



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**El Impacto de la Ficción en el Turismo:  
El Caso de Juego de Tronos**

Presentado por **Jaime Sánchez de Diego**

Tutelado por **Roberto Bartual Moreno**

Segovia, 29 Junio 2020

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, quería agradecer a mis padres su apoyo incondicional, su paciencia y consejos. También a mi hermano, mayor confidente, amigo y ejemplo.

En segundo lugar, agradecer a Roberto su objetividad, sinceridad, imaginación, ayuda y compromiso con este trabajo de fin de grado.

Me gustaría agradecer también a los distintos profesionales que han atendido a mis llamadas en las oficinas de turismo de Girona, Sevilla, Guadalajara, País Vasco y Navarra.

Por último, a la Universidad de Valladolid por permitir formarme, desarrollarme como persona y profesional.

## RESUMEN

Las artes audiovisuales, a través de películas, series o cortometrajes, en multitud de ocasiones, están relacionadas directamente con las decisiones de determinadas personas a la hora de realizar un viaje. *Juego de Tronos* es, sin duda, una de las series que ha cambiado la historia de la ficción, y por consecuencia, la historia de determinadas localizaciones que, posiblemente, con anterioridad, no estaban en el foco del turismo masificado. España cuenta con 17 localizaciones de rodaje de la serie más exitosa de todos los tiempos.

## ABSTRACT

The decisions people make when going on holidays are strongly influenced by movies, TV series and short films. *Game of Thrones* is undoubtedly one of the TV series that have changed the history of fiction; and consequently it has also affected any locations that were not on the focus of mass tourism. Seventeen of them are in Spain.

## PALABRAS CLAVE

Turismo. Turismo Alternativo. Turismo Cinematográfico. Ficción. Series. Juego de Tronos. España.

## KEYWORDS

Tourism. Alternative Tourism. Movie-Induced Tourism. Fiction. Series. Game of Thrones. (GoT). Spain.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO 1</b> <b>[MARCO TEÓRICO]</b>	
<b>1.1.CONTEXTUALIZACIÓN Y DEFINICIONES</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2. RELACIÓN ENTRE MEDIO AUDIOVISUAL Y EL TURISMO</b> .....	<b>11</b>
<b>1.3. CLASIFICACIÓN TURISMO CINEMATOGRAFICO</b> .....	<b>15</b>
<b>1.4. ESTÍMULOS O MOTIVACIONES</b> .....	<b>16</b>
<b>1.5. EJEMPLOS DE TURISMO CINEMATOGRAFICO</b> .....	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO 2</b> <b>[MARCO INSTITUCIONAL]</b>	
<b>2.1. POTENCIACIÓN DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO</b> .....	<b>29</b>
<b>CAPÍTULO 3</b> <b>[MARCO METODOLÓGICO]</b>	
<b>3.1. ESTUDIO DE LAS VARIABLES TURÍSTICAS</b> .....	<b>24</b>
3.1.1.¿QUÉ ES UN PRODUCTO TURÍSTICO?.....	24
3.1.2. ¿QUÉ BUSCA UNA PRODUCTORA CINEMATOGRAFICA EN ESPAÑA?.....	24
3.1.3. EJEMPLOS DE RODAJE EN ESPAÑA.....	27
<b>3.2. ANÁLISIS DE CASO: JUEGO DE TRONOS</b> .....	<b>30</b>
3.2.1. PRINCIPALES DESTINOS DE RODAJE.....	30
3.2.2. RELACIÓN ENTRE LOCALIZACIÓN REAL Y LOCALIZACIÓN FICTICIA.....	35
<b>3.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA</b> .....	<b>37</b>
3.3.1. DEMANDA: ¿ES POSIBLE ANALIZAR EL MOTIVO DEL VIAJE?..	37
3.3.2. OFERTA ¿QUÉ RECURSOS ESPECÍFICOS ENCONTRAMOS?.....	38
<b>CAPÍTULO 4</b> <b>[CONCLUSIONES]</b>	
<b>4.1. CONCLUSIONES</b> .....	<b>44</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>47</b>

## INTRODUCCIÓN

*“La mente necesita libros como la espada necesita una piedra de afilar si quiere mantener su agudeza”.*

*(Tyrion Lannister, Capítulo 2 de la segunda Temporada)*

## INTRODUCCIÓN

El turismo cinematográfico está en auge. Es una actividad en crecimiento continuo. A lo largo de la historia existen grandes producciones que han favorecido la visita al lugar de rodaje, pero es con el éxito de las redes sociales y su constante contenido viralizado, cuando este tipo de viajes adquiere su mayor popularidad.

*Juego de Tronos* ( *Game of Thrones* ) es una serie producida para HBO, basada en los libros de George R.R Martin, que se comenzó a emitir en el año 2011. De carácter bélico y fantástico. Ambientada en una sociedad medieval dentro de un mundo ficticio con un elevado tono, como digo, medieval, gracias a que el argumento principal está basado en La Guerra de Las Rosas, un conflicto bélico surgido en la Inglaterra del siglo XV.

Cuenta la historia de los Siete Reinos y como se lleva a cabo la lucha de todos ellos por el Trono de Hierro. Son tres las líneas argumentales principales: La crónica de la guerra civil dinástica por el control de Poniente entre varias familias nobles que aspiran al Trono de Hierro; La creciente amenaza de “los otros” seres desconocidos que viven al otro lado de un muro inmenso de hielo que protege el “Norte”; Y, por último, el viaje de Daenerys Targaryen, la hija exiliada del rey que fue asesinado en una guerra anterior, que pretende regresar a Poniente para reclamar sus derechos dinásticos. Mientras se “acerca el invierno” varias facciones conspiran con el único objetivo de apoderarse del trono.

La acción transcurre en el continente principal de Poniente, que se compone de una enorme extensión de tierra, al norte, sin cartografiar. Se caracteriza por sus bajas temperaturas y unos habitantes con unos rasgos determinados denominados “Salvajes”. Este continente está dividido en los famosos Siete Reinos.

Las Regiones de las que se compone Poniente son: El Norte, Las Islas del Hierro, Las Tierras de los Ríos, El Valle de Aryn, Las Tierras del Oeste, El Dominio, Las Tierras de la Tormenta, Dorne y Las Tierras de la Corona.

*Juego de Tronos*, tiene algunas influencias fundamentales como *El Señor de los Anillos*, donde se intenta reconstruir un mundo entero, de lo cual se deduce la necesidad de rodar en todo tipo de biomas; Por un lado el clima mediterráneo, por lo que se elige España para representar los reinos de carácter más árido con construcciones medievales, así como aquellos más exóticos con un toque árabe.

## OBJETIVO, FUENTES Y METODOLOGÍA

Por este motivo, la finalidad de este trabajo es realizar un primer acercamiento al fenómeno del turismo cinematográfico y la influencia de las artes audiovisuales en este campo. Posteriormente, analizaremos el impacto específico de Juego de Tronos en la geografía española.

**CAPÍTULO 1**  
**MARCO TEÓRICO**

## 1.1. CONTEXTUALIZACIÓN Y DEFINICIONES.

A finales de los años 80 y principios de los 90 empieza a surgir en la sociedad una minoría que entiende que el modelo convencional, de Sol y Playa, ya no satisface, por lo que busca nuevas modalidades o fórmulas de ocio.

Los principales motivos de este deterioro son:

- Es un modelo que se basa en la explotación intensiva de los recursos naturales (Sol y Playa) y que se desarrolla exclusivamente en determinadas zonas del litoral. No se tiene interés en explotar otros recursos del interior del país.
- Es un modelo que desde el punto de vista de la oferta, su característica principal es que es un modelo concentrado, no solo geográficamente, sino también desde el punto de vista de las infraestructuras (hoteles, red de carreteras, servicios )
- Desde el punto de vista de la demanda es un modelo masificado, todos viajan en el mismo periodo de tiempo y a los mismos destinos. Esto genera unas consecuencias negativas tanto para el turista como para la población local.

Esta demanda responde a una situación económica y de contexto social no vista hasta la fecha. La sociedad encuentra nuevas formas de divertirse. Se ve la transición de una sociedad ya industrializada a una sociedad de la información o del ocio. Hecho directamente relacionado con un nuevo turismo y con un claro predominio del sector servicios.

Los factores de este modelo productivo son:

- La globalización, liberando los intercambios de flujos de capital y personas a nivel mundial.
- El surgimiento de cambios tecnológicos donde España pasa de ser una sociedad rural a una sociedad de la comunicación.

Se producen cambios a nivel empresarial, los trabajadores disponen de más tiempo de ocio por lo que fraccionan las vacaciones a lo largo del año, ya no se desplazan únicamente en una determinada época del año, mayoritariamente verano.

En este transcurso de diez años, de mediados de la década de los 80 hasta mediados de la década de los 90 emerge el boom turístico, que junto al avance tecnológico y surgimiento de las TICS favorece la creación de diferentes modalidades y motivaciones para viajar.

El desarrollo de otras modalidades de turismo alternativo es muy importante en la medida en que puedan contribuir a revalorizar y revitalizar áreas menos desarrolladas o pobladas. Pueden mejorar la calidad de vida local, aumentar el intercambio de costumbres, modos de vida y culturas entre población urbana y rural.

Las características de este turismo alternativo son:

- Dar énfasis al contacto y entendimiento entre comunidades receptoras y el turista.
- Consistencia con los valores naturales y recursos medioambientales.
- Englobar a empresas de carácter autóctono.
- Reducir el impacto ambiental.
- Permitir formas de turismo activo o pasivo.

Antes de dar una definición exacta hay que tener en cuenta:

- No existe una definición consensuada respecto al turismo alternativo.
- Según el ámbito territorial, hay percepciones parecidas, iguales o diferentes.
- Hay una necesidad de concretar rasgos propios del turismo alternativo porque a medida que avanza el tiempo van apareciendo nuevas modalidades.

Antes de poder dar una definición de turismo alternativo tenemos que hacer un breve recorrido sobre la evolución del concepto genérico de turismo. Este concepto ha ido evolucionando con el transcurso de los años.

