al cine español, se ha implicado claramente en la asunción de dicha tendencia a partir de los años noventa del pasado siglo. (p.14)

Esto implica un poder propagandístico del cine del que se ha hablado anteriormente, pudiendo considerarse este como un tipo de persuasión “subliminal o encubierta”. El espectador, sin saberlo, está siendo seducido por imágenes y paisajes que retendrá en su mente y que, posiblemente, se convertirán en una motivación inconsciente en la planificación de sus viajes.

“La exposición internacional de una película promueve positivamente a un destino ya que es un anuncio potencial que es visible mundialmente. Así, los telespectadores se convierten en turistas inducidos por películas” (Macionis, 2004, como se citó en Muñoz Díez, 2019).

En lo que a la imagen de España en el exterior se refiere, varios autores han hablado del asunto, en ocasiones relacionándolo con el cine.

Francescutti (2019) habla en su artículo acerca de distintos aspectos que resultan de interés para la presente investigación. En primer lugar, explica que existe una diferencia fundamental entre la imagen que puede tener un país acerca de sí mismo y la imagen que

tienen los extranjeros sobre este. Sin embargo, a pesar de las distintas consideraciones de unos y otros, el autor expone el hecho de que la autopercepción depende, en un grado alto, “del reflejo que devuelve el espejo del Otro” (p.92). Es decir, un destino no es completamente dueño de la imagen que proyecta, ni tiene el control absoluto de lo que deja ver al ojo extranjero. La razón de esto es que existe una retroalimentación a partir de la cual dicho país puede comenzar a autoperibirse en ciertos aspectos tal y como lo perciben desde fuera; en otras palabras, termina mirándose a sí mismo a través del mismo prisma desde el que lo observan los otros. Así, los tópicos y clichés con los que los visitantes definen al conjunto de un país o a una ubicación concreta, pueden convertirse en elementos representativos de su cultura y carácter.

En segundo lugar, el mismo autor habla de cómo, durante la época franquista, el cine español se servía de los toros y el flamenco para atraer al turista. Ejemplo de esto se puede encontrar en el relato de la película *Bienvenido Mr. Marshall* (1953), cuya trama gira en torno a la visita de una delegación del gobierno de los EEUU a un pueblo castellano. Con el objetivo de sorprender a la visita, queriendo mostrar a los estadounidenses la faceta más atractiva del país, los habitantes del pueblo deciden dar la bienvenida a la delegación al más puro estilo andaluz: mujeres vestidas de sevillanas, músicos tocando sin parar, alegría y color por todas partes, etc. Les muestran los aspectos más turísticos de España, con la intención de cautivarles para pedirles determinadas ayudas. Esta película española juega con el estereotipo del flamenco y la España folclórica, presentando a su vez a Estados Unidos como un país significativamente superior.

Por otro lado, el autor añade que durante la democracia se añadió el factor “sol y playa” a la fórmula de los toros y el flamenco. Ideas con las que concordaba Lamo de Espinosa (2000), ya que tras realizar una investigación sobre la imagen de España en el exterior, concluyó que los ciudadanos extranjeros asociaban espontáneamente determinadas palabras con este país, entre ellas: buen clima/sol, toreros, flamenco, paella, vino/sangría o playa. Además, explicó en su estudio que “los motivos de la elección de España como destino turístico son claros: para el 34 por ciento porque ofrece sol y playa; para el 16 por ciento por los bajos precios.” Esta impresión puede haber variado desde entonces, pues la investigación expone la imagen que se tenía hacia el año 1996. Actualmente, esta ha evolucionado hacia más narrativas, manteniéndose fiel a los elementos representativos que ya se definieron entonces.

Huguet (s.f.) escribió acerca de las imágenes y percepciones de España, explicando que al inicio del S.XXI, el país mantenía una imagen positiva en lo que a gastronomía, arte y cultura se refiere. Sin embargo, en lo que respecta al carácter de su población, se definía al español como una persona de amabilidad simple, en ocasiones tosca.

La misma autora habló también de como EEUU tenía aún, en esa época, una imagen del país notablemente estereotipada, pero con ligeros cambios positivos en los que celebridades del deporte, la gastronomía, la música y el arte en general, tuvieron mucho que ver. Asimismo, el mestizaje entre hispanos y americanos está ayudando a cambiar dicha percepción.

Por otro lado, en lugares más alejados culturalmente de España, como China, se concluyó que a pesar del desconocimiento generalizado en lo relacionado al país mediterráneo, las opiniones que tenía el gigante asiático sobre este no eran desfavorables. Es decir, este país del Asia Oriental tenía una percepción positiva de España, que mejora a medida que los negocios entre ambas naciones proliferan. No obstante, no se daba la misma realidad en otros países de Asia como Japón o la India, que a pesar de los esfuerzos de España por cautivarles, nunca tuvieron el suficiente interés por conocer el país.

En cuanto a América Latina, en aquel entonces, la relación que se tenía entre los diferentes países que la conforman y España, influía directamente, como cabía suponer, en la percepción que estos tenían del país. Retomando las ideas de Francescutti (2019), autor que realizó un estudio más reciente, a través del análisis de películas latinas que hablan de España, se muestra cómo la percepción de los latinos acerca de los españoles no es del todo negativa, pues a excepción de determinados papeles en los que se muestra al español con actitudes racistas, en general, se le representa como ciudadano europeo, protagonista, de mentalidad abierta y con oficios de clase alta.

Son diversos los autores e investigadores que han mencionado en sus textos el papel tan relevante que juegan los medios de comunicación, entre ellos el cine, a la hora de conformarse la imagen o percepción de un destino determinado. Alonso Ferreras et al. (2014) los conciben como una herramienta más poderosa que las propias promociones que desarrolla la industria turística de manera intencionada.

Resulta de especial interés el estudio de este fenómeno, y de acuerdo con Rey Reguillo y Mestre Pérez (2022), los encargados de investigar la relación entre el cine y el turismo se centran ahora en analizar las estrategias que los cineastas desarrollan cuando incorporan

en el relato de sus películas elementos del patrimonio cultural, histórico y social del lugar en el que se produce el rodaje, potenciando con ellos la narrativa de la obra cinematográfica. Esta cuestión resulta de particular interés debido a la influencia que tienen sobre el espectador, como se ha comentado a lo largo del presente proyecto.

Miranda (2010) explica que una muy buena forma de analizar la imagen exterior de España es desarrollar el estudio “a través de la producción cinematográfica nacional, donde se reflejarán los estereotipos, prejuicios o caracterizaciones sobre nuestro país, si los hubiese, como en otros países así se reflejan cuando versan sus obras sobre España”, pudiendo investigar acerca de la visión que tiene el país sobre sí mismo así como lo que los extranjeros piensan de él.

A continuación, y mediante el análisis de películas tanto nacionales como extranjeras, se estudia la imagen que se proyecta de España desde el interior y desde el exterior, conformando así una percepción que influye en el potencial turista y su elección de este país como destino turístico.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

La metodología aplicada en esta investigación sigue un enfoque cualitativo con el objetivo de responder a las preguntas de investigación planteadas al inicio. Se busca analizar en profundidad diferentes aspectos: las similitudes y diferencias entre la representación de España en el cine nacional y extranjero, la percepción que se emite del país a través de las diferentes películas y el efecto que puede estar teniendo en el imaginario común, además de lo fidedigno del discurso en lo que a la realidad del país se refiere.

El análisis cualitativo permite llegar a diversas conclusiones, centrándose en cómo esto afecta al turismo y apoyándose en la información recopilada durante la revisión bibliográfica. Para ello se ha establecido previamente un marco teórico sólido que contextualiza el tema estudiado.

Todas las etapas seguidas en este proceso se desarrollan a continuación de manera detallada, empezando por el diseño de la investigación, seguido del enfoque, los criterios de selección y la justificación del corpus.

3.1 Diseño de la investigación

Para poder alcanzar los objetivos propuestos, era necesario diseñar una investigación a medida que respondiese a las preguntas de investigación de manera precisa.

Se estableció que el análisis debía ser cualitativo, pudiendo así profundizar en las características y elementos que se repiten en películas ambientadas en España. Siguiendo este razonamiento, se llevó a cabo la selección de un total de 22 películas, 11 producidas en países extranjeros y otras 11 españolas.

Todas las seleccionadas, como se muestra más adelante, son películas que, de una forma u otra, revelan características de España, ya supongan un retrato completo de la sociedad española o sean un mero acercamiento a sus paisajes y entornos.

Para realizar la investigación correctamente, se elaboró la siguiente tabla a modo de guía para el análisis de todas las películas:

Tabla 1

Guía para el análisis de las películas seleccionadas:

Narrativa y temas abordados	¿Cuál es el género de la película? ¿Qué temas trata? ¿Habla de cómo es España o tan solo muestra localizaciones del país? ¿Qué mensaje se transmite a través de la trama?
Representación del paisaje/entorno	¿Cómo se representan las distintas localizaciones? ¿Con qué adjetivos se definiría el entorno? ¿Cómo es el clima? ¿Qué lugares aparecen en la película? ¿Alguno es turístico?
Cultura y costumbres	¿Qué costumbres se muestran? ¿Se habla de festividades importantes o tradiciones específicas? ¿Qué estilos de vida muestra la película?
Apariencia física de los personajes	¿Cómo es la apariencia física de los personajes, en general? ¿Y de los protagonistas? ¿Presentan rasgos comunes?
Comportamientos de los personajes	¿Qué rasgos de personalidad comparten los personajes? ¿Cuáles destacan? ¿Qué comportamientos o formas de ser resultan más comunes? ¿Cómo interactúan?
Estereotipos y realidad	¿Se presentan imágenes estereotipadas o clichés sobre el país, o por el contrario se ofrece una visión más fidedigna? ¿Se muestran aspectos positivos o negativos del país?
Otras observaciones	Cualquier aspecto que se considere relevante para el presente estudio.

Fuente: Elaboración propia.

Con ayuda de la tabla, ha sido posible conocer numerosos aspectos relevantes en la conformación de la imagen de un país a través del cine.

Una vez recogida dicha información, se ha llevado a cabo la discusión de los resultados, llegando a diversas conclusiones que responden a las distintas preguntas de investigación.

3.2 Enfoque

El enfoque de esta investigación es, como se comenta anteriormente, específicamente cualitativo. Se estudia la representación de un país en el cine extranjero, comparándolo con su autorrepresentación a través del cine nacional; todo ello haciendo especial hincapié en el impacto que generan esas interpretaciones.

A partir de películas españolas y extranjeras que han tenido éxito en el exterior, se estudiará qué información está llegando sobre España al resto del mundo y, por tanto, que percepción se está creando del país como destino turístico. Se trata de un enfoque que permitirá comprender mejor la imagen que proyecta España al exterior.

3.3 Criterios de selección

A la hora de seleccionar las 22 películas que conforman el corpus de estudio, se han tenido en cuenta varios factores.

En primer lugar, que sean actuales (todas las películas son posteriores al año 2004), especialmente las nacionales, pues se busca que muestren la versión más actualizada de cómo se ven los propios españoles.

En segundo lugar, que distintas localizaciones de España sean escenario principal para la narrativa. Es decir, que se muestren paisajes y entornos del país, ya sean parte esencial del relato o mera ambientación.

En tercer lugar, que la selección sea heterogénea, exceptuando las películas animadas por cuestiones de escasez en lo que a filmes de este tipo -ambientados en España- respecta. Siguiendo ese mismo criterio, se han incluido diversos géneros cinematográficos así como distintos temas y narrativas, pudiendo ver de esta manera cómo influye la representación del país en función del tema y género del filme.

Por último, se ha buscado que sean películas especialmente exitosas, habiendo llegado a un público amplio y, por tanto, habiendo podido suponer un cierto impacto en el imaginario común.

Además, en la selección de películas extranjeras, se han buscado títulos de diferentes países, que puedan aportar una visión más global y menos sesgada de la representación de España. Aun así, hay países como Estados Unidos en los que la industria cinematográfica es tan grande, que ha tenido más oportunidades y ocasiones de escoger España como escenario para sus películas que otros países. Por esa razón, se hizo inevitable que, a la hora de seleccionar el corpus, cuatro de las once películas extranjeras fueran procedentes de dicho país.

No obstante, se ha procurado que existiera representación de otros países más alejados geográfica y culturalmente, cuya percepción es más previsible que pueda ser influenciada por los medios de comunicación y el cine, al no tener una cercanía necesaria como para conocer el país y sus costumbres, estilo de vida o apariencia, por cuenta propia.

Asimismo es importante comentar que las películas extranjeras han sido clasificadas en dos grupos: películas en las que se muestra España más allá de su uso como simple escenario y, por otro lado, películas ambientadas en España como escenario.

Por otro lado, las películas producidas en el propio país se presentan todas juntas, pues en todas ellas se muestra, de manera más o menos indirecta, algún aspecto relacionado con la cultura o la forma de ser de los españoles, en ninguna España sirve como simple escenario.

A continuación, en la página siguiente, se expone el listado con todas las películas analizadas; las 11 procedentes de países extranjeros, diferenciadas por la presencia de España en ellas e incluyendo su fecha de estreno y país de origen, y las 11 procedentes del mismo país que se analiza, acompañadas del año en el que saltaron a la gran pantalla, llenando las salas de cine:

Películas extranjeras ambientadas en España

Películas que muestran España más allá de su uso como simple escenario:

- The cheetah girl's 2 (2006) – EEUU
- Onde está a felicidade (2011) – Brasil
- Zindagi Na Mitegi Dohara (2011) – India
- The Way (2011) – EEUU
- Barcelona: A love untold (2016) – Filipinas
- The trip to Spain (2017) – Reino Unido

Películas ambientadas en España como escenario:

- The Business (2005) – Reino Unido
- Manuale d'amore 2 (2007) – Italia
- 199 recetas para ser feliz (2008) – Chile
- The limits of control (2009) – EEUU
- Knight and day (2010) – EEUU

Películas españolas con éxito en el extranjero

- Ocho apellidos vascos (2014)
- El olivo (2016)
- Tarde para la ira (2016)
- La llamada (2017)
- CAMPEONES (2018)
- El reino (2018)
- Dolor y gloria (2019)
- Sentimental (2020)
- Los europeos (2020)
- El buen patrón (2021)
- A través de mi ventana (2022)

3.4 Justificación del corpus

La selección de las 22 películas analizadas no ha sido al azar, sino todo lo contrario. Todas ellas atienden a los criterios mencionados anteriormente, como el hecho de que en ellas se muestre España, que hayan tenido éxito o que sean actuales.

Después de haber realizado una rigurosa búsqueda, se escogieron los títulos de manera consciente y deliberada, atendiendo a distintas razones. Por un lado, en la elección de los 11 títulos extranjeros se tuvo en cuenta que fuesen provenientes de distintas partes del mundo: EEUU, Reino Unido, Filipinas, India, Brasil, Chile e Italia. Esto ofrece la posibilidad de descubrir cómo se ve España a través de distintos prismas, evitando el sesgo que hubiera supuesto escoger filmes únicamente estadounidenses -los más abundantes y exitosos-. La diversidad de perspectivas resulta muy valiosa para este estudio, pues muestra diferentes percepciones, encontrando puntos comunes en la representación de España por parte de diferentes países extranjeros; puntos que hablan de las características que sobresalen por encima del resto en la cultura española.

Por otro lado, es importante explicar que las películas españolas han sido seleccionadas atendiendo, entre otros criterios ya mencionados, a la actualidad, porque se busca aportar una visión contemporánea de la auto representación de España en la gran pantalla.

Así, con 11 películas extranjeras y 11 españolas, se ha realizado el análisis correspondiente cuyos resultados se presentan en el capítulo a continuación.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Francescutti (2019) habló de varios factores importantes a tener en cuenta cuando se analiza la percepción de un país a través del cine; entre ellos, el género de las películas, que “informará de la España que los realizadores creen “mostrable”(p.98) y el rol de los personajes que actúan en representación de los ciudadanos de dicho país, pues “los roles de españoles y extranjeros (oposición, colaboración, protagonismo...), junto con su adscripción de clase, género sexual y estatuto profesional, entre otros datos, nos proporcionarán valiosas indicaciones de las percepciones de la sociedad española” (p.98). Este autor habló de otros dos factores relevantes: la localización, porque revela los destinos que “la mirada extranjera” ve más atractivos, y los estereotipos ya que su presencia o su ausencia alimentan la percepción generada.

La importancia del género cinematográfico se debe a que a la hora de escoger un destino en el que ambientar una película, la elección estará influenciada por el género del filme y por las percepciones que se tengan del lugar finalmente seleccionado. Es un fenómeno que se retroalimenta, pues si un país es visto como escenario idóneo para el romance, se convertirá con mayor probabilidad en el plató de grandes historias de amor o de comedias románticas, lo que a su vez alimentará la imagen apasionada del país. Se trata de un bucle de percepciones. Si se trata de una película cuya temática principal es el amor, la probabilidad de que se escoja una ciudad como París o un país como Italia para recrearla es mucho mayor debido a la belleza de sus paisajes y al romanticismo que se percibe de estos lugares. Sin embargo, en el caso de las películas de ciencia ficción, se escogerán más frecuentemente paisajes futuristas o tecnológicamente avanzados, disponibles en otras ciudades o países. Una correcta ambientación puede ser la clave del éxito en el desarrollo de una película.

Entre las analizadas en el presente estudio, tan solo 2 de las 22 películas pueden ser definidas con un género. La mayoría de ellas son el resultado de una combinación de al menos dos géneros, siendo las más comunes las comedias dramáticas. En sus narrativas, la mezcla de humor con el contraste del drama se encuentra en una balanza muy equilibrada, provocando en el espectador sentimientos encontrados que pueden ir desde la risa hasta el llanto.

En cuanto al rol de los personajes, estos son muy distintos dependiendo del origen de la producción. Los papeles que juegan los españoles en los filmes extranjeros son muy variados y, en ocasiones, carecen de valor para la trama. Esto ocurre más a menudo en las películas que usan España como mero escenario, pues al no hablar concretamente del país y su gente, se pierde la oportunidad de conocer la apariencia y forma de ser de sus ciudadanos. Por otra parte, en aquellas películas en las que sí se interactúa con españoles, se construye un imaginario común que reúne características de estos, en ocasiones reales y en otros casos exageradas o caricaturadas.

En relación a las localizaciones, Barcelona, Madrid, Valencia, Sevilla y, con un protagonismo ligeramente menor, la comunidad autónoma del noroeste de España, Galicia, se alzan como los escenarios más atractivos conforme a las preferencias de los directores de cine extranjeros. Tan solo en *The trip to Spain* (2017), se recorren parajes menos comunes en la filmografía: Zaragoza, La Rioja, Cuenca o Sigüenza, entre ellos. Por otro lado, en las producciones nacionales se contemplan destinos más variados, fruto del conocimiento del país por parte de los directores.

Por último, en lo que atañe a estereotipos, si bien -por lo general- los filmes extranjeros tiñen sus escenas de clichés y retratos algo exagerados, las producciones nacionales no se quedan atrás. El característico sentido del humor con el que se retrata al español en el cine se ve reflejado en numerosas escenas, mostrándole capaz de reírse de sí mismo y sus peculiaridades.

A continuación, se exponen detalladamente los resultados hallados a partir del análisis de contenido de las 22 películas, atendiendo a estos criterios y a otras cuestiones, encontrando los puntos comunes en los que extranjeros y nativos coinciden cuando se trata de España.

4.1 Análisis de la percepción de España como destino turístico a través del cine extranjero

Tras el análisis de contenido de las 11 películas extranjeras seleccionadas, se han encontrado varios puntos en común, así como otros que evidencian la diferencia de perspectiva que se tiene de España en distintas partes del mundo.

Género cinematográfico, narrativas y temas abordados.

En primer lugar, haciendo un análisis de los géneros cinematográficos presentes en los filmes, se han obtenido los siguientes resultados:

Tabla 2

Clasificación de las películas extranjeras según los géneros cinematográficos presentes

Películas/Género	Comedia	Drama	Suspense	Acción	Romance	Thriller	Musical	Misterio	Documental
The cheetah girl's 2	X				X		X		
Onde esta a felicidade	X	X			X				
Zindagi Na Mitegi Dobara	X				X				
The Way		X							
Barcelona: A love untold		X			X				
The trip to Spain	X								X
The Business			X	X					
Manuale d'amore 2	X				X				
199 recetas para ser feliz		X			X				
The limits of control			X			X		X	
Knight and day	X		X	X	X				

Fuente: Elaboración propia.

La gran presencia de la comedia en las narrativas es indiscutible, tan solo 5 de las 11 analizadas descartan el humor como base para el relato, siendo dos de ellas dramas románticos y las otras dos, thrillers de misterio y suspense. Esto refleja una percepción de España como escenario de historias en las que el humor tiene cabida, además del drama y el romance, también recurrentes en este corpus. No existe una diferencia notable entre el género predominante en unas películas y otras, aunque sí es llamativo el hecho de que todas las que retratan España más allá de sus paisajes, utilizan el humor y la comedia en su desarrollo así como el romance. Se podría decir que España se percibe como un lugar idóneo para ambas cuestiones.

Partiendo del género cinematográfico, se ha analizado la trama y los temas abordados en las distintas películas, con el objetivo de descubrir a qué tipo de relatos y rodajes inspira España. El romance y el anhelo de autodescubrimiento se ven reflejados en *Barcelona: A*

love untold (2016), *Zindagi Na Mitegi Dobar* (2011) y *Onde esta a felicidade* (2011). Todas ellas hablan de cómo en España los protagonistas se ven animados a encontrarse a sí mismos y, casualmente, también el amor. Los paseos por Barcelona en la película filipina, los viajes por carretera en el filme indio y el descubrimiento de la España más rural y campesina a través de Galicia en la cinta brasileña, se presentan como escenario ideal para estas temáticas. En *Manuale d'amore 2* (2007) el romance también se hace presente de manera significativa en distintas historias que se entrelazan al final: una pareja italiana perteneciente al colectivo LGTBIQ+ quiere contraer matrimonio y para ello deberán viajar a España, concretamente a Barcelona. Como testigo de su boda se presenta a la española que más tarde robará el corazón de otro italiano, mostrándole las partes más emocionantes y pasionales de la vida. Coincidiendo con el humor y el amor, en *Knight and Day* (2010), la aventura y la acción no resultan ser un impedimento para el desarrollo de una historia de amor entre los dos protagonistas, que verá su máximo esplendor en las calles de Sevilla, entre edificios históricos que forman parte de su bello casco antiguo. En *The cheetah girl's 2* (2006) el romance surge entre distintos personajes, pero debe hacerse una mención especial al hombre español que tiempo atrás sedujo a la madre de una de las adolescentes protagonistas, provenientes de Estados Unidos, haciendo posible el viaje a España del grupo de amigas. Allí, las adolescentes se ven cautivadas por los jóvenes españoles y, al menos dos de ellas terminan enamorándose de dos chicos que se muestran amables y apasionados.

En contraposición a las historias de amor en las que los protagonistas viven una luna de miel, se impone *199 recetas para ser feliz* (2008) que en una Barcelona inmersa en pleno verano asfixiante, muestra la realidad de una pareja chilena que se mudó hace tiempo para cumplir sus metas profesionales y que, en el momento en el que se desarrolla la trama, pasan por una crisis matrimonial compleja. En medio de tal estupor, aparece en sus vidas la expareja del hermano de ella, rompiendo por completo todos sus esquemas y suponiendo un cambio trascendental. Esta película, a pesar del aire triste en el que se envuelve -muy distinto al romanticismo que se respira en *Barcelona: A love untold*-, comparte con la producción filipina una temática interesante: la emigración a España, visto como un país con mejores medios y oportunidades para tener éxito profesional. Una vez allí, los protagonistas de ambas películas deben superar grandes frustraciones y dificultades para lograr alcanzar sus metas, mostrándose en numerosas ocasiones desalentados y hundidos al no ser capaces de encontrar un buen trabajo acorde a su

preparación previa. España se eleva como un país moderno, pero eso no la exime de ser un lugar duro, en el que a pesar de la buena intención de sus ciudadanos por acoger a los extranjeros se genera una atmósfera desapacible y brusca para el foráneo.

Por otro lado, relatos que nada tienen que ver con el romance, ambientados en España, se abren paso en *The Business* (2005) y *The limits of control* (2009), dos películas de habla inglesa, siendo la primera una producción de Reino Unido y la segunda una película estadounidense. Ambas tienen relación con el crimen y la ilegalidad. En *The Business*, la Costa del Sol se convierte en un lugar plagado de criminales, traficantes de droga y proxenetas; mientras que en *The limits of control* se muestra Madrid como centro de la trama, con una serie de personajes variopintos que interactúan con el protagonista de manera extraña, dándole instrucciones para cometer un asesinato. Las dos comparten una visión de España como lugar inseguro, aspecto presente también en *Kinght and Day*, donde se hace un retrato de la criminalidad algo caricaturesco: se presenta a un traficante de armas español con un gran poder para desplegar a sus hombres por las calles de Sevilla sin importarle las consecuencias de ello. A través de estas películas, se representa España como un destino inestable e inseguro.