La primera reflexión la hizo Edmun Guyer (1905) exponiendo que:

El turismo, en sentido moderno, es un fenómeno de nuestro tiempo que se explica por la necesidad creciente de descanso y cambio de aires, por la aparición y desarrollo del gusto por la belleza del paisaje, por la satisfacción y el bienestar, pero, muy especialmente por las crecientes relaciones entre pueblos diferentes, por el aumento de empresas a que da lugar el desarrollo del comercio, la industria y las profesiones y por el perfeccionamiento de los medios de transporte. (Vogeler y Hernández, 2018, p18).

La evolución del concepto a términos más neutros corresponde al año 1942, y es una de las que de forma unánime fue aceptada. Corresponde a profesores de universidad de economía y finanzas en Suiza, Hunziker y Krapf:

“ Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas” (Muñoz de Escalona, 2003, p30)

Existen posibles dudas acerca de esta definición:

¿Los desplazamientos a segundas residencias se pueden considerar turismo?  
¿ A que nos referimos con “desplazamiento fuera de su lugar de residencia”  
Duda en cuanto a Hunziker y Krapf dejando fuera de la ecuación los viajes de negocio. ( Muñoz de Escalona, 2003, p40)

Para adecuar una definición internacionalmente acatada y entendida por todos, tenemos que avanzar hasta el año 1991 cuando la Organización Mundial del Turismo (OMT), en

su manual básico para entender el fenómeno del turismo, refleja, durante la Conferencia Internacional sobre estadísticas de viajes y turismo, la primera definición aceptada por todos:

“Conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias a lugares distintos al suyo por un periodo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio u otros motivos” (OMT, 1991)

Esta definición despeja y aclara las dudas anteriormente citadas ya que:

- No se menciona “lugar de residencia” sino de “estancias en lugares diferentes al del entorno habitual”.
- Estancia temporal pasa a ser cuantificada: Periodo inferior a un año.
- Incluye viajes de negocios.

Con la definición genérica de Turismo podemos acercarnos ya a la siguiente en cuestión.

Turismo alternativo es, por definición, según la Secretaria de Turismo:

Aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. El turismo alternativo cubre una gama extensa de actividades, pero en términos más generales se le define como “formas de turismo congruentes con los valores naturales, sociales y comunitarios y que permiten tanto a anfitriones como visitantes disfrutar un interacción positiva y muy apreciable y una experiencia compartida. (Orgaz Aguera, 2000 p3-p4 )

El turismo cinematográfico no necesariamente estará incluido dentro de esta clasificación, a continuación veremos sus características.

En la enciclopedia del Turismo escrita por Jafar Jafari, se hace referencia a esta tipología. Primero se habla de su aparición en el año 1985. Posteriormente se indica que los impactos más importantes del cine en el turismo hoy en día se enmarcan no tanto en el ámbito en el que se ganó el favor de la audiencia, si no más bien en la capacidad de plasmar como real lo imaginario. Como muestra a esta coincidencia, las oficinas y asociaciones tienen de manera permanente, personal dedicado exclusivamente a editar videos cortos o largos a modo de promoción sobre un lugar en cuestión. Lo que se conoce como <<Shot On This Site>>. (Rodríguez, Brea y González, 2014:, p.161).

Son pocos los autores que se han atrevido a elaborar una definición de “movie induced tourism” o turismo inducido. A continuación vemos cual son las más populares:

“Turismo inducido a través del cine se refiere al turismo en un lugar que sigue al éxito de una película que fue ambientada o bien rodada en una región concreta. (Beeton, 2005, p9)

“Turismo inducido a través del cine” comprende las visitas realizadas por turistas a un destino o atracción como resultado de que dicho destino apareciera en televisión, vídeo o pantalla de cine”. (Evans, 1997,p35)

En base a esta información que hemos obtenido podemos dar nuestra definición de turismo cinematográfico; la ciencia que estudia el comportamiento social y económico de un individuo con respecto a sus viajes, relacionados directamente con un destino o localización donde se haya llevado a cabo una película, serie o cualquier variante de las artes audiovisuales.

FIGURA 1. TIPOLOGÍAS DE TURISMO

TIPO	CARACTERÍSTICAS
Lugar de Rodaje de una película como una atracción en su propio derecho (Evans, 1997:Toke y Baker, 1996, Riley 1992).	En algunos casos, hay lugares que no eran considerados turísticos hasta su aparición en la pantalla ( <i>The Full Monty</i> y <i>Sheffield</i> ), mientras que otros eran percibidos como atractivos destinos.
Turismo cinematográfico como parte de unas vacaciones principales (Evans, 1997).	Algunos turistas visitarán el lugar que aparece en televisión o en cine. O bien reservan un tour sobre películas mientras se encuentran de vacaciones sin un conocimiento previo de ese lugar.
Turismo cinematográfico que ocurre como el único y principal propósito fuera de intereses especiales (Evans, 1997).	La reserva de unas vacaciones a un destino específico como resultado directo de la aparición de un destino en televisión.
Paquetes turísticos sobre turismo cinematográfico creados en el sector privado (Evans, 1997).	Compañías de autobuses y touroperadores construyen paquetes como <i>Hearbeat Holidays</i> y <i>Peak Practice Breaks</i> .
Iconos sobre turismo cinematográfico para que los turistas los consideren como un punto clave para las visitas (Riley et al, 1992).	Escenarios naturales, antecedentes históricos, tema de la trama, actores, contenido simbólico y relaciones personales pueden servir como iconos.
Turismo cinematográfico a lugares donde solamente se cree que el rodaje haya tenido lugar. (Tooke y Baker, 1996).	Los visitantes acuden a los lugares incluso si la película representa un escenario real diferente. El hecho de que el lugar rodado no es en todos los casos el lugar representado, provoca que surjan preguntas en relación con la ilusión, la realidad, la autenticidad, en el contexto en el que los visitantes esperan ver y por qué.
Turismo cinematográfico como parte de la mirada romántica (Urry, 1990).	Los turistas románticos suelen centrarse en los lugares que han sido construidos y reforzados por la televisión y el cine en soledad y privacidad, estableciendo una relación semi-espiritual con el lugar que se muestra.
Turismo cinematográfico por razones de peregrinaje, nostalgia y evasión (Riley y Van Doren, 1992).	El turismo cinematográfico aleja al consumidor de la mundana realidad de la vida diaria. Los lugares de rodaje de la película <i>Field of Dreams</i> llegaron a ser puntos de peregrinaje en sí mismos.

Programas de viaje (Squire, 1996).

Un método mediante el cual los lugares y las personas han sido reinterpretados y comunicados a grandes audiencias.

FUENTE: Ensayo de Bussy y Klug (2001:318)

## **1.2. RELACIÓN ENTRE EL MEDIO AUDIOVISUAL Y EL TURISMO.**

La industria turística y cinematográfica tienen el sino de ser dos de los sectores culturales y económicos más potentes de un país, en este caso España. Esto se debe a la gran cantidad de dinero destinado a ambos y, por supuesto, a la gran cantidad de personas que se movilizan entorno a estos dos fenómenos.

En el año 2020 se destinaron 168,2 millones de euros de gasto público al cine español según los Presupuestos Generales del Estado en la sección 24 Ministro de Cultura y Deporte Programa 335C Cinematografía.

80 Millones de viajeros eligen su destino basándose en películas y series de televisión, lo que significa que se ha multiplicado por dos en los últimos 5 años. Solo en 2017 más de 82 millones de turistas internacionales eligieron España como destino, según datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo TCI Research presenta en Abril de 2018 un estudio con 80 millones de turistas internacionales que visitaron localizaciones de películas, series o anuncios. (Muñoz Alejandra, 2020).

El primer acercamiento entre cine y turismo, ambos entendidos como actividad de ocio, más allá de un acto de aprendizaje y cultura, tiene lugar en el siglo XIX. Concretamente en 1895 se realiza la primera película gracias a los hermanos Lumiere. La primera película turística es del año siguiente, en 1896 se estrenaba “Panorama del Gran Canal (de Venecia) visto desde una embarcación” dirigida por Alexandre Promio.

La ilusión y la creación fantasmagórica en la mente de las personas, acrecentó una atracción por relatos escritos, orales y audiovisuales de llegar a lugares imaginarios. Es a partir del siglo XX cuando se comienza a conceptualizar el fenómeno que conocemos como “Movie-Induced Tourism”. Este concepto hace referencia al turismo como un destino que sigue tras el triunfo y éxito de un film o serie de tv, producida y rodada en una localización concreta.

“Visitas a un sitio o lugar, que está o ha estado asociado a la filmación.” O “ visitas turísticas a un destino o atracción como resultado de que dicho destino aparezca en televisión, video, DVD o en pantalla de cine”. ( Hudson y Ritchie, 2006, p32)

Es en la década de los 60 cuando, en España, estalla el boom turístico. Una década prodigiosa en el despegue del ya mencionado antes Sol Y Playa.

Empiezan a llegar turistas por millones a España. El gobierno celebra cada nuevo record, que suele coincidir con una extranjera de vacaciones y, que, de forma natural argumenta su motivación para visitar nuestro país, con un mensaje, que, casualmente, no irrita a las autoridades. El turismo es ya una prioridad para el estado, se crea el ministerio y se celebran concursos para la selección de miss turista. (TVE, 2017 , c.8).

Los directores que copaban la parrilla cinematográfica de la época no dejaban pasar la oportunidad de acercarnos a pensamientos culturales de otras zonas de Europa, en su mayoría en clave de humor, pero también con críticas sociales bastante marcadas. Veamos unos ejemplos de las dificultades que poseían estos cineastas para desarrollar sus trabajos:

Ciertamente, el citado Miguel Pereyra, quien co-dirigía con el exboxeador y cineasta Tomás Cola Alberich Asilo, se vio obligado a suspender su rodaje y este film quedaría inacabado. La razón es obvia: los estudios de la CEA habían quedado en la otra zona, entre otras vicisitudes que sufrió tal largometraje

Código censura: publicación de unas Normas que sirvieran de orientación a los profesionales acerca de lo que se podía y de lo que no se podía hacer. Con lo que al menos se establecía una línea de criterio a la que deberían someterse también los censores. (Caparrós Lera J.M, 1975, P24-p42)

España era una sociedad retrasada económicamente con respecto a países como Estados Unidos, Francia o Reino Unido, pero culturalmente muy rica a pesar de la dictadura. Cinematográfica y literariamente, en los 60, España estaba a la altura de muchos países europeos.