Por último, cabe resaltar que en *The Way* (2011) y en *The trip to Spain* (2017) la trama se centra en el viaje, es decir, en el descubrimiento de España como destino turístico. Su gastronomía, costumbres y tradiciones se convierten en protagonistas del relato, compartiendo relevancia con los protagonistas. En *The Way*, se cuenta la historia de un hombre estadounidense que perdió a su hijo en una tormenta mientras iniciaba su recorrido en el Camino de Santiago. Alentado por los acontecimientos, el padre se arma de valor y comienza el recorrido que no pudo terminar su hijo, acompañado de las cenizas de este en un acto simbólico. A lo largo del recorrido, el padre, Tom, descubre el norte de España y sus encantos, además de a sus gentes. En *The trip to Spain*, de manera más documentada que dramática, dos británicos emprenden una ruta gastronómica por distintas partes de España, disfrutando del entorno y los paisajes que sus distintas paradas les ofrecen. La representación convierte a ambas películas en una especie de promoción turística del país, característica que comparten con la producción india *Zindagi Na Mitegi Dohara*, pues las tres recorren distintas localizaciones españolas mostrando elementos típicos de este país.

Representación del paisaje y entorno.

Como se comenta anteriormente, las ciudades de Barcelona, Sevilla y Madrid, y la Comunidad Autónoma de Galicia se convierten en las protagonistas indiscutibles en lo que a escenarios filmicos en España se refiere. Muchas de las producciones coinciden en la inclusión de ciertos lugares emblemáticos en la fotografía de sus películas. No obstante, a continuación se expone detalladamente qué lugares se decidió mostrar y de qué manera se ve representada España en lo relativo al paisaje.

Los directores extranjeros escogieron en su inmensa mayoría la ciudad de Barcelona como plató, debido a la belleza de sus calles, lo imponente de su arquitectura y la diversidad de sus gentes. La Sagrada Familia es mostrada en las siguientes películas: *Manuale d'amore 2*, *Barcelona: A love untold*, *The cheetah girls '2* y *Zindagi Na Mitegi Dohara*. En todas ellas se muestra el exterior, la belleza y la grandeza de su construcción e incluso, en algunos casos, se hace alusión a su historia, explicando las razones por las que aún no ha sido terminada. El protagonismo de este edificio histórico es generalmente compartido con la presencia en escena del Parque Güell, las calles repletas de galerías de arte o las zonas verdes, sin olvidar la presencia de las playas de esta ciudad, también representadas en la película *199 recetas para ser feliz*. Barcelona es representada como un lugar turístico ideal, moderno, diverso en lo que a cultura se refiere, acogedor y de clima agradable. No obstante, existen algunas excepciones en esta representación idílica, pues algunos filmes muestran también el calor agobiante que se vive en verano o a la presencia masiva de turistas en los lugares más relevantes.

Por otro lado, Sevilla se muestra de manera similar a Barcelona: una belleza arquitectónica incomparable, edificios históricos de un gusto exquisito y calles repletas de encanto. Incluso en aquellas películas cuyo género predominante es la acción, como ocurre con *Knight and Day*, los directores no pierden la oportunidad de mostrar al espectador el atractivo de Sevilla. Un atractivo que se despliega en *Zindagi Na Mitegi Dohara*, presentando no solo los espacios con mayor encanto sino también dedicando varios planos a la gracia de sus gentes y a lo bonito de algunas de sus costumbres.

Madrid, por otra parte, comparte con Barcelona la modernidad como parte de su descripción fílmica. Se trata de una ciudad grande, centro de negocios, con barrios de clase alta pero también baja y con un nivel moderado de delincuencia. En *The limits of*

control, el protagonista vaga por las calles de la capital fijándose en la belleza de su arquitectura, en los edificios que destacan por su apariencia antigua y en los locales con ambiente flamenco. Se muestra Madrid dentro de su cotidianeidad, sin florituras ni engrandeciendo su imagen cosmopolita.

En cuanto al norte de España y en especial en relación a Galicia, representados en *Onde esta a felicidade* y *The Way*, se observa una presencia de paisajes rurales, de montaña, con muchas zonas verdes y repletos de naturaleza. En estas películas se ve representada la España más rural a través del Camino de Santiago, un conjunto de rutas de gran importancia a nivel mundial. Este recorrido se convierte en la oportunidad perfecta para mostrar los paisajes del norte, además de determinados edificios históricos de gran importancia como la Catedral de Burgos y la Catedral de Santiago de Compostela. Se podría decir que se muestra una España completamente distinta a la expuesta en el resto de las películas, alejada de las grandes ciudades y la ostentación.

Por último, es necesario resaltar las escenas que muestran la belleza de las playas españolas, representadas no solo en Barcelona sino también en la Costa del Sol en la película *The Business* y en *Zindagi Na Mitegi Dobara*, cuyos protagonistas disfrutaban de las Islas Baleares a través de actividades de buceo en la Costa Brava.

En general, España es representada como un lugar afable, acogedor y con un encanto especial. A excepción de las dos películas de acción y del thriller, este país es representado como un destino aparentemente seguro en el resto de los géneros; tan solo en *The Way* se hace referencia a una situación que involucra un robo, perpetrado por un joven de etnia gitana cuyo padre resuelve en seguida, haciendo mención a la importancia de la honorabilidad para su pueblo y disculpándose por la actitud de su hijo.

Se podría decir, entonces, que las películas extranjeras sí contemplan España como un lugar con grandes atractivos turísticos.

Cultura, costumbres y estereotipos.

La cultura española es representada en casi todas las películas extranjeras, de una manera u otra. Incluso en aquellas en las que no se interactúa con el pueblo español a excepción de un personaje, como ocurre en *Knight and Day*, se muestran algunas de las costumbres y festividades típicas del país. Además, es en esta película en la que se comete un error garrafal al representar una de las fiestas más importantes del país: los Sanfermines. Esta producción estadounidense localiza erróneamente la fiesta de San Fermín en Sevilla, siendo esta una celebración típica ubicada en Pamplona. Existen dudas acerca de si este desliz fue en realidad algo deliberado, pues podría tratarse de una decisión consciente con el objetivo de representar dos de las principales cosas que conocen los estadounidenses de España. No obstante, esto, al igual que otros errores culturales, forma parte del conjunto de estereotipos con los que la mirada extranjera define a España, y podría generar una confusión en el turista y sus expectativas acerca del lugar que visita, despistado por lo visionado en pantalla.

Pese a ello, en estas 11 películas pueden verse representaciones más precisas de España que contribuyen a la formación de una imagen positiva en la mente del potencial turista.

En primer lugar, queda retratada la costumbre de los españoles de reunirse en los bares a tomar, generalmente, cerveza o vino. Este es uno de los puntos comunes más repetidos en las películas. Los personajes disfrutan del estilo de vida mediterráneo en terrazas de Barcelona (*The cheetah girl's 2*) y del encanto de los bares y restaurantes del norte de España (*The Way, Onde esta a felicidade*) como también se dejan ver en corrientes cafeterías de Madrid (*The limits of control*) o en ruidosas discotecas de la Costa del Sol (*The Business*). Asimismo, también hay películas en las que los personajes que disfrutan de varias de estas opciones (*The trip to Spain* o *Zindagi Na Mitegi Dobara*). En todas ellas se muestra al espectador un elemento común: en España, gran parte de la vida social y de las relaciones interpersonales se dan en los bares.

En segundo lugar, se muestra la importancia de sus fiestas y la bulliciosa vida nocturna. En general, las películas muestran España de día y de noche, reservando, en general, las celebraciones y la desinhibición para las escenas grabadas al caer el sol. Aun así, fiestas como los Sanfermines o la Tomatina se muestran a plena luz del día, tal y como se celebran en la realidad. A continuación, en las figuras 1 y 2 se observan dos fotogramas

de la producción india (*Zindagi Na Mitegi Dobará*), en la que los personajes experimentan estas dos celebraciones como parte de su itinerario en España, en festejo de la despedida de soltero de uno de los protagonistas:



Figuras 1 y 2: Fotogramas de la película *Zindagi Na Mitegi Dobará*, tomatina y Sanfermines

Fuentes: <https://www.hosteltur.com/> y <https://m.rediff.com/>

Relacionado con estas celebraciones, se destaca en las películas extranjeras la figura de los toreros y la relevancia de los toros en España. En ocasiones, estas referencias están correctamente incorporadas al relato como se ve en la película india, mientras que en otros casos, se juega con el estereotipo de manera cómica como ocurre en *Manuale d'amore 2*; en esta última película, uno de los personajes que actúa como pareja del otro le pregunta a su futuro marido acerca de quiénes harán de testigo en su boda en España, cuestión a la que el otro responde en clave de humor con las siguientes palabras: “bailarinas y toreros”. Una alusión similar a la aspiración de los españoles por convertirse en toreros se hace presente en la película *The Way*, cuando uno de los responsables de una de las posadas en las que paran los peregrinos a descansar, es sorprendido por el protagonista haciendo gestos con un mantel como si de un toreo se tratase.

Esta visión de los españoles dentro del estereotipo de hombre torero y mujer bailarina surge de las raíces más profundas de la tradición española. A pesar de tratarse de dos profesiones más, relacionadas con el mundo del arte y la cultura, ambas funcionan como una de las caras más visibles del país. Por su peculiaridad artística no dejan indiferente a ningún extranjero, y esto se puede apreciar en la escena más especial de *The limits of control*, situada en un bar de Madrid. En dicha escena el protagonista entra al bar, una vez pasada la hora de cierre. Por algún motivo que se corresponde con la amabilidad de los

españoles, permiten al personaje tomar asiento y disfrutar del final de la velada, asistiendo a un espectáculo íntimo y lleno de sentimiento.

El espectáculo es un número flamenco, que como puede observarse en la figura 3, es representado con su tablao, su guitarra española, su cajón y su bailarina:



Figura 3: Escena del espectáculo flamenco en *The limits of control*

Fuente: <https://paternapetenera.blogspot.com>

El arte y el flamenco se cuelean entre las escenas de otras películas como *The Way* y *Zindagi Na Mitegi Dobara*, mostrando al espectador la belleza de esta música tan característica de España. En *The Way*, es la etnia gitana la que toma el poder de representar este arte, celebrando una “fiesta íntima” con los protagonistas, en la que uno de los gitanos explica al protagonista su costumbre de reunirse para cantar y bailar, sobre todo con amigos y familia. Asimismo, una escena que cautivó al público internacional y sobre todo al espectador indio, fue la reproducida en *Zindagi Na Mitegi Dobara* casi al final del filme. En dicha escena se puede observar una gran coreografía para una canción que mezcla letra en español con versos en indio, implicando a los protagonistas en la danza y mostrando el espíritu festivo de los españoles. En *The cheetah girl's 2* ocurre algo similar, aunque se recurre al estereotipo sin acertar del todo. Las actrices, que actúan a su vez como cantantes de un grupo de música adolescente, escriben una canción y realizan una

coreografía para un concurso de jóvenes talentos en Barcelona. Ellas son estadounidenses y no conocen mucho el idioma, pero en la letra de su canción incluyen una palabra que las define: “amigas”. Además, para el momento del espectáculo, debían escoger un vestuario y una decoración determinadas y, es aquí donde se juega con el cliché del flamenco y los toros, sin lograr acercarse a la realidad de este estilo. Las chicas se visten con trajes que imitan el vestuario de estos artistas, pareciendo una caricatura más que una representación fiel.

Por último, como apunte imprescindible en lo que a gastronomía se refiere, no solo el vino y la cerveza son representados en pantalla, también se da importancia al embutido, que aparece en numerosas escenas en las que los personajes se sientan a la mesa, y se explica, en al menos dos filmes, lo que son las famosas tapas, aclarándose en una de ellas la diferencia fundamental entre este aperitivo y los pintxos (*The cheetah girl's 2* y *The Way*).

Como visión general tras el análisis de las películas, podría resumirse la representación de la cultura y costumbres españolas a través de las siguientes palabras y conceptos: bares, restaurantes, terrazas, discotecas, fiesta, celebraciones, vino, cerveza, buena comida, vida nocturna, música flamenca, tapas y *pintxos*, arte y estilo de vida mediterráneo.

Apariencia física y comportamientos de los personajes.

Al contrario de lo que pueda parecer, lo más importante a la hora de seducir al espectador no se limita a mostrarle los paisajes paradisíacos o a la belleza de la arquitectura de los destinos. Tampoco se reduce a enseñarle las costumbres de su pueblo o las tradiciones que le acompañan. Existen otros elementos fundamentales que cautivan al potencial turista e influyen en sus ganas de visitar un país.

El carácter y la apariencia de los personajes se convierten en un reclamo importantísimo cuando se trata de convencer al visitante de viajar hasta un determinado lugar. El grado de amabilidad, de hospitalidad, de calidez o de buen humor, además del atractivo físico, conforman una serie de características que, sean más o menos positivas, influirán en la percepción del espectador acerca del conjunto del país.

Por esa razón, jugar con el carácter y la forma de ser de los personajes resulta vital en cualquier trama, pues en ellos reside el poder de atrapar al espectador en la historia que se cuenta y, en ocasiones, lo motivan a querer conocer a sus semejantes.

En la película *The cheetah girl's 2*, los jóvenes españoles son representados como personas apasionadas, con ganas de encontrar el amor y vivir un romance con alguna de las protagonistas. Tanto es así que, su galantería, buen humor, caballerosidad y entusiasmo les definen, terminando por seducir a dos de las chicas. También en esta película aparece un personaje importante que retrata al hombre español: el futuro marido de la madre de una de las protagonistas. Este hombre se muestra servicial, complaciente con la mujer y muy caballeroso. Se le atribuye una posible fama de falta de compromiso, pero una vez se le expone el descontento con dicho comportamiento, rápidamente hace honor a su carácter pasional y pide matrimonio a la mujer. Esta representación se ve envuelta en una serie de clichés sobre el carácter de los españoles como “amantes latinos”. Un estereotipo que se ve claramente rebatido por la representación de otros personajes como ocurre con los caseros de las posadas en las que se alojan los peregrinos en *The Way*, personajes entrañables a la vez que peculiares que se muestran menos galantes pero que mantienen el sentido del humor y la amabilidad y calidez que define a los españoles.

Si bien es cierto que los personajes españoles no abundan en estas películas, limitando todo el protagonismo a los actores provenientes del país que produce la cinta, sí puede observarse un retrato general de la mujer española: morena, delgada, de ojos castaños y estatura media, generalmente seductora y de carácter abierto. Nuria, en *Zindagi Na Mitegi Dohara* cumple con el estereotipo de mujer española que interviene en los distintos filmes: una mujer agradable, desvergonzada y con carácter, que busca disfrutar de la vida y a la que le encanta conocer gente nueva. Por otro lado, el retrato de un hombre español desde un punto de vista general, cumple con los estereotipos de la apariencia mediterránea: estatura media, ojos castaños, pelo oscuro y tez morena, con barba y con un fuerte carácter que acompaña al resto de cualidades físicas. Los españoles se representan como personas cálidas, cercanas, sociables y amables. Sin embargo, no se debe olvidar, por supuesto, su carácter, pues son gente pasional que vive las emociones con intensidad.

Además, la apariencia física de los personajes españoles varía -como es lógico- según la edad del personaje, sin embargo, no se aprecian grandes diferencias en lo esencial. El

aspecto físico cumple con una serie de expectativas que se tiene del hombre y la mujer españolas, pero en lo relacionado con la forma de ser, sí se encuentran diferencias considerables de unas películas a otras, fruto de las diferentes temáticas y de la diversidad de géneros cinematográficos.

No se representa de la misma forma a los criminales españoles de *Knight and Day* o de *The Business*, bruscos, maleducados y con pocas intenciones de ser amables u hospitalarios, si se comparan con la representación de la población española en películas de comedia, drama o romance como *Onde esta a felicidade* o *The cheetah girl's 2*.

En rasgos generales, se podría decir que el personaje español, sea hombre o mujer, no se ve fielmente representado al cien por ciento en las películas extranjeras, en ocasiones por la temática que obliga a dar una determinada forma al carácter del personaje, a veces debido a la simple falta de representación en pantalla, y en otros casos, debido a la presencia de clichés que alimentan un estereotipo básico. Aun así, en líneas generales, se han mantenido ciertos elementos que definen al español dentro de la variedad del conjunto: su espíritu fiestero, su cercanía y calidez, sus ganas de celebración y reunión en bares y calles, su gusto por el estilo de vida mediterráneo y su indiscutible sentido del humor. Asimismo, se ha dado con una representación física general acertada, presentando los personajes un físico ajustado a los rasgos mediterráneos estándar, muy cercano a los cánones de belleza impuestos en la sociedad española.

Todos estos aspectos ayudan a conformar la percepción que forman en su mente los extranjeros acerca de España, percepción que es posible que mejore una vez se visite el país en primera persona, alejándose de los estereotipos y clichés mostrados en las salas de cine.

4.2 Comparativa con la imagen que se pretende dar a través del cine nacional

En las producciones nacionales, España ha representado el país de diferentes maneras y a través de distintos lugares. Como ocurría con las películas extranjeras, la forma en la que se representa la nación en el cine depende en gran parte del género al que pertenecen. Por eso, se ha intentado abarcar en el análisis, a través de las 11 películas españolas, varias temáticas y géneros cinematográficos distintos:

Tabla 3

Clasificación de películas españolas según géneros cinematográficos presentes en ellas

Películas/Género	Comedia	Drama	Suspense	Acción	Romance	Thriller	Musical	Misterio	Documental
Ocho apellidos vascos	X				X				
El olivo	X	X							
Tarde para la ira			X	X		X			
La llamada	X				X		X		
CAMPEONES	X								
El reino			X					X	
Dolor y gloria		X			X				
Sentimental	X				X				
Los europeos		X			X				
El buen patrón	X	X							
A través de mi ventana					X				

Fuente: Elaboración propia.

Al igual que ocurre con las ficciones extranjeras, la comedia y el romance son las temáticas más comunes entre las películas españolas. Además, se puede observar como el drama también es recurrente, mientras que las películas de suspense, misterio, thriller o acción se ven reducidas a un número mucho menor. Esto sugiere que la percepción que tienen los directores españoles sobre el país como escenario para determinadas narrativas no dista demasiado de la percepción de los directores extranjeros. España es un país idóneo para las comedias y los romances. Sin embargo, este apartado se centra en las diferencias, haciendo una comparativa entre ambas interpretaciones del país.

Las películas españolas se muestran duras con los altos cargos y con los políticos de su país, criticando su mal hacer y su falta de empatía como ocurre en *El reino* (2018) o en

El buen patrón (2021), dos películas en las que la comedia queda en un segundo plano. Sin embargo, la crítica al sistema no se limita a películas con un argumento más serio, pues en *Ocho apellidos vascos* (2014) también se hace alusión a la difícil situación política que atraviesa España en el S.XXI, siempre a través de comentarios jocosos e incluso burlones. En esta última, la presencia de estereotipos y clichés se presenta directamente como hilo argumental. El “conflicto” norte-sur se convierte en el centro de la narrativa, explicando de manera exagerada las desavenencias entre la población del norte de España y la del sur, haciendo hincapié en las enormes diferencias entre los vascos y los andaluces. Se trata de una película hecha por y para los españoles, quienes tomarán con humor las referencias mostradas en la película, esperando que a ojos de los extranjeros, no se genere una percepción equivocada y exagerada de este curioso enfrentamiento.

También como novedad respecto a las temáticas tratadas por las películas extranjeras, en las producciones españolas sí se hace más referencia a la importancia de la religión, directa o indirectamente, y al carácter conservador de cierto conjunto de la sociedad, siendo más común en adultos y personas mayores. Mientras que en películas como *The Way* -a pesar de centrar su trama en el Camino de Santiago- se dejaba la religión en un segundo plano, en producciones españolas como *La llamada* (2017), el tema del cristianismo se observa desde dentro. También se explora este tema en *Dolor y gloria* (2019), película en la que se muestra la vida de un cineasta que, de muy pequeño, para poder asistir a la escuela tuvo que acudir a un seminario, con curas. Asimismo, en *Sentimental* (2020), se hace presente esa faceta más conservadora de algunos españoles a través del personaje interpretado por Javier Cámara, un hombre que se muestra reticente a tratar temas sobre sexualidad abiertamente.

De nuevo, como contraste con las narrativas propuestas en los filmes extranjeros, en al menos dos de las películas españolas se trata el tema del racismo y la xenofobia. En *El buen patrón*, el protagonista es un empresario sin escrúpulos que no tiene reparos a la hora de expresar lo que piensa sobre los que despectivamente denomina como “moros”. En *Ocho apellidos vascos* se trata el asunto también a través de comentarios, que disfrazados bajo un tono cómico, dan pistas acerca de ciertas opiniones compartidas por algunos de los ciudadanos españoles.

En contrapartida, se retrata España con una visión más humana y avanzada a través de narrativas que abordan temas importantes, como por el ejemplo las dificultades de las

personas con diversidad funcional en *CAMPEONES* (2018). Esta película que cautivó al público de numerosos países, trata temas como la inclusión y la empatía, mostrando una España más amable con las personas que están en riesgo de exclusión, sin dejar de lado la crítica social hacia todos aquellos que continúan comportándose con antipatía e incompreensión.

En lo relacionado al aspecto físico de los personajes, en general no se encuentran grandes diferencias con los rasgos de los personajes españoles que fueron correctamente representados en las películas extranjeras: facciones relacionadas con el aspecto mediterráneo estándar, innovando moderadamente en los personajes jóvenes que parecen jugar más con su aspecto. Sin embargo, en lo que respecta al comportamiento y al carácter, deben mencionarse ciertos matices. Los españoles parecen no saber hablar sin introducir varias palabrotas en su discurso, sobre todo en momentos de enfado y frustración, pero también en situaciones relajadas en ambientes más cercanos y familiares. La jerga coloquial se ve repleta de palabras malsonantes que, en la mayoría de las ocasiones, aportan al relato más humor y agudeza que seriedad.

A pesar de las diferencias encontradas, es necesario recalcar que, en su mayoría, las películas españolas muestran similitudes con las extranjeras, aunque tratan ciertos temas con mayor conocimiento de causa, como es lógico. El conocimiento de la cultura, las localizaciones y la forma de ser características de España y los españoles, construye la diferencia en la representación del país en el cine.

En primer lugar, cabe resaltar la presencia de los bares y restaurantes como parte de la vida cotidiana de los españoles y, sobre todo, como típico lugar de reunión. Desde las clases sociales más bajas, como se observa en *Tarde para la ira* (2016), hasta las más altas, como se muestra en *A través de mi ventana* (2022), todos los españoles recurren a las terrazas de los bares y a los restaurantes para reunirse con sus amistades, familias e incluso conocidos; y, al igual que en las producciones extranjeras, en las nacionales se muestra una gran devoción por la cerveza y el vino.

Además, si al ver uno de los filmes extranjeros se entiende rápidamente la importancia que dan los españoles a las celebraciones, al ver una película producida y ambientada en el propio país queda totalmente claro que la vida nocturna, las ganas de fiesta y el espíritu verbenero son un elemento absolutamente característico del conjunto. Es más, esta predisposición para la fiesta y las celebraciones se ve en algunas películas, sin importar

el género, apenas comienza la narrativa: en *La llamada*, apenas comienza la película y las jóvenes protagonistas ya están escapándose del campamento religioso en el que están pasando el verano para ir a un concierto en una discoteca. Ocurre parecido en *A través de mi ventana*, relato en el que los personajes adolescentes encadenan una fiesta con otra. Pero lejos de limitar ese ambiente a los más jóvenes o a películas de comedia o romance, en *Tarde para la ira*, también se puede ver a numerosos adultos uniendo una celebración con otra, siendo estas de muy diversos tipos: reuniones en bares, festejos familiares, fiestas de pueblos, etc. Lo mismo ocurre con *El buen patrón* o *El reino*. Absolutamente todas las películas incluyen la bebida y la fiesta en sus tramas.

De hecho, en *Los europeos* (2020), las fiestas que se muestran están específicamente pensada para los turistas, ambientadas entre el sol y la playa de las islas baleares, con una ajetreada vida nocturna y con romances entre extranjeras y españoles.