El cine, a través de las historias que intentaban proyectar, provocaba afluencia de personas, en busca de las magníficas playas que poseemos.

Las películas, como vemos, han ido marcando el ritmo del turismo. Mostramos pinceladas de este desarrollo:

En el año 1959 se estrenaba *Los Tramposos*. La sipnosis Paco y Virgilio son dos golfos madrileños que viven del engaño; desde el timo de la "estampita" al "tocomocho". Julita, la hermana de Paco, y Katy, su mejor amiga, viven honradamente trabajando como mecanógrafas en una agencia de viajes. Como la policía les persigue, son cada vez más frecuentes sus visitas a la comisaría y sus estancias en la prisión de Carabanchel.

Podemos apreciar la introducción en la ficción de un agente de viajes, por tanto, la probabilidad de expansión del sector aumenta exponencialmente, siendo directamente proporcional a la repercusión de la película.

Años mas tarde, con el mismo director, se rodaba *El turismo es un Gran Invento*.

Un alcalde decide convertir un pueblo aragonés en un gran centro turístico para promover su desarrollo y que los jóvenes de la aldea no se vean obligados a emigrar a otras zonas más ricas del país. Para conseguirlo, se traslada a la Costa del Sol en busca de la receta del éxito turístico.

Es la trama de *El turismo es un gran invento*, Pedro Lazaga, 1968. Icono de una época, esta comedia probablemente sea la que mejor refleja la apertura española al turismo internacional y cómo la llegada de nuestros vecinos vino a revolucionar la industria y la moral de una sociedad aislada y amordazada.” (Vicente Verónica, 2016).

Una de las obras relacionadas con el turismo es *En un Lugar de La Manga*, de Mariano Ozores. Una empresa constructora de apartamentos se encuentra con el problema de un propietario que no quiere venderles su terreno. Es precisamente en esta zona donde la inmobiliaria pretende construir más edificaciones.

Ambientada en el año 1970. Encuadrada en un marco histórico y social destacable de la historia, durante la segunda etapa de la dictadura franquista. La película muestra un choque entre tradición y modernidad en cuanto a valores y costumbres, así como en cuanto a la dirección y forma de adoptar el desarrollo, ya que asistimos ante los primeros dilemas del futuro, ¿construir grandes edificios y hacerse millonario? O, por el contrario permanecer con el terreno intacto.

En el año 1970 se estrenaba *Vivan los Novios* de Luis García Berlanga. Una parodia que cuenta la típica vida de un “españolito” que se va a veranear a las Baleares y trata de ligar con extranjeras. El argumento, básicamente, trata de un hombre que quiere ir a casarse en el Mar Mediterráneo, y elige como destino Islas Baleares. El problema que se encuentra cuando llega es que conoce a una bella europea. Interpretada por Jose Luis López Vázquez, Jose María Prada y Laly Soldevila.

Estos ejemplos de cine relacionado con el turismo, sin embargo, no tienen argumentos fuertes para considerar que son películas que han atraído a un público. Estos títulos lo único que demuestran es que el turismo empieza a convertirse en un tema central en el cine español; sobre todo dentro del género de comedia. Hasta el punto de que se convierte en un género en si mismo, con películas como la de Ozores y Berlanga, pero principalmente con otra serie de películas protagonizadas por Alfredo Landa o Jose Luis López Vázquez que tratan vicisitudes de familias que van a veranear a la playa, solteros que intentan coquetear con suecas y alemanas, etc.

La realidad es que este tipo de cine no es demostrable que generara turismo como por ejemplo si lo hizo el “*Spaguetti Western*”. El Franquismo ofreció todo tipo de facilidades y exenciones de impuestos a productores norteamericanos como Samuel Bronston, que permitió que muchísimas películas americanas ( y posteriormente italianas también) se rodaran aquí. Estas películas si atrajeron turistas, y además adquieren relevancia ya que abrieron el camino a que se viniera a rodar a España, incluyendo décadas más tarde Juego de Tronos.

El “*Spaguetti Western*” se llevo a cabo, como ya hemos dicho, en España, concretamente en la comunidad de Andalucía, en la provincia de Almería. Nos ubicamos en el Desierto de Tabernas.

La locura del cine se desató en el desierto de Tabernas en el año 1959 cuando el director André Cayatte rodó la película *Ojo por ojo* que dio a conocer los paisajes áridos de Tabernas al resto del mundo debido a que la película tuvo mucho éxito y fue entonces

cuando directores de la talla de Sergio Leone, George Lucas o Spielberg comenzaran a rodar películas.

Tabernas se convirtió en el Hollywood español debido a la cantidad de personas que querían sentir en primera persona los escenarios de sus películas favoritas. Este fenómeno se conoció como “*SPAGHETTI WESTERN*”.

FIGURA 2: RODAJE EN DESIERTO DE TABERNAS



FUENTE: lugaresconhistoria.com

### 1.3. CLASIFICACIÓN TURISMO CINEMATográfico.

Es conveniente situar la clasificación del turismo cinematográfico en base a los lugares convenientes a visitar dependiendo de donde se han generado.

- **Localizaciones o lugares de rodaje:** El tipo de turismo que se realiza en los lugares específicos de grabación. Nos pueden parecer reconocibles y particulares. Podemos distinguir entre estudios, como era el caso de la serie *Siete Vidas*, el cual poseía gradas para ver el rodaje en directo, ciudades, paisajes naturales, escenarios extraídos de parajes naturales, como el antes mencionado Spaguetti Western, o una capilla como la situada en Edimburgo para “*El Código DaVinci*”.
- **Lugar donde se desarrolla la trama:** Es la localidad exacta donde ocurre la trama, pero que no necesariamente coincide con el rodaje, ya que muchas veces se encargan de recrear bajo efectos especiales dichas secuencias.
- **Estudios cinematográficos:** Los de sobra conocidos estudios Warner en Los Angeles, o los Cinecitta en roma.
- **Lugares Relacionados con los actores:** Nueva modalidad de turismo donde las personas se desplazan hacia el lugar de residencia de las estrellas que interpretan sus personajes favoritos con el fin, por ejemplo, de saludar o llevarse un recuerdo en forma de fotografía.
- **Museos de Cine:** Salones específicos relacionados con las artes audiovisuales. “Los museos más importantes son CNF, Museo Nacional de Cine de China, ACMI, Australian Centre, German Film Museum, Museo de Imagen en Movimiento de Dubai”. (Dunn Nina, 2020).

## 1.4. ESTÍMULOS Y MOTIVACIONES.

Es un tipo de turismo alternativo que podríamos englobar en un marco cultural, con cierta naturaleza de estudio, pero no podemos olvidar tampoco un “fenómeno fan” que mueve a muchas personas a conocer lugares por el hecho de haber sido frecuentado por su actor o escena favoritos.

¿Qué razones llevan a las personas a viajar a determinados lugares?

- **Examinar:** Gran parte del público quiere proyectarse en los protagonistas. Saber como son los lugares en los que sus ídolos han grabado. Sentirse por un momento parte de una gran producción. Encontrar los sentimientos que por momentos te hacen sufrir o divertirte con las tramas.
- **Cultural:** La excusa del cine, incluso de la literatura, hacen que se interesan por un lugar determinado de grabación. Más allá del argumento o personajes, buscan conocer realmente las costumbres autóctonas.
- **Investigación y exploración:** Estudiosos de un campo que pretenden analizar los pormenores de una película recorriendo las zonas exactas, siguiendo los itinerarios más representativos. Se suele identificar con un experto cinéfilo y además disfruta especialmente observando y analizando los detalles.
- **Entretenimiento:** Recrear formando parte del show. Es el caso de los Parques Temáticos.

## 1.5. EJEMPLOS DE TURISMO CINEMATográfico

La importancia que está adquiriendo el cine desde el punto de vista del marketing turístico como elemento de promoción de un destino está fuera de toda duda. A nivel internacional son reconocidos los casos de Nueva Zelanda con la promoción turística basada en la trilogía de *El Señor de los Anillos* o en Irlanda del Norte y España con *Juego de Tronos*.

Las localizaciones cinematográficas tienen, además el valor económico propio del rodaje, una repercusión para el marketing turístico que puede ser medible por su impacto publicitario mediante un análisis de parámetros que al final se traducen en la cantidad de euros que una producción es capaz de generar en un destino. Como por ejemplo, *Harry Potter*, que genera 13,3 millones de euros al año (Torno Luis, 2018).

“ Se estima que en el año 2013 alrededor de 40 millones de viajeros escogieron visitar un país concreto debido a que su interés principal era recorrer los escenarios de alguna película que les impactó”. (Hosteltur. 2013).

Son muchos los ejemplos que nos muestran un notable cambio en su oferta y demanda con respecto a años anteriores de haber sido filmados para algún proyecto.