Los bares se muestran como lugar de reunión para socializar y, la imagen del español que no puede evitar piroppear a las mujeres bellas, se alza como prototipo. En la figura 4, se puede observar a uno de los dos protagonistas “en su salsa”, cigarro en mano y copa de vino en la mesa, tratando de seducir a una mujer extranjera que acaba de conocer:



Figura 4: Fotograma de la película Los europeos (2020)

Fuente: <https://www.economiadigital.es>

Algunos de los clichés más comunes presentes en las producciones nacionales, son compartidos con las películas extranjeras, en especial los toros y la música flamenca (*Ocho apellidos vascos*). Sin embargo, son menos recurrentes en las películas españolas que, quizá por mayor cercanía con la actualidad, se despojan de dichos estereotipos dando pie a nuevos elementos en sus narrativas, como podría ser la llegada de estilos de música latinos como el reggaetón en *La llamada*, *El olivo* (2016) o *A través de mi ventana*.

De manera general y sin entrar en pequeñas consideraciones, España se muestra a través de sus películas como un país abierto, crítico con sus aspectos negativos y orgulloso de sus puntos positivos. Se representa a los españoles como personas con un gran sentido del humor, divertidas, fiesteras y amables; a pesar de su carácter fuerte, su registro oral lleno de palabras malsonantes o la intensidad de sus emociones, generalmente se describe su forma de ser como empática, agradable, apasionada y, en ocasiones, romántica. Con el aspecto físico no se juega a imitaciones o disfraces, se enseña al pueblo español tal y como es, predominantemente moreno, de estatura media, rasgos marcados y sonrisas amplias. Asimismo, podría decirse que los distintos lugares de España que se muestran en sus películas, son retratados habitualmente desde una perspectiva que busca retratar la belleza en su máximo esplendor. No obstante, esas imágenes no suelen distar mucho de la realidad, a excepción de la cantidad de gente que podría encontrarse en los lugares de rodaje en la vida cotidiana, probablemente mucho más concurridos y ruidosos de lo que se muestra.

Si se desea conocer más detalles acerca del análisis de contenido de cada película, ver Anexo 1. Allí se encuentran las 22 tablas elaboradas durante la visualización de cada una de ellas.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

No es ningún secreto que el turismo en España representa un porcentaje muy alto del producto interior bruto. Los ingresos que se generan a partir de esta actividad son el motor de la economía española desde hace tiempo. Por eso, es necesario recalcar que dicha circunstancia implica una serie de consecuencias más serias y profundas: si los turistas dejaran de visitar España, esta podría entrar en un período de recesión nunca antes visto y absolutamente indeseado. En efecto, que los extranjeros -y los propios españoles- encuentren motivaciones para viajar a los distintos destinos que dicho país ofrece, es un aspecto que debe alentarse desde dentro, en la medida de lo posible. Asimismo, esa motivación debe ser lo suficientemente poderosa como para verse materializada en una visita, la cual deberá convertirse en una experiencia satisfactoria para el viajero.

Tanto es así, que ha de cuidarse con esmero la imagen que se proyecta al exterior tanto como la promoción de los lugares considerados más atractivos. Se ha llegado a la conclusión de que las percepciones que pueda tener un turista acerca de un destino, influyen considerablemente en su deseo de visitarlo y, visto desde esta perspectiva, el cine se convierte en una herramienta muy conveniente para mejorar dichas percepciones.

5.1 Contribuciones al campo de estudio

Al realizar este análisis se tuvo siempre en cuenta, como motivación, la idea de poder aportar información original y relevante al campo de estudio. Finalmente, se ha dado con varios hallazgos que merecen ser comentados a continuación.

En el marco teórico se hacía referencia a la inclusión de escenas de sol y playa así como espectáculos de sevillanas, toreros y música flamenca en las producciones nacionales rodadas durante la época franquista. Desde entonces, una de las principales motivaciones de los extranjeros para visitar España, ha estado relacionada con el disfrute del sol, la playa, y los diferentes ámbitos artísticos mencionados. En contraposición a las representaciones filmicas de España de aquel momento, se ha descubierto que, en la actualidad, si bien las películas españolas muestran lugares de sol y playa en algunas escenas, en general dicho concepto ha ido perdiendo protagonismo. Lo mismo ocurre con los toreros, las bailarinas y el flamenco, pues aunque en el análisis se ha observado que

son importantes para una de las comedias españolas, *Ocho apellidos vascos*, no se ha repetido en el resto de las narrativas. Además, la inclusión de estas escenas se debe a que esta comedia centra su argumento en jugar con los estereotipos más comunes de España.

Por el contrario, en las producciones extranjeras la presencia de escenas de sol y playa, toreros y demás clichés son más significativas. Además, los directores de estas obras de arte se sienten atraídos por la idea de mostrar en pantalla la grandeza y belleza de determinadas localizaciones: la Sagrada Familia, el Parque Güell, la Giralda, la Torre de Oro de Sevilla o la naturaleza del norte de España. De la misma forma se abren paso en estas películas las costas españolas con sus respectivas playas, los espectáculos con sus bailarinas o los toros en las grandes celebraciones.

En cierto modo, las películas extranjeras parecen hablar de España desde una perspectiva turística, recurriendo a las partes más conocidas de su cultura, sus costumbres y los estilos de vida de su población. Ofrecen una visión general del conjunto de los españoles y, como se ha podido observar, los directores se animan a embellecer los filmes con la presencia de edificios y espacios emblemáticos. Las producciones extranjeras, a pesar de que en ocasiones hablan más indirectamente de España y a pesar de que, a veces, cometen errores fruto del desconocimiento, funcionan como promoción turística del país. Se ha constatado que dicha promoción espontánea e involuntaria, a través de las películas, se convierte en una publicidad mucho más eficaz que la diseñada a propósito. Por eso, es alentador conocer que, en general, las películas extranjeras comparten una visión amable de España, aprecian su esencia y la posicionan como un país digno de visitar.

Por otro lado, el análisis de las producciones españolas revela una menor presencia de lugares emblemáticos así como de elementos culturales que se consideran muy representativos del país. En cambio, estas películas muestran una España más acorde a las vivencias de su población en la vida cotidiana, alejadas de la experiencia turística. Exponen las narrativas sin recurrir a la inclusión de escenas que exhiban edificios históricos o lugares emblemáticos. Al dirigirse fundamentalmente a un público español, los directores -en general- no poseen el deseo de enseñarle lugares de su geografía que ya conoce, ni tradiciones o costumbres que tiene la oportunidad de vivir de cerca. Sus filmes ambientados en España se centran en el relato y, en compensación, representan de manera fiel los estilos de vida de los españoles, las costumbres y rutinas de su día a día y la situación social, económica y/o política desde un punto de vista más realista. Esto implica una visión menos idealizada de España que cuando llega al público extranjero puede

convertirse en un punto influyente que amplíe su percepción del país. Por eso, también resulta reconfortante hallar que, por lo general, en estas películas se hace un retrato amable del conjunto del país; quizá de forma crítica en determinados géneros cinematográficos o en ciertos relatos que así lo requieren, pero, en términos generales, desde un punto de vista benévolo. Estas producciones destapan peculiaridades, hábitos, comportamientos y jergas coloquiales comunes a los españoles; retratan su carácter, sus preocupaciones y sus ocupaciones. En resumen, se ajustan a la realidad gracias al extenso conocimiento del país del que gozan los responsables de las películas.

Un país no puede controlar lo que otras naciones piensan o retratan de él. Sin embargo, sí que puede tratar de moldear dicha percepción, ofreciendo a sus potenciales visitantes motivos que les hagan construir opiniones más acertadas y favorables. Además, es de vital importancia entender que la manera en la que se auto proyecta España, reflejará en muchas ocasiones la manera en la que será representada por el exterior.

Se deduce como algo lógico que las películas españolas muestren indirectamente como es su país, sin detenerse a explicar de forma más explícita o directa algunos aspectos que son ya conocidos por el público español. Sin embargo, la manera en la que es representado el conjunto de la nación a lo largo de la trama, sea cual sea esta, influirá en la percepción generada.

Por eso, a continuación se expondrán algunas ideas y propuestas de cara a moldear la percepción que se genera a través del cine nacional e internacional, en favor del turismo en España.

5.2 Ideas y propuestas de cara a generar una percepción más favorable para España, a través del cine

Los medios de comunicación son un vehículo para aprender a vivir en sociedad y, el cine, resulta una opción más que conveniente para mostrar al ciudadano autóctono y al extranjero algunos de los elementos fundamentales de la cultura de un país. Desde esta perspectiva, no es descabellado pensar que todos los destinos que buscan atraer el turismo, podrían estar interesados en generar una percepción más favorable acerca de sí mismos, también en las salas de cine. Dicha percepción positiva querría ser llevada a la gran pantalla de países extranjeros, motivando así a sus ciudadanos a visitar ese país.

Existen numerosas oficinas de turismo en España que hacen uso de producciones cinematográficas como recurso de promoción turística, una vez la película rodada o ambientada en ese destino ha tenido éxito. Sin embargo, varios autores coinciden en la idea de que el cine en sí mismo no se ha utilizado de manera directa como instrumento para fomentar la actividad turística. Alonso Ferreras et al (2014) afirmó que “la mayoría de las veces el cine no se ha utilizado como una herramienta de promoción planificada, sino que más bien el destino lo aprovecha a posteriori” (p.283), idea con que comparte Miranda (2010), cuya tesis concluía con la idea de que “en España, el cine no parece ser una herramienta propagandística” (p.431).

Esta situación se convierte en el punto de partida de las ideas que se exponen a continuación. Estrechar un poco más los lazos entre el cine y el turismo, creando sinergias beneficiosas para ambos sectores, se convierte en una oportunidad muy interesante, que podría verse materializada a través de las siguientes propuestas:

En primer lugar, a través del ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales) sería interesante que la administración pública pusiera a disposición de la industria cinematográfica nacional, una serie de ayudas y subvenciones que promuevan las sinergias entre el cine y el turismo. Este organismo público, perteneciente al Ministerio de Cultura, ya gestiona diversas ayudas para que los interesados que comienzan su recorrido en este sector -generalmente desprovistos de los recursos económicos necesarios- puedan cumplir sus objetivos profesionales. Por eso, esta primera propuesta se basa en sugerir la creación de una nueva ayuda que presente las siguientes características:

- Entre los requisitos fundamentales para acceder a dicha ayuda, será obligatorio presentar una hoja de ruta, detallando el número de escenas en las que se mostrarán localizaciones de España así como su contenido.
- Será imprescindible explicar los motivos por los que se ha escogido dicha ambientación. El interesado deberá exponer las razones que justifiquen que su obra contribuirá significativamente al turismo; bien a partir de la construcción de una percepción favorable o bien a través del impulso turístico de las ubicaciones escogidas.
- Supondrá una ventaja durante el proceso de resolución de la ayuda la siguiente consideración: que la producción para la que se solicita dicha ayuda tenga en cuenta cuestiones como la situación actual que se vive en determinadas zonas turísticas del país, evitando atraer más turismo hacia ellas, valorando la viabilidad de desviarlo hacia localizaciones menos conocidas por el turista. De esta manera, se ayudará a frenar el turismo masivo que se vive en determinados puntos de la geografía española.
- Se valorará positivamente la inclusión directa o indirecta de guiños al cuidado y preservación del lugar mostrado, sobre todo en aquellas narrativas que incluyan un viaje o una visita turística.

Estas características figurarían en la lista de requisitos y consideraciones para la obtención de la ayuda, promoviendo a través del cine un turismo más sano, descubriendo al espectador lugares desconocidos y desviando el turismo hacia localizaciones que a pesar de su belleza, son menos frecuentadas. De esta manera, no solo se estaría promocionando España a través del cine, sino que también se estaría contribuyendo a solucionar una problemática cada vez más seria.

Pero, ¿cómo hacer que los directores extranjeros se animen a seguir esta línea? En la película *The Way* (2010), su director y guionista, Emilio Estévez, ya demostró que sí es posible salir de las ubicaciones típicas como Sevilla o Barcelona para contar historias ambientadas en España. Pero, ¿cómo pudo este director a mostrar de manera tan fiel el norte de España en su película? Emilio Estévez, a pesar de ser estadounidense, conocía

muy bien la zona del norte de España así como el Camino de Santiago. La razón de esto tiene origen en su árbol genealógico: su abuelo, Francisco Estévez, padre del famoso actor Martin Sheen cuyo nombre real es Ramón Estévez, nació en un pequeño municipio español, Salceda de Caselas, situado en Galicia. Tanto Emilio como su padre son, por tanto, de ascendencia gallega. Esta curiosidad sugiere que el motivo por el que Emilio Estévez se animó a mostrar en su película partes de España que usualmente no se ven en producciones extranjeras, reside en el conocimiento previo que tenía de dicha zona. El director de la película *The Way* y su filme, se convierten en el punto de partida de la siguiente propuesta:

Para que los guionistas y directores extranjeros de distintas partes del mundo se animen a producir películas en las se muestren otras partes de España -y para que, sobre todo, lo hagan conociendo a fondo las costumbres y características de dicha ubicación- será necesario que puedan experimentar en primera persona lo que pueden ofrecer estos lugares. Por eso, esta segunda propuesta se centraría en lo siguiente: promover y facilitar a guionistas y directores extranjeros, el conocimiento de distintas partes de España.