FIGURA 3: IMPACTO EN EL NÚMERO DE VISITANTES O INGRESO TURÍSTICO

FILM OR TV SERIES	LOCATION	IMPACT ON VISITORS OR TOURIST REVENUE
<i>Lost in Thailand</i>	Thailand	93% year-over-year in Chinese visitors
<i>The Da Vinci Code</i>	Rosslyn Chapel	In 2003, when the novel was published, the chapel received 9500 visitors.
<i>The Hunger Games</i>	Supong State Recreational Forest, North Carolina	31% year-over-year increase in visits in 2012
<i>The Office</i>	Scranton, Pennsylvania	3500 visitors took tours of landmarks mentioned in the show
<i>Game of Thrones</i>	Dubrovnik, Croatia	11% year-over-year rise international arrivals in 2013
<i>Downton Abbey</i>	Highclere Castle	1500 daily visitors
<i>Braveheart</i>	Wallace Monument, Scotland	300% increase in visitors year after release. 15 millions pounds in additional tourist revenue for Scotland
<i>Deliverance</i>	Rayburn County, Georgia	20000 film tourist a year, gross revenues 2 to 3 millions.
<i>Dances with Wolves</i>	Fort Hayes, Kansas	25% increase compared with 7% previous 4 years
<i>Close Encounters of the Third Kind</i>	Delvis Tower, Wyoming	75% increase in 1975, 20% because of film
<i>Field of Dreams</i>	Iowa	35000 visits in 1991
<i>Dallas</i>	Southfork Ranch, Dallas	500000 visitors per year
<i>The Lord of the Rings</i>	New Zealand	Annual tourist spending doubled to 6 millions between 1999 and 2004
<i>Last of the Mohicans</i>	North Carolina	25% increase year after year release
<i>The Fugitive</i>	North, Carolina	11% increase year after release
<i>Little Woman</i>	Masachusetts	65% increase year after release
<i>Bull Durham</i>	North Carolina	25% increase in attendance after year release
<i>Mission: Impossible 2</i>	National Park, Sidney	200% increase in 2000
<i>Gorillas in the Mist</i>	Rwanda	20% increase in 1998
<i>Cocodrile Dundee</i>	Australia	20,5% increase in U.S visitors in 1981
<i>The Beach</i>	Thailand	22% increase in youth market in 2000
<i>Middlemarch</i>	Stamford, Lincolnshire. England.	27% increase in 1994
<i>Four Weddings and Funeral</i>	The Crown Hotel, England.	Fully booked for at least 3 years
<i>Mrs Brown</i>	Osborn House, Isle of Wight. UK.	25% increase
<i>Notting Hill</i>	Kenwood House, England	10% increase in 1 month
<i>Seaving Private Ryan</i>	Normandy, France	40% increase in American tourists
<i>Sense and Sensibility</i>	England	39% increase
<i>Pride and Prejudice</i>	Lyme Park, UK	150% increase of visitors
<i>Miami Vice</i>	Miami	150% increase in German visitors 1985 to 1988
<i>Troy</i>	Turkey	73% increase in tourism
<i>Captain Corelli's Mandolin</i>	Greece	50% increase in 3 years

FUENTE: Informe de Hosteltur en el año 2014

A grandes rasgos, en la tabla, observamos un aumento del turismo en Normandía tras el estreno de *Salvar al Soldado Ryan*, pero principalmente de turistas americanos. Esto es debido sobre todo a que la película trata sobre soldados estadounidenses luchando en las playas del desembarco aliado. Por tanto, es un ejemplo que no se puede aplicar al tipo de turismo que atrae *Juego de Tronos*, se podría parecer más al de *El Señor de los*

*Anillos*, y por tanto, podríamos esperar que su impacto en la industria turística fuera parecido al que tuvo esta en Nueva Zelanda.

*Cocodrilo Dundee* es otro ejemplo contrario a *Juego de Tronos*, película producida en colaboración americana y australiana, llevó a aumentar la llegada al país australiano de turistas americanos en un 20,5% entre los años posteriores a la emisión de la cinta.

Si nos situamos en los datos de *The Beach*, observamos que en Tailandia crecieron un 22% las visitas en el 2000, año en el que se estrenó dicha película. Podemos asociar este ejemplo de super producción mediática con la masificación de turistas que querían conocer el rodaje con *Juego de Tronos*. La película trata sobre un mochilero que viaja a Tailandia y se aloja en un Hotel de malas condiciones. Podría ser perfectamente la historia de cualquier turista por lo que si te sientes identificado es más probable que quieras conocer ese destino.

También podemos observar como la propia serie *Juego de Tronos* aumentó año tras año desde el 2013 la llegada de turistas internacionales. Más adelante analizaremos el caso concreto de esta serie.

**CAPÍTULO 2**  
**MARCO INSTITUCIONAL**

## 2.1. POTENCIACIÓN DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO

La situación política española vivida en los últimos años y sumado a la actualidad con la pandemia en la que hemos estado inmersos como consecuencia del CoVid-19 no ha sido la más favorable para la elaboración y activación de nuevas medidas.

A continuación exponemos cual son las intenciones de la industria con respecto a encuadrar en un margo legal este tipo de actividad:

“En el año 2016 el sector audiovisual exigía al gobierno central un Plan Estratégico Cinematográfico sobre el Turismo en España para colocarlo como destino de rodajes internacionales y siga fomentando la actividad turística asociada a este fenómeno.

Los nuevos consumidores culturales, según estudios recientes, han detectado "una nueva tipología de turismo" que responde a un desplazamiento "hacia las industrias creativas y, en particular, a las artes audiovisuales", añade el documento” (Redacción la Vanguardia, 2016. El sector audiovisual exige un plan estratégico sobre turismo cinematográfico, La Vanguardia).

Este mismo año realizó la I Conferencia sobre Turismo Cinematográfico, lo que se denominó popularmente como “La Declaración de Valladolid”.

“La Conferencia reunió a productores, actores, directores de cine y de festivales, así como a representantes de diferentes comunidades autónomas. La Declaración pide al Gobierno la elaboración de un Plan Estratégico sobre turismo cinematográfico en España, en el que colaboren las instituciones públicas y las empresas españolas, tanto del sector turístico como del sector audiovisual”. (APPA, 2018).

La Declaración de Valladolid impulsada por miembros de la Film Commission y Film Offices del país, tuvo como eje la elaboración de un Plan Estratégico.

La Secretaría de Estado de Turismo sopesa que este tipo de turismo cinematográfico como una de sus apuestas para el proyecto de cambio de modelo turístico español. Y de paso, crear una forma de viajar más sostenible.

El eje en el que se basa esta reglamentación, expuesta durante la Feria Internacional de Turismo de Interior, celebrada en Valladolid el 25 de Marzo a las 13 horas expone lo siguiente para fomentar la potenciación de este fenómeno:

1. Realización de un catálogo de buenas prácticas en materia de Turismo Cinematográfico en España.
2. Realización de un Informe en el que se estudie el fenómeno turístico cinematográfico en nuestro ámbito geográfico e influencia.
3. Creación de un portal web.
4. Impulsar la creación de un Observatorio.

5. Realizar el primer Plan de Promoción Internacional del Turismo Cinematográfico.
6. Reforzar la presencia de industria audiovisual en España.
7. Promover España como un lugar y escenario idóneo para rodajes audiovisuales.

En el año 2018 Hosteltur lanzaba una afirmación en búsqueda del mismo objetivo: “El 30% de los turistas se decanta por un determinado destino tras haberlo visto antes en cine o televisión. Además, como ya hemos comentado, mueve 40 millones de visitantes internacionales cada año a nuestro país”. ( Hosteltur, 2018).

En el año 2019 se dio un nuevo impulso al Turismo Cinematográfico con la creación de FiturCine, una combinación perfecta en el escaparate ideal mezclando una de las mayores ferias de turismo del mundo con la industria cinematográfica.

Fitur Cine nace para diversificar la oferta y combatir la estacionalidad, ofreciendo otra forma distinta de ver España según las palabras, del propio presidente de la Spain Film Commission, Carlos Rosado para el diario EF.

A día de hoy en España se sigue sin una normativa básica con respecto a esta modalidad, pero como hemos podido comprobar, están sentadas las bases hacia donde debería ir dirigido.



**CAPÍTULO 3**  
**MARCO METODOLÓGICO**

### 3.1. ESTUDIO DE LAS VARIABLES TURÍSTICAS.

España es un país muy rico en la mayoría de aspectos que hacen de un destino una “mina turística”. Tiene una posición estratégica de la cual nos aprovechamos. A continuación vamos a estudiar las variables que hacen de nuestro país un destino apetecible, y especialmente en los últimos años para rodar grandes producciones cinematográficas.

#### 3.1.1. ¿QUÉ ES UN PRODUCTO TURÍSTICO?

Entendemos como recurso el conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una acción. Mientras que recurso territorial turístico, es el conjunto de elementos, ya sean naturales, económicos, humanos... que están disponibles en una zona concreta y que se pueden aplicar al desarrollo y potenciación de la misma. Es decir, todo aquello que posea unas características que implican un atractivo para un sector de población.

Espacio turístico, es el lugar en el cual se desarrollan las actividades. No todos son turísticos, ya que para que se considere como tal, debería existir cierta actividad turística. Los recursos naturales son un gran indicador de la posibilidad que tiene cada localización de explotarse.

Por tanto, producto turístico es el conjunto de componentes tangibles e intangibles de recursos y servicios especializados que se ofrecen a los turistas a un determinado precio. Desde el punto de vista del turista, es algo que se percibe como “una experiencia disponible a cambio de un precio determinado”.

Los factores que permiten el aprovechamiento de los recursos territoriales en la actividad turística:

- Factores políticos y administrativos: Políticas turísticas, planes, fomentos...
- Factores técnicos y económicos: Infraestructuras, equipamientos, inversiones...
- Factores de situación y contexto: Localización estratégica Combinación de playa, montaña y contraste entre las diferentes provincias de toda la península.

#### 3.1.2. ¿QUÉ BUSCA UNA PRODUCTORA CINEMATOGRÁFICA EN ESPAÑA?

España, como sabemos, es una zona geográfica de mucho interés cultural y turístico, Por tanto, es normal que grandes producciones se fijen en nuestras fronteras para desarrollar su actividad cinematográfica.

A continuación vamos a exponer cuales serían las principales características aprovechadas por los productores, para fabricar un producto visual del tamaño de Juego de Tronos.

Nuestro territorio suma alrededor de 505.908 km<sup>2</sup> y abarca cuatro unidades físicas diferenciadas:

- Península Ibérica.
- Archipiélago Balear
- Archipiélago Canario
- Ceuta y Melilla

La península es la más memorial del continente europeo. Forma un paralelepípedo algo más grande en el norte con 1.000 km de longitud. El sur por su parte abarca 650 km con una distancia entre ambos de 700km aproximadamente.