Esta propuesta se apoyaría en los siguientes puntos:

- A través de organismos como Turespaña, encargados de la promoción del turismo en el exterior, se llevaría a cabo una serie de estrategias de marketing que animasen a guionistas y directores de todas partes del mundo a descubrir distintas zonas de España, inspirándoles y alentándoles a mostrar dichos lugares en sus películas.
- Habría de llevarse a cabo un impecable trabajo de relaciones públicas, acogiendo a los directores y guionistas de las distintas partes del mundo de la manera más cómoda posible, facilitando su alojamiento y diseñando una serie de actividades que les permitan conocer el entorno, la gastronomía, la cultura, el arte, etc.
- Asimismo, podría organizarse un encuentro o reunión en la que personalidades del sector turístico y del cine español pudieran compartir con los extranjeros su visión del país, favoreciendo así el intercambio cultural y creando sinergias interesantes.

Esta acción requeriría de una planificación detallada, que bien planteada y correctamente estructurada, podría suponer un positivo impacto en la promoción del turismo en el exterior.

Ambas propuestas surgen a partir del análisis realizado a lo largo de este proyecto y pretenden aportar ideas prácticas al campo de estudio.

5.3 Limitaciones del estudio

Este estudio se ha limitado a analizar 22 películas, tratando de que la muestra fuese lo más representativa posible. A partir de la revisión bibliográfica previa y del análisis de contenido de dichas películas, se ha podido responder satisfactoriamente a las preguntas de investigación planteadas al inicio.

No obstante, se trata de un corpus reducido, consecuencia de la extensión de este proyecto. Por eso, se cree que una selección de un corpus mucho más extensa podría aportar conclusiones más precisas.

5.4 Recomendaciones para futuras investigaciones

El cine y el turismo han demostrado estar estrechamente relacionados. Existen muchos aspectos que podrían estudiarse en base a su relación pero, fruto de este proyecto, se propone una línea que podría resultar interesante.

Para futuras investigaciones relacionadas con esta temática, se sugiere conocer la manera en la que España está siendo representada en el momento actual por los diferentes países que figuran en el análisis (Brasil, Filipinas, Chile, Italia, Estados Unidos, India o Reino Unido) y por otros que estén ambientando sus filmes en este país. A través de películas extranjeras aún más actuales que las presentes en este estudio, sería posible analizar su percepción y opiniones acerca de España de manera más precisa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso Ferreras, V. H., Breede Eyzaguirre, C., Benítez del Rosario, J. M., & Alonso Breede, A. (2014). La relación e influencia del cine en la promoción de destinos. Servicio de Publicaciones y Difusión Científica de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC). (266-285) Recuperado de <http://hdl.handle.net/10553/119722>
- Andrés Sánchez, E. (2019). *La influencia de las películas y las series de televisión en el turismo*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. UVaDOC. Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/37046/TFG-N.1128.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Busby G. & Klug, J. (2001) *Movie induced tourism: the challenge of measurement and other issues*. Journal of Vacation Marketing. (316-332) <https://www.researchgate.net/publication/>
- Canalís, X. (2018). Turismo activo: tendencia ganadora para 2018. *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/128016_turismo-activo-tendencia-ganadora-2018.html
- Echtner, C.M. & Ritchie, J.R. (1991). The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*, Vol. 14 (1) 37-48 <https://citeseerx.ist.psu.edu/document>
- Francescutti, L. P. (2019). Cine y representaciones nacionales: la imagen de España en la ficción internacional. *Universitas Humanística*, 89(89), 87-119. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/26596>

- García Pérez, L. (2023). *España como plató de cine polivalente y su impacto turístico* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. UVaDOC. Recuperado de <https://uvadoc.uva.es>

- Huguet, M. (s.f.). *Imágenes y percepciones de España* [Archivo PDF]. <https://core.ac.uk/download/pdf/29404592.pdf>

- Lamo de Espinosa, E. (2000). La imagen de España en el exterior. Conclusiones de una investigación. *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 189, 243-268. Recuperado de <https://www.mapa.gob.es/ministerio/>

- Luján, A. (2024). Los 15 países más visitados del mundo. *National Geographic*. <https://viajes.nationalgeographic.com.es>

- Miranda Torres, D. (2010). *La imagen exterior de España tal como España la ve* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. DIALNET. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=22425>

- Muñoz Díez, M. P. (2019). *Turismo cinematográfico en España: contextualización e instrumentos determinantes en la competitividad del sector*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. UVaDOC. Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle>

- Osácar Marzal, E. (2009). Del turismo y el cine al turismo cinematográfico. *HER&MUS*, 2 (18-25). <https://www.raco.cat/index.php/hermus>

- Osácar Marzal, E. (2016). La imagen turística de Barcelona a través de las películas internacionales. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(4), (843-858). <https://www.pasosonline.org/Publicados/14416/PASOS49.pdf#page=71>

- Rey Reguillo, A. del, & Mestre Pérez, R. (Eds.). (2022). *Cine español actual, patrimonio autóctono y turismo*. Gedisa.

- Salinas, S. & García, J. (2018). Las percepciones y expectativas turísticas a partir de una película animada. El caso de Río. *REDMARKA. Revista de Marketing Aplicado*, O2 (019) 61-68. <https://doi.org/10.17979/redma.2017.02.019.4854>

- Tendencias de viajes para 2024: la experiencia como denominador común. (2023) *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/159832_tendencias-de-viajes-para-2024

ANEXOS

Anexo 1

Tablas elaboradas durante el análisis de contenido de las películas:

THE CHEETA GIRL'S 2 (EEUU, 2006)

Narrativa y temas abordados	Comedia musical. Temas de amistad, música y amor. Las protagonistas buscan cumplir un sueño
Representación del paisaje/entorno	Barcelona se retrata como una ciudad moderna, con una arquitectura destacada. Se ve la Sagrada Familia, el Parque Güell, la estación. Playas del Mediterráneo.
Cultura y costumbres	Bares, fiestas en las terrazas, arte en las calles, puestos de venta, mercadillos.
Apariencia física de los personajes	Joven de cabello rizado, estatura media, moreno y ojos castaños. Personaje más maduro moreno, de estatura media, ojos oscuros y cabello negro.
Comportamientos de los personajes	Personajes cálidos, hospitalarios, adolescentes, pasionales.
Estereotipos y realidad	Trajes de flamenca con volantes, disfraz de toreros, vestuario exagerado. En general, es fiel a la realidad.
Otras observaciones	Se elogia Barcelona y a su gente, como un sueño de ciudad. Música con guitarra española.

ONDE ESTÁ A FELICIDADE (Brasil, 2011)

Narrativa y temas abordados	Drama, comedia romántica. Historia de humor que sucede a lo largo del camino de Santiago y alrededores. Desafíos, elecciones, descubrimientos. Destino turístico.
Representación del paisaje/entorno	Galicia versión moderna. Bodega de lujo con alta tecnología. La Galicia más rural. Hórreos, sendas verdes, el campo.
Cultura y costumbres	La peregrinación como acto de fe. Música, baile, fiestas locales.
Apariencia física de los personajes	Teodora, sexóloga brasileña: rubia, de temperamento cálido. Amiga española morena, de pelo castaño y estatura media.
Comportamientos de los personajes	Lealtad de la amiga. Multiculturalidad totalmente aceptada. Los españoles como gente cercana, descarados, amables, hospitalarios y generosos.
Estereotipos y realidad	El vino y la religión. Los españoles con un aire desvergonzado, ruidosos y utilizando un tono de voz elevado.
Otras observaciones	Similitud de colores con el cine de Almodóvar. Música de Julieta Venegas, artista americana, y Nani García, de La Coruña.

ZINDAGI NA MITEGI DOBARA (INDIA, 2011)

Narrativa y temas abordados	Drama, comedia. Despedida de soltero en España. Reencuentro con la juventud. Aventura amorosa. Una relación tóxica. Reconciliaciones.
Representación del paisaje/entorno	La Sagrada Familia de Barcelona, la belleza de sus calles, el arte, las playas paradisíacas de la costa brava. En Sevilla, un tablao flamenco y en Pamplona, los Sanfermines.
Cultura y costumbres	El ambiente del bar, con sus croquetas, la tortilla, sus tapas con la cerveza, Estrella Damm, y el vino tinto siempre presente en la gastronomía española junto con el jamón, la paella y las aceitunas. En Buñol, Valencia, la Tomatina, fiesta popular donde la gente se arroja tomates maduros
Apariencia física de los personajes	Las españolas son morenas, de gran belleza.
Comportamientos de los personajes	Las mujeres son risueñas y amables mientras que los hombres españoles tienen mal carácter, son agresivos y no tienen sentido del humor.
Estereotipos y realidad	País de artistas. Actividades de riesgo. Paisajes mediterráneos de gran belleza.
Otras observaciones	Buceo en costa brava. Se muestran varios lugares turísticos de España.

THE WAY (EEUU, 2011)

Narrativa y temas abordados	Drama, aventura, con toques de comedia. Trata la muerte de un hijo, la multiculturalidad, los problemas personales, los sentimientos.
Representación del paisaje/entorno	El camino de Santiago por el norte de España: Burgos, zona de montaña, pueblos ganaderos, la España rural, la catedral de Santiago.
Cultura y costumbres	Cultura gitana: baile, canto. El café se toma fuerte, pinchos y tapas, la razón. Se habla de toros, los Sanfermines, de la gastronomía del norte (queso de cabra, el cordero asado) La comida sirve para reunir. La concha es el emblema de los peregrinos.
Apariencia física de los personajes	La mujer símbolo de belleza, labios rojos y gruesos. Estatura media, pelo castaño. No hay protagonistas españoles.
Comportamientos de los personajes	Aparecen personajes amables, extravagantes, con personalidad un poco alocada, frente a otros más toscos, rudos casi, como la mujer del país vasco. De talante hablador y sociable por norma general.
Estereotipos y realidad	Entre españoles y franceses existe cierta rivalidad. Mundo del toro como ideal. La mala fama del colectivo gitano.
Otras observaciones	Música de la tierra gallega. Se explica la diferencia entre tapa y pincho. Se cita a Machado.

BARCELONA: A LOVE UNTOLD (FILIPINAS, 2016)

Narrativa y temas abordados	<p>Drama</p> <p>Una familia y una joven que conocen en Barcelona, todos ellos filipinos, esperan encontrar en España una vida mejor.</p> <p>Historia de amor, de resiliencia.</p>
Representación del paisaje/entorno	<p>Barcelona es la ciudad escogida para realizar el sueño profesional de los personajes. Se ve la Sagrada Familia, la rambla, Parque Güell.</p> <p>Playas de Cataluña.</p>
Cultura y costumbres	<p>Bares y terrazas donde quedar con gente y tomar algo a cualquier hora.</p> <p>Cultura del vino.</p>
Apariencia física de los personajes	<p>No hay personajes españoles destacables.</p>
Comportamientos de los personajes	<p>Españoles: ruidosos, animados, en ocasiones machistas.</p>
Estereotipos y realidad	<p>La gente joven que emigra a España no encuentra trabajos acordes a sus estudios y han de desempeñar tareas en el sector servicios donde no están bien pagados.</p> <p>Difícil situación de los inmigrantes en Barcelona</p>
Otras observaciones	<p>Se menciona España como un país en recesión económica.</p>

THE TRIP TO SPAIN (REINO UNIDO, 2017)

Narrativa y temas abordados	Comedia-documental. Habla del paso de distintos artistas por territorio español pero, sobre todo, de la gastronomía española.
Representación del paisaje/entorno	Zaragoza y otras zonas de La Rioja, Cuenca y Sigüenza.
Cultura y costumbres	Comer en restaurantes, acompañar la comida con vino tinto. Terrazas para tomar algo. Catas de vino.
Apariencia física de los personajes	Apariencia estándar, no muy diferentes de los protagonistas británicos a excepción de la tez y el cabello más morenos. Al fin y al cabo ambos son europeos.
Comportamientos de los personajes	Dos británicos que no hablan bien el español, socarrones y bromistas. Españoles amables, hospitalarios y con sentido del humor.
Estereotipos y realidad	Don Quijote y Sancho Panza, como representativo de España en tono jocoso.
Otras observaciones	Gran parte del diálogo es improvisado.

THE BUSINESS (REINO UNIDO, 2005)

Narrativa y temas abordados	Suspense, acción, policíaca. Tráfico de drogas, falsas lealtades, prostitución.
Representación del paisaje/entorno	Costa del sol → Costa del crimen Visión del submundo de la mafia.
Cultura y costumbres	Vida nocturna, vicios. Revista Hola, crónica rosa de la gente VIP
Apariencia física de los personajes	Mujeres morenas, guapas, delgadas. Hombres morenos, estatura media.
Comportamientos de los personajes	Vida de lujo y capricho, adicciones, conducta relajada, sin valores morales.
Estereotipos y realidad	Gran afluencia de turismo a esas zonas. El nivel mediocre de los españoles en inglés.
Otras observaciones	Los españoles no se ven muy representados.

MANUALE D'AMORE (ITALIA, 2007)

Narrativa y temas abordados	Comedia romántica. Relación homosexual, homofobia. Erotismo. Realidad vs idilio amoroso
Representación del paisaje/entorno	Barcelona, la Sagrada Familia, la Playa de la Barceloneta, lugares concurridos, con encanto y representativos de la ciudad
Cultura y costumbres	Aparecen la playa y el vino tinto como tópicos. No se habla de las costumbres ni tradiciones españolas, más allá de presentar el país como moderno, que permite el casamiento entre personas del mismo sexo.
Apariencia física de los personajes	No aparecen muchos personajes españoles, pero los que aparecen tienen las características estándar definidas por los rasgos mediterráneos.
Comportamientos de los personajes	Mentalidad más abierta que la italiana en cuanto a los matrimonios entre homosexuales o la fecundación de óvulos.
Estereotipos y realidad	Se hace alusión a los españoles como si todos fuesen bailarinas o toreros, esto a través de una broma que surge en la película.
Otras observaciones	España tiene muy poco protagonismo.

199 RECETAS PARA SER FELIZ (CHILE, 2008)

Narrativa y temas abordados	Drama. Pérdida familiar, infidelidad, crisis matrimonial y terreno profesional centrado en la publicidad de un libro que habla sobre como ser feliz.
Representación del paisaje/entorno	Barcelona como escenario de una vida moderna, calles con encanto, playa y arte. Clima calor húmedo, necesitan ventilador. Se introducen palabras en catalán.
Cultura y costumbres	No hay nada típico. Coexisten varias culturas. Se representa la multiculturalidad tan característica de Barcelona
Apariencia física de los personajes	El escritor español, único personaje que representa a los españoles, tiene una apariencia mediterránea típica.
Comportamientos de los personajes	El escritor es machista, hace comentarios fuera de lugar a mujeres por la calle. También muestra tener sentido del humor, ser amable con su amigo chileno y buscar inspiración en los problemas cotidianos de la vida.
Estereotipos y realidad	Se puede observar la imposición del catalán en Cataluña, una realidad que se relaciona con el conflicto del independentismo catalán. Hace ver que España no se limita al uso de una sola lengua.
Otras observaciones	El calor asfixiante parece ser algo que el director considera muy característico en los veranos de Barcelona, lo menciona en numerosas ocasiones

THE LIMITS OF CONTROL (EEUU, 2009)

Narrativa y temas abordados	Thriller filosófico. Habla de un sicario misterioso que tiene una orden para cometer un asesinato. Va recibiendo pistas sobre dónde encontrar a su víctima.
Representación del paisaje/entorno	Carretera hacia Madrid: edificios modernos, ciudad de negocios. Madrid como ciudad sobria, gris, seria. Museo Reina Sofía de Madrid, toque cultural.
Cultura y costumbres	Ir al bar a tomar una copa, un café o una cerveza. Vida nocturna: espectáculo flamenco en tablao. Grafitis en puertas y fachadas, arte callejero. Importancia de la cultura. Zona rural: casas de pueblo tranquilas, blancas para apaciguar el calor
Apariencia física de los personajes	No hay personajes españoles relevantes.
Comportamientos de los personajes	Raro. Españoles: solo se les ve de lejos. No son protagonistas salvo en el tablao flamenco. Profundidad cultural y artística.
Estereotipos y realidad	Bar con tablao flamenco, música flamenca. Aparece un actor mexicano, da lugar a confusión del español con el latino.
Otras observaciones	Se tratan temas metafísicos.

KNIGHT AND DAY (EEUU, 2010)

Narrativa y temas abordados	Género: comedia y acción.
Representación del paisaje/entorno	España es una de las paradas que se hace en el periplo que tiene el personaje y, donde se comete un tremendo error. Aparecen los Sanfermines en todo su esplendor en la ciudad de Sevilla. Ambiente festivo, calles estrechas y con gran afluencia de gente, clima agradable, jardines espectaculares.
Cultura y costumbres	Los Sanfermines, pero en la localidad errónea.
Apariencia física de los personajes	El español se muestra moreno, de estatura media, ojos claros, aspecto mediterráneo.
Comportamientos de los personajes	Todos los españoles que aparecen en la trama son mafiosos, pasionales y con un sentido del humor absurdo.
Estereotipos y realidad	Los Sanfermines son en Pamplona, no en Sevilla como muestra la película.
Otras observaciones	Se hace uso del humor absurdo.

OCHO APELLIDOS VASCOS (ESPAÑA, 2014)

Narrativa y temas abordados	<p>Género: comedia.</p> <p>Se abordan las diferencias entre los ciudadanos del norte de España y los del sur.</p>
Representación del paisaje/entorno	<p>País Vasco, naturaleza, playa y montaña, el mar y las rías. Pesca como medio de vida.</p> <p>Sevilla: paseo en carruaje con caballos, calor, abanicos.</p>
Cultura y costumbres	<p>Andalucía: ambiente flamenco, sevillanas, acento andaluz.</p> <p>En el País Vasco: la pelota vasca, la gastronomía.</p> <p>El bar aparece como lugar de encuentro.</p>
Apariencia física de los personajes	<p>Los vascos son morenos, de estilo desenfadado.</p> <p>Los andaluces más presumidos, cuidan su aspecto.</p>
Comportamientos de los personajes	<p>Tienen un humor negro, lenguaje con muchas palabras malsonantes y carácter fuerte tanto hombres como mujeres.</p>
Estereotipos y realidad	<p>Los vascos tienen mal carácter pero buen corazón, son muy de su tierra.</p> <p>Los andaluces son tranquilos, siempre de buen humor.</p> <p>Choque norte-sur</p>
Otras observaciones	<p>Independientemente de cuál sea la localización, en España somos muy pasionales.</p>

EL OLIVO (ESPAÑA, 2016)

<p>Narrativa y temas abordados</p>	<p>Drama y comedia. Tradiciones y vínculos familiares, lealtad y empatía. La importancia de la agricultura y de los olivos en España.</p>
<p>Representación del paisaje/entorno</p>	<p>Zona rural. Se muestra la ganadería en granjas de gallinas así como el cultivo de olivos, tema principal. El campo y sus encantos, los paisajes rodeados de naturaleza.</p>
<p>Cultura y costumbres</p>	<p>Ir al bar y jugar a las cartas. Se muestra la práctica de la religión a través de detalles sutiles como el collar que porta uno de los protagonistas, con una cruz. Se habla de la costumbre de que el abuelo enseñe a sus nietos aspectos relevantes en el campo. Salir de fiesta, beber alcohol y tener noches apasionadas.</p>
<p>Apariencia física de los personajes</p>	<p>La apariencia física de los personajes se ajusta al prototipo de rasgos mediterráneos: personas morenas, de pelo castaño y ojos oscuros o verdosos.</p>
<p>Comportamientos de los personajes</p>	<p>Los personajes hablan con una jerga que incluye muchas palabrotas, incluso en momentos que no corresponden al enfado. La protagonista, una chica joven, tiene un carácter fuerte, pero amable. Es intensa y se mueve por la empatía, siempre con humildad.</p>
<p>Estereotipos y realidad</p>	<p>El tema de los españoles hablando siempre en voz alta, en ocasiones incluso gritando. Ruidosos</p>
<p>Otras observaciones</p>	<p>Se hace alusión a la historia de los olivos y la importancia de su existencia en España</p>

TARDE PARA LA IRA (ESPAÑA, 2016)

Narrativa y temas abordados	Drama, con pinceladas de comedia. Se habla de la venganza, la ira, el crimen y el robo. La película muestra la España profunda, los estratos sociales más desfavorecidos y la vida que llevan las personas conflictivas. Se transmite el mensaje de que España es un lugar en el que se cometen crímenes y en el que hay personas que se toman la justicia por su mano.
Representación del paisaje/entorno	El clima es generalmente cálido, no se ve a los personajes vestir con mayor abrigo que el de un jersey o sudadera, en algunos casos. Sin embargo, la representación de Madrid, ciudad en la que se desarrolla la trama, no da pie a fijarse en el clima sino más bien en la inseguridad de los barrios de clases más bajas.
Cultura y costumbres	La actividad de bajar al bar es recurrente, sobre todo a jugar a las cartas y a tomar unas cervezas o unos vinos. En la única escena en la que se muestra un pueblo, curiosamente este se encuentra en fechas de fiestas, mostrando ese ambiente festivo de pueblo, tan típico de España.
Apariencia física de los personajes	Aquellos que juegan el papel de delincuentes son retratados con ropas poco elegantes, aspecto descuidado y rasgos marcados; todo ello dentro del prototipo de hombre español: moreno, estatura media, etc.
Comportamientos de los personajes	Los protagonistas, envueltos en una trama relacionada con el crimen y la venganza, se muestran bruscos, misteriosos y toscos. No obstante, el resto de los personajes secundarios, que no comparten la ira de los protagonistas, retratan a los españoles como personas con una actitud abierta, buen carácter y sentido del humor. Son cercanos y familiares. En su jerga incluyen numerosas palabrotas.
Estereotipos y realidad	Se muestran aspectos negativos de España: la insatisfacción de las víctimas de criminales con sus condenas, la inseguridad que se vive en ciertas zonas, el difícil entorno en el que crecen algunos niños o la precariedad laboral. Esto forma una imagen equivocada del conjunto, aunque representa fielmente los obstáculos a los que se enfrenta cierto colectivo.
Otras observaciones	Las fiestas de pueblo se ubican en un pueblo de Segovia, típico ambiente festivo durante los veranos en Castilla y León

LA LLAMADA (ESPAÑA, 2017)

Narrativa y temas abordados	Comedia; trata tema religión en ambiente de campamento de verano dirigido por una congregación religiosa. Se mezcla el ambiente juvenil con las ideas más tradicionales de la Iglesia: fiesta/rezar, amor libre/amor a Dios, búsqueda de identidad/fe. Punto de unión: la música
Representación del paisaje/entorno	Paisaje de naturaleza en un enclave ideal de la provincia de Segovia, El Espinar. El campamento está ubicado en un pinar.
Cultura y costumbres	Fiestas, conciertos, bebida, drogas, ambiente juvenil Se describe la rutina de un campamento con carácter religioso pero enmarcado en el contexto actual.
Apariencia física de los personajes	Chicas jóvenes: morenas o rubias teñidas, con mechas, look moderno, transgresor Puestos de servicios a cargo de personas latinas, estatura media/baja, sobrepeso (es el caso de la cocinera y el hombre que se encarga de mantenimiento)
Comportamientos de los personajes	Los personajes jóvenes son impulsivos, hablan utilizando muchas palabras malsonantes, carácter desenfadado, sin miedo a correr riesgos. Lo importante es intentar las cosas, luego ya se verá. Las monjas son mujeres de carácter amable, un poco tontorronas, pasando de ser excesivamente estrictas a permisivas sin razón aparente)
Estereotipos y realidad	Es un retrato del choque generacional entre la juventud y la gente de más edad con la religión y la música como nexo. Estereotipo de puestos de servicios a cargo de mujeres latinas
Otras observaciones	Se realiza una parodia de la vida de las monjas, de sus ideas, a través de una especie de musical (a veces junta religión con reggaetón) Hay varias referencias al arco iris representativo del colectivo LGTBI

CAMPEONES (ESPAÑA, 2018)