## **PATRIMONIO NATURAL**

España cuenta con un gran potencial como destino de naturaleza. Por un patrimonio natural de gran variedad y diversidad, repartido de forma bastante homogénea por todo el territorio. Es por eso que cada región posee unas características muy diferenciadas entre si.

Las características principales:

Dentro de Europa, conservamos la mayor biodiversidad y mejor conservada. Todas las comunidades autónomas excepto Valencia y Murcia, albergan un territorio Reserva de la Biosfera.

Como miembro de la UNESCO, es uno de los países mas activos en el impulso de estas zonas especiales.

Además cuenta con otros bienes naturales declarados Patrimonio de la Humanidad, como Doñana, Teide y Garajonay.

## **PATRIMONIO CULTURAL (monumental, religioso y espiritual)**

Otros de los grandes atractivos de nuestro país es el atractivo cultural, que se define como conjunto de los bienes materiales e inmateriales acumulados a lo largo del tiempo que tienen carácter artístico, bibliográfico, científico o técnico.

Es tan amplio y variado este patrimonio que poseemos debido al paso de diferentes civilizaciones a lo largo de la historia.

Es el segundo país del mundo por detrás de Italia con más bienes catalogados como patrimonio cultural.

Están clasificados de la siguiente manera según la Legislación básica Ley Básica 16/85 de 25 de junio.

Materiales:

- Bienes Inmuebles: Construcciones, edificios o lugares integrados que tienen un valor cultural.

- Monumentos: Construcciones u obras producto de la actividad humana que tenga interés de cualquier tipo: Palacios, Puentes...
  - Jardines Históricos: Espacios delimitados producto de la ordenación por el hombre de elementos naturales completados por alguna estructura de fábrica: La Granja de San Ildefonso, El Campo Grande...
  - Conjunto Histórico: Agrupación de bienes inmuebles que forman una unidad de asentamiento o dispersa: Granada, Arévalo...
  - Sitio Histórico: Lugar o paraje natural vinculado a acontecimientos o recuerdos del pasado. Villalar, El Toboso, Valle de los Caídos...
  - Zona Arqueológica: Lugares o parajes naturales en el que existen bienes muebles o inmuebles susceptibles de ser estudiados con metodología arqueológica. Yacimiento de Atapuerca, La Sima de Los huesos...
- Bienes Muebles:
- Patrimonio Documental: Incluye cualquier documento de cualquier época generado, conservado o reunido por alguna institución pública o privada.
  - Documento: Toda expresión de lenguaje natural o convencional y cualquier expresión gráfica o sonora recogida en cualquier tipo de soporte natural. Cartas, pergaminos...
  - Archivos: Conjuntos orgánicos de documentos reunidos por personas jurídicas, privadas o públicas en el ejercicio de sus actividades y que están al servicio de la investigación. Archivo de Tordesillas, Archivo Alcazar de Segovia.
  - Bibliotecas: instituciones culturales donde se conservan, reúnen y seleccionan libros, manuscritos u otros materiales...
  - Museos: instituciones de carácter permanente que adquiere, conserva, investiga y comunica para fines diversos.
  - Centros Artísticos: teatros, conservatorios, salas de exposición...

## **PATRIMONIO NACIONAL**

Son los bienes de titularidad estatal afectos al uso y servicio del Rey y de los miembros de la Familia Real. Están gestionados por el organismo público del mismo nombre. Integrados por:

- 8 Palacios Reales.
- 5 Residencias Reales de Campo.
- 10 Monasterios y Conventos financiados por la Corona.
- Bienes muebles y colecciones de arte conservada en dichos lugares.
- 20.500 hectáreas de bosque.
- 589 Jardines Históricos.

## **PATRIMONIO RELIGIOSO Y ESPIRITUAL**

Es una de las motivaciones más antiguas, muy arraigada en España, donde se mezcla cultura y tradición cultural. Presente en cada rincón de nuestra geografía y palpable en la diversidad cultural por la llegada de diferentes pueblos a lo largo de nuestra historia.

Principales lugares de peregrinación:

- Santiago de Compostela: Lugar preferente para el peregrinaje. La tradición católica ha desarrollado mucho el turismo del jubileo, que consiste en conseguir la indulgencia plenaria, la renovación de la fe y la santificación de los pecados.
- Basílica de Santo Toribio de Liébana, Potes: Reside en ella una reliquia de la Cruz de Cristo que proviene directamente de Jerusalén.
- Santuario de la Vera Cruz de Caravaca, Murcia: En torno a ella hay un milagro de la aparición de la Cruz de Caravaca. Se cuenta que está hecha con trozos de Cristo.
- Santuario de Covadonga, Asturias: Concedido el año jubilar por el Papa Benedicto XVI en el año 2008 por la celebración de los 12000 años del día que fue donada la Cruz de Los Ángeles a la Iglesia de Oviedo por Alfonso II en 808.
- Otras Peregrinaciones:
  - o Basílica del Pilar, Zaragoza.
  - o Real Monasterio de Santa María de Guadalupe.
  - o Monasterio de Montserrat, Cataluña.
  - o Castillo de San Javier
  - o Santuario de Loyola.

Las principales fiestas religiosas, que han inspirado, por supuesto, grandes producciones cinematográficas:

- La Semana Santa: Fiesta religiosa mas importante de España, cuyo origen se remonta al Concilio de Nicea, año 525. La importancia de esta se centra en torno a la confluencia de 3 elementos: Cofradías, Pasos y Procesiones.
- Corpus Cristi: Fiesta eminentemente religiosa que tuvo mucho arraigo en España en épocas pasadas y que hoy día ha quedado relegada a unos cuantos lugares, entre los que destaca, Toledo.

Las fiestas populares mundialmente conocidas y llaman a atención:

- San Fermín.
- Fallas de Valencia.
- Moros y Cristianos.

## **RASGOS DEL PATRIMONIO MONUMENTAL**

Los monumentos religiosos más importantes de España son las catedrales e iglesias. Son templos católicos en el que un obispo tiene su sede. Se encuentran por todas las Comunidades Autónomas y son consideradas Patrimonio Histórico Español. Estos templos son de grandes dimensiones con diversos estilos arquitectónicos. Normalmente se construían gracias al dinero aportado por el obispo, los reyes y fieles.

### **3.1.3. EJEMPLOS DE RODAJE EN ESPAÑA**

Todas las características expuestas anteriormente carecerían de sentido si no analizamos en mayor medida algunos de los ejemplos que durante la historia han acontecido, con respecto al cine en España:

### *DOCTOR ZHIVAGO*

El 80% del rodaje de exteriores de esta película se rodó en la provincia de Soria en el año 1965. Según la crítica es considerada una de las mejores películas de la historia que eligió esta localidad gracias a la variedad de paisajes, su cielo azul y la luminosidad.

Una superproducción de la Metro como la de Doctor Zhivago supuso una verdadera revolución para la Soria de los años 60. Empresas y comercios se vieron beneficiados, se compraron cosechas completas, muchos profesionales trabajaron como técnicos en diferentes áreas de la película y fueron cientos los figurantes. Los hoteles de la ciudad albergaron al equipo del film (*Comercio, Las Heras, Florida*) y era fácil encontrarse con las estrellas de Hollywood paseando por la *Dehesa* o de compras en *El Collado*. Los almacenes y oficinas de la Metro se instalaron en *El Espolón* (hoy, *centro de salud Soria Norte*) y hasta allí se desplazaron los primeros espadas de la gran productora para supervisar los comienzos del rodaje”. (Elige Soria, 2015)

### *INDIANA JONES*

España tuvo que esperar a la tercera entrega de la saga para preparar el rodaje. Fue en el antes mencionado Desierto de Tabernes, en Almería.

La comitiva pasó de Almería a Granada. Allí, en Guadix concretamente, se situó la ciudad de Iskenderun. Todos los detalles se cuidaron al máximo para disfrazar la estación de tren, las calles y los extras. Bueno, a decir verdad, no todos. En un momento del film aparece en segundo plano un hombre cuya presencia choca sobremanera por vestir una indumentaria, totalmente diferente al resto. Tal aparición no estaba preparada. Seguramente se trataba de un lugareño que se coló en el rodaje y en el que nadie reparó. También tuvo una breve aparición la isla de Mallorca. En un viejo aeródromo se tomaron las secuencias del despegue de los cazas que perseguían a Indiana y su padre. (Martín Fernando, 2014).

### *EL PERFUME, HISTORIA DE UN ASESINO*

Esta historia de un asesino fue rodada en el Barrio Gótico de Barcelona y en el Laberinto de Horta, también en Barcelona. Buscando recrear esa sensación medieval, con planos que nos acercan a la Catedral de Barcelona.

Cuando el joven protagonista sigue a su primera víctima, una bonita y pelirroja vendedora de ciruelas por las supuestas calles de París, lo está haciendo en realidad por las estrechas y pavimentadas calles del Barrio Gótico, como el Carrer del Bisbe, el carrer de Sant Sever o la Plaça Felip Neri, en la que finalmente mata a la joven preso de la pasión que le enciende su olor”. (Díaz Laura, 2013).

### *PATTON*

Fue una película biográfica sobre la controvertida figura del General Patton, un militar que saco mucho rendimiento de la Blitzkrieg alemana. Obteniendo siete Oscars en 1970. Fue rodada por Europa, pero especialmente en España:

En Almería se grabó la triunfal entrada aliada a la ciudad de Messina. La Plaza de la Catedral fue convertida en la Piazza della Cattedrale, En la plaza del Quemadero se simuló la ciudad de Argel. Así mismo, en la casa Fischer, actual Instituto Andaluz de la Mujer, se rodaron secuencias del cuartel general de Patton. En el parque Nicolás Salmerón se rodó la entrada triunfal de las tropas aliadas a Palermo, con cerca de 20.000 personas que se fueron añadiendo (por curiosidad) a los 2.000 extras contratados como público. También se rodaron en el cerro San Cristóbal, escenas de diálogo entre los altos jefes militares.

La Almadraba de Monteleiva se convirtió en un poblado árabe. Aquí se rodó la secuencia del ataque de un avión alemán al pueblo.

En Navarra se rodó en el Campo de Maniobras de Pamplona y en la sierra/meseta de Urbasa, las escenas secundarias del avance relámpago por Francia.

En Segovia se rodaron escenas variadas de la guerra en Europa. En el Palacio de la Granja se grabaron escenas del General Patton dirigiéndose a los soldados (en su esquina norte). Las escenas de Patton a caballo en un picadero fueron rodadas en el interior del de la Academia de Artillería. En el Palacio de Riofrío se grabaron las escenas finales de la película. ( El Viajero Histórico, 2018).

### *LOS AÑOS BÁRBAROS*

Este *film* de Fernando Colomo que habla sobre la postguerra española en 1947 fue rodada íntegramente en España con una localización que sobresale de todas, El Valle de Los Caídos. Aunque también destacan por importancia arquitectónica las escenas rodadas en el Albergue de Medinaceli.

### *MARCELINO PAN Y VINO*

Corre el siglo XIX. Marcelino es un niño huérfano que vive feliz en un monasterio, donde le pide al Cristo que le ayude a encontrar a su madre. La película se rodó casi íntegramente en Salamanca, pero el cristo de madera, que se convirtió en todo un símbolo, se encuentra en la capilla del Convento de las Carmelitas Descalzas de Don Benito, en Badajoz.

## **3.2. ANÁLISIS DE CASO: JUEGO DE TRONOS.**

### **3.2.1. PRINCIPALES DESTINOS DE RODAJE.**

Como ya hemos comentado, España es un país de grandes contrastes naturales y monumentales, por lo que la producción de Juego de Tronos rápidamente puso sus ojos en nuestras fronteras. Exactamente son 18 localizaciones las empleadas en la serie. Están repartidas en 7 comunidades diferentes. Avisamos de que en el desarrollo de las localizaciones siguientes acarrearán consigo una serie de *spoilers*.

#### **ANDALUCÍA**

##### PUENTE ROMANO DE CÓRDOBA

En el capítulo 3 de la quinta temporada, este puente lució como El Puente Largo de Volantis en su unión con Rhoyme. Este escenario es usado para representar el camino hacia Meereen de los hermanos de Las Islas del Hierro, Yara y Theon Greyjoy, cuando solicitan una reunión con Daenerys Targaryen para buscar el apoyo de su tío Euron. Se aprecia el puente en todo su esplendor gracias a una panorámica. El resultado es magnífico.

##### SANTIPONCE, SEVILLA

Este municipio es un enclave que se presta a la reconstrucción de obras visuales de todo tipo. Es el conjunto arqueológico de Itálica. Se ha usado para simular El Foso de Dragones de la ciudad ficticia de Desembarco del Rey.

Pozo Dragón, así es como se conoce en la serie a las ruinas romanas de Itálica, es usado para llevar a los personajes de Jon Snow, Tyrion, Missandei, Jorah Mormont, Sandor Clegane y Theon Greyjoy para encontrarse con la reina Cersei. Es transportado el espectro que atraparon durante la expedición que llevaron a cabo más allá del muro.

El anfiteatro donde se rueda “fue uno de los más grandes del mundo romano, con capacidad para 25.000 espectadores y que estuvo dividido en tres niveles de graderíos. La construcción fue iniciada en época de Adriano, en torno al año 117, es visible que nunca llegó a completarse la obra de edificación al completo. En uso hasta el siglo IV”, Montserrat Crespi y Margarita Planells, Recursos Turísticos,

##### OSUNA, SEVILLA

La plaza de toros de Osuna ha pasado a ser conocida para el gran público como La Fosa de Daznak, en Meereen. Tiene su aparición en el noveno episodio de la quinta temporada. Es utilizada la arena para representar diferentes combates. El detalle representativo llegaría con el rugido de Drogon, que una vez apoyado en el suelo comienza su ataque a los Hijos de la Arpía. Visualmente deja unas escenas que, por su significado, no podrán ser olvidadas en la mente de todos los fieles a la serie.

Esta plaza de toros tiene más de 100 años, y a parte del sentido cinematográfico, posee en su interior un pequeño museo para los amantes de la tauromaquia.

### ALCAZAR DE SEVILLA

Da vida al reino de Dorne bajo el mandato de la familia Martell, que tomaron un papel muy reconocible durante las temporadas intermedias de la serie, principalmente a través de Oberyn y Víbora Roja.

Al inicio de la quinta temporada, este monumento aparece como fondo del reino donde la familia Martell estudia como vengar la muerte de su príncipe. Observamos como también son representativos los jardines, dejándonos unas vistas alucinantes y cuidadas. Es precisamente en estos jardines donde se lleva a cabo una batalla entre Jamie Lannister y las hijas de Ellaria Arena con su guardia real.

### LA ALCAZABA DE ALMERÍA

Un palacio que muestra una estructura imponente y que es usado principalmente para grabar en los patios. Usados para recrear los Jardines del Agua de Lanza del Sol, en el reino de Dorne. Anteriormente ya fue utilizado para hacer otras películas como Conan el Bárbaro o Indiana Jones.

### ALMODOVAR DEL RÍO, CÓRDOBA

Este pueblo tiene una fortaleza en el que se ve representado Altojardín, hogar de los Tyrrel, especialmente presente en la séptima temporada. Pero también sus mazmorras sirvieron para recrear las mazmorras de Roca Casterly.

Como curiosidad, según cuenta el guía que ofrece la visita del castillo, “nunca nadie asaltó esta fortaleza, ni cristiano, ni árabe, solo la mano de vuestra reina, Jamie Lannister”. Y es que es una de las imágenes más representativas, ver al caballero entrando en primer plano a dicho Castillo.

### TORRE DE MESA ROLDÁN, CABO DE GATA

Esta Torre en ruinas situada en Carboneras, Almería, entre Nijar y Playa de los Muertos Carboneras. Es una torre de vigilancia costera, de herradura. Fue considerada la más peligrosa del Cabo de Gata, por la supuesta accesibilidad de los piratas. Con Carlos III se recuperó y sobre ella se creó otra torre más robusta, pasando en 1941 a manos de la Guardia Civil. Pero es mundialmente conocida por su aparición en la sexta temporada de la serie. Recrea una torre defensiva en la ciudad de Meereen, y nos deja unos planos y secuencias muy vistosos. Muy representativos de la serie, sobre todo, por la llegada de Daenerys con sus dragones sobrevolando esta torre dando inicio a la Gran Batalla de Meereen.

### EL CHORRILLO, ALMERÍA

A 25 km del ya mencionado durante este proyecto El Desierto de Tabernas, se encuentra el municipio de Pechina. Es el escenario elegido para representar la ciudad de Vaes Dothrak. Es una especie de set privado en el aire libre que fue construido con anterioridad para rodar la película Éxodus, de Ridley Scott. El último uso, como decimos, fue dado para filmar las escenas correspondientes a la capital Dothraki. En los

libros de la saga, es representado como una ciudad sin murallas y habitada por las viudas de los Khals muertos en combate.

Esta conformado por una serie de casas construidas de barro, no muy altas, con máximo dos alturas, que, a su vez, forman unas calles estrechas de arena, dando la sensación de abandono.

Es un decorado tan natural, que da la sensación de estar sumergido de lleno en la trama de la serie.

## CATALUÑA

### CASTELL DE SANTA TERESA FLORENTINA, BARCELONA

Su propia web se ha aprovechado de esto para la comercialización. En ella podemos ver como se describen como “ un lugar maravilloso, que está enterrado en el verdor, y parece que George R. Martin lo escribió en su exitosa serie”. ( Santa Florentina, 2020).

El castillo se convirtió gracias a la serie en patrimonio de la Casa Tyrrel. En sus visitas, se puede experimentar el ambiente de la serie celebrando cualquiera de sus eventos especiales.

### GIRONA CIUDAD

Girona es una de las ciudades que más utilizaron para grabar en nuestro país. A diferencia de otras posibles localizaciones internacionales, que pueden ser mas dificultosas de asociar, en la capital gerundense se percibe rápidamente el encuadre.

A lo largo de la serie podemos comprobar como esta ciudad forma parte de Poniente, Westeros, Bravoos y Essos.

Las escenas mas representativas que aparecen con Girona como elemento visual son:

- Arya pidiendo en Bravoos, en la Calle del Bisbe Josep Castaña.
- Arya viendo la obra de teatro en Bravoos, en la Plaça dels Jurats.
- El Gran Septo de Baelor con la Reina Margaery y Jaimie Lannister en la Catedral de Girona.
- Arya paseando por el Mercado de Bravoos, en Passeig Arqueològic.
- Arya huyendo de la niña abandonada y su apuñalamiento, en los Baños árabes.

## VALENCIA

### PEÑÍSCOLA, CASTELLÓN

Es otra de las ciudades Españolas que no cuesta mucho reconocer cuando aparece en pantalla. En las primeras temporadas Tyrion Lannister y Lord Varys aparecen en una secuencia donde recorren cinco localizaciones exactas de la ciudad. Un paseo que comienza en la Rampa Felipe II, pasa por Plaza de Santa María y asciende hasta llegar

al Paseo de Ronda. La producción de la serie tuvo la capacidad de mezclar esta ruta con planos simultáneos del Parque de Artillería y Portal Fosc. Podríamos resumir el escenario en el Castillo de Papa Luna, ya que es el epicentro de estas escenas.papa

## NAVARRA

### PARQUE NATURAL DE LAS BÁRDENAS REALES

Situado en la población navarra de Tudela, es un paraje especialmente raro, difícil, por no asegurar que es imposible, encontrar algo de estas características en el resto de Europa. Tendríamos que volar a Estados Unidos para contemplar un parque de este tipo. Juego de Tronos puso sus ojos en este encantador lugar de Navarra para rodar. No es la primera vez que una super producción elige este decorado natural. *Acción Mutante* ya tuvo alguna escena aquí representada.