<p>Narrativa y temas abordados</p>	<p style="text-align: center;">Comedia</p> <p>Se trata principalmente el tema de la diversidad funcional y las dificultades que tienen en ocasiones las personas con dicha condición para encajar en la sociedad. También se habla del deporte y del deseo de maternidad.</p>
<p>Representación del paisaje/entorno</p>	<p>En la mayoría de las escenas, se muestran espacios interiores, principalmente pabellones, pues los protagonistas juegan al baloncesto en ellos, y bares, presentes en los momentos de frustración del entrenador. A pesar de esto, los planos exteriores muestran fielmente algunas zonas de Madrid, sin adornos. Además, al final de la película se enseña una de las playas de Canarias.</p>
<p>Cultura y costumbres</p>	<p>Se muestra la importancia social de los bares como lugar de reunión. Asimismo, se ve como existe una usual vida nocturna. Las copas, las cervezas y las bebidas espirituosas en general como algo normalizado.</p>
<p>Apariencia física de los personajes</p>	<p>Hombres: en general morenos, de estatura media o baja, en ocasiones calvos (debido a su adultez), rasgos mediterráneos Mujeres: (poca presencia) morenas, estatura media, respetando por lo general los cánones de belleza impuestos</p>
<p>Comportamientos de los personajes</p>	<p>El protagonista, un hombre adulto que trabaja como entrenador, presenta un carácter fuerte, duro y en ocasiones faltón pero, en el fondo, resulta ser alguien entrañable y empático.</p>
<p>Estereotipos y realidad</p>	<p>Se muestra Madrid como es realmente, no existe muestra de estereotipos en relación a la ciudad o a los españoles. Sí se muestran algunos estereotipos acerca de las personas con diversidad funcional, pero la película se centra en desmontarlos.</p>
<p>Otras observaciones</p>	<p>Se muestran las consecuencias de conducir borracho, penado en España por su peligrosidad. También enseña como incluso los adultos cuando tienen problemas, acuden a casa de sus padres.</p>

EL REINO (ESPAÑA, 2018)

Narrativa y temas abordados	Suspense, thriller político. Trata la situación política española en un contexto actual, dando pie a conversaciones sobre el tema mientras se ve la película, o al finalizar. Ahonda en el tema del control de los medios de comunicación por parte del Gobierno. Se critica el sistema.
Representación del paisaje/entorno	Una playa de Valencia: buen clima, baños en el mar, políticos en sus yates, vida de lujo. Madrid: centro, negocios, vida política,...
Cultura y costumbres	Gastronomía: comida con vino, cerveza, marisco,...Sirve como excusa para establecer contactos. Se acude a los bares con relativa frecuencia, como vía de escape y diversión.
Apariencia física de los personajes	Aspecto mediterráneo: morenos, estatura media, facciones marcadas y complexión media. Las mujeres que presentan un cabello rubio, generalmente es fruto de haberse teñido, lo que reafirma la característica de cabellos morenos en la población española.
Comportamientos de los personajes	Destaca el buen humor de la gente, lo que se atribuye al buen clima y una vida relajada. El personaje que vuelve de China es racista. Se utiliza un lenguaje vulgar, abundante en palabras malsonantes. El tabaco es otro de los puntos en común que tienen los personajes. Se muestra un sector de la vida pública de carácter vil, con pocos escrúpulos, dispuestos a hacer cualquier cosa con tal de lograr sus objetivos.
Estereotipos y realidad	Jóvenes de fiesta en las casas cuando sus padres están fuera. Políticos corruptos.
Otras observaciones	Es muy crítica con el sistema

DOLOR Y GLORIA (ESPAÑA, 2019)

Narrativa y temas abordados	<p>Drama. Historia de Salvador, cineasta con muchas enfermedades, físicas y del alma, dependiente de medicación, consumo de drogas.</p> <p>Constantes flashbacks del protagonista hacia su infancia, alusiones a su homosexualidad, pérdida de su madre no superada, la religión,</p>
Representación del paisaje/entorno	<p>Imágenes de la infancia: pueblo totalmente blanco en Paterna, Valencia, encalado para aliviar el calor sofocante de los meses de verano. Se vive en cuevas, porque son más frescas.</p> <p>Escenas de Madrid de su vida adulta: sondea los suburbios, barrios de inmigrantes donde hay pobreza, peleas, drogas, ambiente inseguro.</p>
Cultura y costumbres	<p>La comida y la bebida aparecen como parte fundamental en la vida cotidiana de los personajes.</p> <p>Los reencuentros se celebran con alcohol.</p> <p>Merienda típica infantil: pan con chocolate.</p>
Apariencia física de los personajes	<p>Salva: estatura más bien baja, moreno, con barba.</p> <p>Joven del pueblo de su infancia: moreno, ojos verdes, aspecto saludable, atractivo.</p> <p>Mujeres: morenas, labios gruesos, estatura media y compleción media.</p>
Comportamientos de los personajes	<p>Resalta el comportamiento que se presupone al colectivo homosexual tildándolo de “maricón” en un tono despectivo en el lenguaje coloquial.</p> <p>La frustración siempre aparece en un segundo plano.</p>
Estereotipos y realidad	<p>Las mujeres lavando la ropa en el río y hablando o cantando flamenco.</p> <p>Colegios de curas. Empleada del hogar latina.</p>
Otras observaciones	<p>Colorido mundo de Almodóvar.</p> <p>Música de Alaska.</p> <p>Ser cura para estudiar, como única salida para gente sin recursos en la postguerra.</p> <p>La decoración de las casas con puntillas y bordados, casas de abuelas.</p>

SENTIMENTAL (ESPAÑA, 2020)

Narrativa y temas abordados	Comedia con trasfondo melodramático. Toca los problemas de pareja por falta de comunicación, también en el aspecto sexual.
Representación del paisaje/entorno	Se ambienta en Barcelona, pero aporta poco en cuanto a lo que paisaje o características del entorno se refiere. La película se desarrolla en el interior de una vivienda, amplia, cara, en una buena zona, pero poco más se puede ver.
Cultura y costumbres	Lo correcto es presentarte a los vecinos haciendo una invitación para que vengan a tu casa a cenar. Comida regada con un buen vino para conocerse.
Apariencia física de los personajes	Ellos: edad madura, calvos o con pelo blanco, estatura media, cuerpo poco atlético, de carácter por lo general, seco, poco amigable. Ellas: también edad madura, más arregladas, morenas, sociables, abiertas.
Comportamientos de los personajes	Se enfrenta una pareja totalmente abierta a cualquier experiencia en el plano sexual, con otra en la que una de las partes tiene tendencia a ocultar sus necesidades o frustraciones. La dinámica de la película trata de desmontar esas barreras que se han creado para defenderse y poder seguir adelante con la vida no deseada.
Estereotipos y realidad	El varón español se muestra como alguien no dispuesto a hablar de su vida sexual con nadie, la mujer es más fácil de convencer para acceder a probar cosas nuevas, los psicólogos se definen como charlatanes.
Otras observaciones	La trama se desarrolla en interior, pero deja ver acerca de cómo son los españoles.

LOS EUROPEOS (ESPAÑA, 2022)

Narrativa y temas abordados	Drama y romance. Vacaciones en Ibiza. Habla de cómo era España y también muestra localizaciones turísticas del país. La trama cuenta cómo los hombres españoles, durante sus vacaciones, buscaban tener romances con extranjeras europeas, viviendo el verano entre fiestas, bebida, sexo, sol y playa.
Representación del paisaje/entorno	Las distintas localizaciones se representan desde un punto de vista realista. El entorno podría definirse como tranquilo, rodeado de una naturaleza de belleza innegable, de un gran atractivo para los turistas. El clima es cálido, de sol y playa. Aparece Ibiza, que se muestra como paraíso para aquel que busca disfrutar de unas vacaciones llenas de fiesta y diversión. También aparece Barcelona, como una ciudad más grande y cosmopolita.
Cultura y costumbres	La costumbre de ir al bar a tomar algo, juntarse con amigos, socializar y conocer gente. El filme muestra un estilo de vida mediterráneo en el que se da mucha importancia al disfrute, a las pasiones, la compañía, la bebida y, por supuesto, la fiesta.
Apariencia física de los personajes	Se muestran españoles de estatura media, más bien morenos o rubios cenizos, con bigote y cejas gruesas, de complejión media y con ojos oscuros. Las mujeres, en general son personajes de fuera de España, sin embargo una española con un papel más destacable cumple con la idea preconcebida: pelo castaño, complejión y estatura media, ojos oscuros y apariencia estándar.
Comportamientos de los personajes	Son “sinvergüenzas”, disfrutan de la vida; son sociables, les gusta la fiesta, los bares, beber y fumar, bailar, acostarse tarde en verano... Destacan por su sentido del humor y su carácter fuerte, así como por su pasión e intensidad en las emociones.
Estereotipos y realidad	Esta película muestra aspectos realistas, no se deja llevar por los clichés ni exagera aspectos de la vida de los españoles.
Otras observaciones	Se retrata una España menos actual, de los años 50, y aun así se ven similitudes con costumbres y/o tradiciones que se conservan.

EL BUEN PATRÓN (ESPAÑA, 2021)

Narrativa y temas abordados	Género: tragicomedia. Aborda las relaciones laborales dentro de una PYME familiar, mostrando lo que un buen nombre puede hacer a la hora de conseguir cosas, legales o no. Muestra el poder de los que tienen dinero.
Representación del paisaje/entorno	Se desarrolla en la región de Aragón. Mucha naturaleza, en los meses de verano buena temperatura. Zona industrial a las afueras de la ciudad, se accede al trabajo con vehículo propio o puesto por la empresa.
Cultura y costumbres	Fiestas, comidas para agasajar a los invitados, visita a clubs de alterne cuando se reúnen solo hombres.
Apariencia física de los personajes	Ellos: morenos, estatura media, tripa abundante, calvos, pertenecientes a la edad madura. Ellas: morenas, teñidas con mechas, atractivas, las jóvenes. Las mujeres más maduras muy arregladas, clase alta.
Comportamientos de los personajes	Prepotencia y manipulación por parte del que ostenta el poder, es decir, el jefe de la empresa. Sometimiento del resto de los empleados a su voluntad, excepto el que es despedido y le planta cara, que trata de ser chantajeado de múltiples maneras. La chica joven es atrevida, descarada y con una mentalidad que choca totalmente con la del jefe. Algo está cambiando.
Estereotipos y realidad	Ideas racistas hacia los despectivamente llamados “moros” por el protagonista. El vino es bueno para celebrar o acompañar en los momentos difíciles. Siempre con vino. El café también se utiliza como excusa para quedar.
Otras observaciones	Lo que proyectamos no es siempre lo que somos. España tiene un máster como país en el tema VENTAS.

A TRAVÉS DE MI VENTANA (ESPAÑA, 2022)

Narrativa y temas abordados	Romance. Relaciones adolescentes tóxicas, la fiesta, el desamor, la obsesión, los celos, las inseguridades, etc. De forma indirecta, muestra cómo son los españoles y cómo es su estilo de vida, atendiendo más concretamente a la franja de edad adolescente.
Representación del paisaje/entorno	Se muestra un clima cálido, la gente viste con ropa ligera y se dan escenas en la playa y en la piscina. La película está ambientada en Barcelona, aunque no muestra lugares emblemáticos de la ciudad, de hecho, se centra más en enseñar la vibrante vida nocturna en bares, discotecas y casas familiares.
Cultura y costumbres	La vida nocturna en España es la protagonista, sobre todo para los adolescentes. Se enseña cómo, en este país, lo normal es salir hasta muy tarde. También se muestra la cercana relación de los españoles con el alcohol, incluso a edades tan tempranas.
Apariencia física de los personajes	En general, la mayoría de los protagonistas son personas de media estatura, morenos y de rasgos mediterráneos. Además, al contar con un reparto de personajes que actúan bajo el rol de adolescentes, se muestran diversos estilos que cumplen con el estereotipo de que durante la adolescencia se experimenta con la apariencia. ¿Y de los protagonistas? ¿Presentan rasgos comunes?
Comportamientos de los personajes	Los personajes son adolescentes que tienen en común el ser cercanos y pasionales, temperamentales y de mentalidad abierta, LGTB friendly. Además, se muestra que las relaciones de amistad también son cercanas, cariñosas, con contacto físico en forma de mimos, etc.
Estereotipos y realidad	Es una película influenciada por las “americanadas” adolescentes, con fiestas en casas grandes, bailes de fin de curso y el trabajo de camareros o feriantes en parques de atracciones. También se hace alusión al estereotipo de profesores que se acuestan con alumnos. Además, se muestra el estereotipo de los adolescentes españoles que solo salen de fiesta día sí y día también. El tema de la bebida alcohólica es más fiel a la realidad, pues España es uno de los países en los que la bebida entre jóvenes está más normalizada.
Otras observaciones	La película ahonda en la temática del amor adolescente y sus complicaciones, la toxicidad y la pasión. Se muestra a los españoles como gente muy fogosa.