Las Bardenas Reales han sido durante el primer y sexto episodios de la sexta temporada, el Mar Dothraki.

## CASTILLA LA MANCHA

### CASTILLO DE ZAFRA, GUADALAJARA

Es una de las localizaciones extraordinarias de la serie. Este castillo, posiblemente olvidado para el grueso de la población se convertiría en un soberbio icono de nuestra historia gracias a la producción del canal americano. Esta ubicado en un lugar totalmente despoblado, con inviernos más propios de Siberia.

Este monumento representa La Torre de La Alegría.

“ El escenario era un lugar absolutamente irreal, parecía un decorado, y desde allí veías esas extensiones, como si estuvieras en las llanuras de África, me pareció el sitio más increíble en el que imaginaría que podría trabajar”(Hempstea-Wright Isaac. 2019. Recuperado de elrincondesele.com.)

Aparece en los capítulos 3 y 10 en secuencias de la sexta temporada.

## EXTREMADURA

### LOS BARRUECOS, CACERES

Cáceres se convierte en Desembarco del Rey por 15 minutos. Es este el escenario elegido para librar la batalla de las tropas Lannister y las de Daenerys.

Declarado monumento natural desde 1996. Está situado a 14 km de Cáceres. Es un paisaje que llama la atención por sus grandes masas de granito degradado con el paso de

las generaciones dando paso a la creación de formas monolíticas granulares conocidas en la zona como “bolos”

### CASTILLO DE TRUJILLO

El Castillo de Trujillo es una fortaleza construida en el siglo IX y está situado en la parte más alta de la localidad, en un cerro conocido como Cabeza del Zorro. Conserva restos antiguos como dos aljibes árabes.

Llama la atención incluso sin estrenar, ya que fue elegido para formar parte del tráiler con el cual anunciar la temporada. Aparece en el último capítulo de la séptima temporada.

Convertido en una de las fortalezas de Desembarco del Rey. Las escenas principales transcurren con conversaciones de Jamie Lannister y Bronn, donde observan las posiciones del ejército. Muy representativa la imagen de la bandera Lannister ondeando en una de las almenas.

## **PAÍS VASCO**

### ZUMAÍN, PLAYA DE ITZURUN

Un paraje natural increíble de 270m de longitud y 75m de anchura compuesto de arena dorada situado en la localidad de Zumaín. Utilizada a menudo para rodar producciones tanto nacionales e internacionales, como por ejemplo “8 apellidos Vascos”.

En nuestro caso, la playa se usó para iniciar la temporada siete, pero no hasta los minutos finales del primer capítulo aparece en escena. No es una secuencia con los diálogos más extensos, ni si quiera tiene relevancia en el resto de la serie. Simplemente se utilizó el encuadre para rodar a Daenerys llegando a Rocadragón.

### BERMEO, VIZCAYA: ERMITA DE SAN JUAN DE GAZTELUGATXE

Gaztelugatxe, es un islote al norte del País Vasco que está en conexión con la península gracias a una especie de puente amurallado con arcos sobre el que hay una Ermita. Es de sobra conocido ya por todos gracias a la gran pantalla. Hay que recordar que en nuestro país ya era famoso debido a que famosos del país vasco elegían esta ermita para darse el si quiero, como por ejemplo Anne Igartiburu.

Centrándonos en nuestro análisis, este paraje ha sido elegido para representar Rocadragón. La casa tradicional de los Targaryen que sería recuperada por Daenerys.

### 3.2.2. RELACIÓN ENTRE LOCALIZACIÓN REAL Y LOCALIZACIÓN FICTICIA.

#### DESEMBARCO DEL REY (Sevilla)

Es un lugar relativamente árido de arquitectura muy monumental y de líneas clásicas, tiene aproximadamente forma rectangular y está defendida por altas murallas. Se accede por siete puertas y dentro de ella hay mansiones, tabernas, casuchas de barro y paja, burdeles, cementerios y mercados, como el del pescado. Las principales avenidas tienen árboles y son anchas pero sus ramificaciones, son callejuelas y callejones, estrechos e insalubres.

#### POZO DRAGÓN (Sevilla)

Pozo Dragón es un edificio enorme y cavernoso que se asienta sobre la Colina de Rhaenys en Desembarco del Rey. Los Targaryen mantenían a sus dragones dentro del edificio.

Su gran cúpula se ha derrumbado hacia adentro y sus puertas de bronce han estado selladas por más de un siglo. Es una ruina ennegrecida por el fuego. Se dice que treinta caballeros podían cabalgar lado a lado y entrar holgadamente por sus puertas. Estaba compuesto por túneles, similares a cuevas, que se hundían en lo profundo de la colina. Ningún dragón criado y mantenido en el Pozo alcanzó jamás el tamaño de los dragones salvajes, que existieron antes de la construcción del edificio.

#### MEEREN (Sevilla)

Es una localidad “rojiza”, debido a su principal cualidad, todos sus habitantes viven del cobre. Se busca una localidad árida y seca con abundantes colinas, en las que se encuentra este metal. Los árboles desaparecieron como consecuencia del sol abrasador transformando a su población en meros esclavistas.

#### DORNE (Sevilla)

Dorne, es una península que compone la región más sureña de Poniente. Su capital se llama Lanza del Sol. Dorne es la región más calurosa de Poniente. La zona es rocosa, montañosa, árida y seca. Sus ríos proveen de tierras fértiles, y aún en verano hay suficientes lluvias y otros recursos hídricos para mantener Dorne habitable. En el interior, el agua es tan valiosa como el oro, y los pozos y manantiales son celosamente guardados.

#### ALTOJARDÍN (Córdoba)

El castillo se encuentra en una colina verde, simétrica y de laderas suaves, y desde sus torres se divisan leguas de huertos, prados y campos de flores, entre ellas las rosas doradas del Dominio, que se extienden hasta donde alcanza la vista.

Altojardín está rodeado de tres anillos concéntricos construidos en piedra blanca protegidos por esbeltas torres. Entre la muralla exterior y la intermedia se extiende un laberinto de zarzas con propósitos defensivos.

Las fortalezas están decoradas con arboledas, patios con sombra, columnatas de mármol, jardines, cenadores, estanques, fuentes y cascadas artificiales. Los edificios antiguos están cubiertos de hiedra, y las parras y los rosales trepadores abrazan estatuas, muros y torres.

### ROCA CASTERLY

Es el principal asentamiento de la Casa Lannister. Una fortaleza ubicada en lo alto de un puerto de montaña. Tierra con grandes riquezas y edificaciones talladas en roca, lo que se considera uno de los mayores logros arquitectónicos dentro de Los Siete Reinos.

### EL MAR DOTHRAKI ( Navarra)

Desierto de arena bronceada. Usado para recrear un asentamiento Dothraki. Los Dothraki son una cultura de guerreros nómadas de Essos, con una historia conocida que se remonta a hace unos cuatrocientos años, poco antes de que Aegon I desembarcase en Poniente.

Viven en los vastos pastizales del Mar Dothraki, en hordas conocidas como Khalasares. Los Dothraki suelen ser corpulentos, de piel cobriza y oscura, ojos almendrados y cabello comúnmente de color negro.

### BRAAVOS (Cataluña)

Braavos tiene una cultura comercial marinera, y los braavo si hablan una variante del alto Valyrio. Pintan los cascos de sus barcos y sus velas de púrpura. Sus barcos mercantes navegan a tierras tan lejanas como Asshai y las islas del Mar de Jade. Braavos tiene muchos prestamistas y el Banco de Hierro de Braavos presta dinero a países extranjeros, incluyendo los Siete Reinos.

## **3.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA.**

### 3.3.1. DEMANDA: ¿ES POSIBLE ANALIZAR EL MOTIVO DEL VIAJE?

España es el segundo país europeo que más productos demanda de la famosa serie de HBO. El comparador de precios online ha analizado la demanda de todo tipo de productos de 'Juego de Tronos', concluyendo que los españoles son los segundos europeos que más productos demandan de la serie (17,77%), y solo se ven superados por los alemanes, que constituyen el 59,27% del total. Tras ellos se encuentran Italia (9,96%), Francia (9,75 %), Reino Unido (4,97%) y Austria (3,6%). Este estudio demuestra que el compromiso con la serie y sus personajes es internacional, y va mucho más allá del tradicional disfrute de sus episodios: los europeos juegan, coleccionan y viven 'Juego de Tronos'. De hecho, en el caso

de España este compromiso continúa creciendo: en el primer trimestre de 2019, la demanda de elementos de este éxito de HBO se duplicó frente al mismo periodo de 2018. (Heraldo, 2019).

Centrándonos en nuestro campo turístico, en primer lugar, hay que decir que tras varias conversaciones con diferentes oficinas de turismo repartidas por las localidades donde se grabó la serie, es muy complicado precisar la cifra de turistas que se acercan hasta allí por el motivo estricto de la serie. Pero sí se puede establecer una aproximación basándonos en las consultas de los usuarios

Los datos más representativos pertenecen a Girona, Sevilla, Guadalajara y País Vasco.

### **Girona:**

Número de consultas realizadas exclusivamente con motivo de la serie:

Son unas cifras muy bajas teniendo en cuenta el gran número de visitantes y encuestas realizadas en la Oficina de Turismo.

El método que utilizamos para recoger información es realizando encuestas.

- 2016: de 165.915 solicitudes de información , 836 fueron sobre GoT.
- 2017: de 133.308 solicitudes de información, 948 sobre GoT.
- 2018: de 96.447 solicitudes de información , 832 sobre GoT.

### **Sevilla:**

Los datos de Google Trends confirman este interés mundial por los lugares de rodaje de la serie ya que búsquedas como «¿Dónde se filmó juego de tronos?» aumentaron en un 180% en los últimos 30 días, mientras que el término «Lugares de rodaje de Juego de Tronos aumentaron un 250% y, más específicamente, Lugares de rodaje de Juego de Tronos en España aumentaron en un 300%. (JetCost, 2019).

A fecha del 15 de Mayo de 2019 se estableció según este informe que el aeropuerto de Sevilla había crecido en un 215% el número de búsquedas. Coincidiendo con el estreno de temporada de la serie.

Jesus Cansino, técnico del Ayuntamiento de Osuna nos comunica que “han pasado de estar en el olvido a poner el pueblo en el Mapa”.

### **Guadalajara:**

Como decimos, es imposible hacer una relación certera del volumen de turistas con el motivo del viaje, pero como el responsable de la Oficina de Turismo de Guadalajara nos ofrece unos datos que, según Tripadvisor (2019) nos dicen que el “interés de internacionales por el Castillo de Zafra, en Guadalajara, se ha quintuplicado desde su

aparición en la 6ª temporada, multiplicándose por más de veinte (+2.270%) las visitas a las webs de los alojamientos cercanos en la localidad de Campillo de Dueñas”

### **País Vasco:**

Un dato significativo es la inclusión descarada de los escenarios en las páginas oficiales de Euskadi.

“ La comunidad vasca ha puesto en marcha un plan integral para el control del espacio concreto de la serie así como su rendimiento económico. Un plan que llevará consigo una previsión de ganancia de 37 a 50 millones de euros y que cuenta con 85 medidas principales”. (Alonso, 2018).

Entre las que destacan:

- Limitar Accesos.
- Tickets de Entrada.
- 600 puestos de trabajo.
- Protección Medio Ambiente.
- Creación de Parking para poder aparcar.

### 3.3.2. OFERTA ¿QUÉ RECURSOS ESPECÍFICOS ENCONTRAMOS?

Aparte de todas las localizaciones previamente analizadas y expuestas encontramos en el mapa turístico español una serie de productos que son de gran interés para los más fanáticos de la serie:

### **Frikitrip:**

Esta moderna empresa dedicada a los viajes temáticos nos ofrece un paquete por 392€ en el que incluye dos noches de hotel, todos los traslados, comidas y desayunos, y visitas guiadas por los escenarios de la serie en Cáceres, Sevilla y Córdoba. Es la empresa que mejor servicio temático ofrece: Veamos el itinerario:

- Primer día: Salida desde Madrid. Visita a Trujillo, Cáceres, Los Barruecos y continuación hacia Sevilla.
- Segundo día: Visita guiada a las ruinas de Itálica, Los Reales Alcázares y Osuna.
- Tercer día: Visita guiada al Castillo de Almodovar del Río, Puente Romano de Córdoba y regreso a Madrid.

### **Viajoporlibre.com:**

Más que acompañantes es una web especializada en analizar y dar la posibilidad de consultar datos. Para los amantes de los viajes en solitario. Para las personas que prefieren confiar en si mismas y no depender de horarios ni guías acompañantes, esta

web nos detalla con toda precisión cual serían las rutas en las que más disfrutar de la serie.

Como conclusión, nos dejan un video que podemos reproducir siempre que estemos en las situaciones para hacer la experiencia todavía más real, ya que podrás ver el monumento o localización en directo, y ver como se ha transformado para la serie.

Además nos ayudan a buscar el mejor tipo de seguro para el viaje.

### **GuruWalks:**

Esta empresa española ofrece rutas guiadas de libre pago, lo que comúnmente conocemos como “Free Tours”.

Fue creada en 2017 pero ya cuenta con más de 1500 guías repartidos por localizaciones de todo el mundo.

En España:

“ Para que los seguidores de Juego de Tronos puedan revivir la historia en sus diferentes lugares de grabación GuruWalk ha organizado distintas visitas guiadas en español inspiradas de los lugares más famosos de la serie.

En España la empresa cuenta con dos tours de libre pago, uno en Girona y otro en Cáceres. El primero discurre por las vetustas calles de la ciudad, las cuales representan la empedrada ‘Calle de Braavos’, y tiene parada obligada en la Catedral, reconocida por los fans por ser la ubicación del ‘El gran Septo’.

La visita de Cáceres se basa en la séptima temporada, en la que se desarrollaron varias escenas en el Castillo de Trujillo y en la zona de Los Barruecos, en la que soldados dothrakis e inmaculados de la Madre de Dragones, se enfrentaron a los soldados Lannisters ” El Plural, 12 de Mayo de 2019.

### ***Juego de Tronos, La Exposición oficial***

La mayor exposición jamás producida en España de la serie, que, por desgracia, con la situación en la que nos encontramos con motivo del Covid-19 nos mantiene a la expectativa para saber si continuará abierta o no. Debemos esperar, no obstante esta exposición consiste:

- Situada en el Pabellón 5 de IFEMA, Madrid.
- Producida en colaboración con el canal de televisión HBO y Licensing & Retail GES Events.
- Los visitantes pueden disfrutar de una experiencia inmersa dentro de las tierras de Poniente y Essos para recrear y vivir la experiencia en primera persona.

- Combinacion de entornos envolventes, con multimedia, y espacios para interactuar de mas de mil metros cuadrados.

### **Poniente S.A.**

Esta empresa ha nacido, evidentemente, como consecuencia de un grupo de personas que analizaron en profundidad la serie. La idea de empresa que presentan es la de asesoramiento. Conocer la fórmula del éxito es muy complicado, pero a través de la serie podemos encontrar diferentes formas de mejorar. El asesoramiento es, principalmente para otras empresas, lo que en nuestro sector conocemos como Turismo de Negocios. Las interpretaciones en las que se basan para sus charlas son las siguientes:

- Identificación correcta de la competencia: Basan su discurso en el error a la hora de enfrentarse entre pueblos, cuando su principal rival estaba más allá del muro, con el Señor de la Noche y el ejército de Caminantes Blancos.
- Estar preparado para cambios bruscos en el entorno: Referencia a las luchas internas dentro de una empresa. El símil esta encuadrado en el invierno y las luchas entre sociedades. Más importante es combatir el frio invierno que el poder entre un propio pueblo.
- El dilema del prisionero: Afrontar como superar una traición para que no merme el estado de un equipo de empresa. Referenciando que las organizaciones en la serie no son precisamente jerárquicas.
- Aprovechar la tecnología y estrategia I+D+I: Referenciado a través de la lucha contra los Caminantes Blancos con el fuego de los dragones.
- Rodearte de asesores competentes: Durante la serie se presencian diferentes formas de asesoramiento, o “manos del rey”. En ellos basan sus comentarios para dar importancia al hecho de elegir un asesor que busque el bien común más que el personal.
- Mantenerse firme en los objetivos y aprender de los errores: Enfocado más para “start-ups” que están comenzando en el mundo del emprendimiento y poseen menos facilidades. Usando a Cersei como ejemplo, hablan sobre el fracaso y la importancia que tiene durante un periodo de asentamiento en el mercado laboral.
- Liderar con el Ejemplo: Ningún mandatario debe pedir a algún trabajador algo que el no haría del mismo modo que los Reyes con poder de la serie no pueden pedir a su equipo que sacrifiquen algo que ellos no sacrificarían.

### **EscapadaRural:**

Este portal nos ofrece una curiosa combinación entre turismo rural, experiencial y cinematográfico. Posee una gran cantidad de localizaciones con casas rurales en las que están incluidos destinos, y además así son anunciados en la web, específicamente de la serie. Las casas rurales se encuentran en las localidades cercanas a los siguientes monumentos:

- Castillo de Santa Florentina, Barcelona.
- Provincia de Girona.

- Las Bardenas Reales, Navarra.
- La Alcazaba, Almería.
- Torre de Mesa Roldán, Almería.
- El Chorrillo, Almería.
- Peñíscola, Castellón.
- Castillo de Zafra, Guadalajara.
- Osuna, y Santiponce Sevilla.
- Cáceres.
- Zumaia y Vermeo, País Vasco.

La combinación de casas rurales con escenarios de la serie es perfecta para una oferta turística en grupos y segmentos de poblaciones entre 15 y 30 años que busquen vivir experiencias.

**Otros:**

- Juego de Mesa de la saga Monopoly, edición especial *Juego de Tronos*.
- Licor de *Juego de Tronos*, Amazon.
- Whisky Taliskeer *Juego de Tronos*.
- Lanzamiento de galletas Oreo edición GoT.



**CAPÍTULO 4**  
**CONCLUSIONES**

## 4.1. CONCLUSIONES

Tras todas las búsquedas para poder realizar este Trabajo de Fin de Grado saco varias conclusiones que voy a separar en diferentes bloques:

### **España como Destino Turístico:**

Tras analizar las características que España presenta como destino, a través de la búsqueda de los potenciales entornos que busca una productora para realizar un proyecto audiovisual, podemos sacar en claro que España tiene la capacidad suficiente en cuanto a recursos naturales, de infraestructura y culturales como para ser la potencia turística que es.

El sector turístico fue uno de los pilares básicos que ayudaron al país en el periodo posterior a la recesión económica .

Los datos, según Frontur, analizados hasta el pasado mes de Febrero, nos dicen que España ha recibido 4,42 millones de visitantes, variando un 0,98% con respecto a años anteriores.

### **Carencia de Normativa Aplicada:**

La situación política de inestabilidad en España durante los últimos años se ha convertido también en un contexto atípico para el funcionamiento de un país en todos los ámbitos, tanto que aún no hemos podido cambiar de presupuestos.

Por tanto, a día de hoy, no existe una legislación específica para unificar y tratar de potenciar dos sectores como el cine y el turismo.

Posiblemente este hecho esté relacionado directamente con la siguiente reflexión, ya que si no existe un método que permita elaborar un trabajo, los organismos no están en disposición de contabilizar un público más objetivo.

### **Imposibilidad de crear una relación de proporcionalidad entre Producciones y Visitantes:**

Después de haber realizado una búsqueda por las webs turísticas más representativas observamos que no existe una relación de visitantes con motivo de una temática tan específica.

Probamos a extender un análisis más exacto a través de un contacto con las oficinas de turismo de las principales provincias y localidades en las que se ha rodado la serie y las conclusiones principales que sacamos son:

- Todos afirman que durante los periodos de tiempo en los que se emite la serie aumenta la afluencia de personas.
- La afluencia de estas personas no dejan reflejada su motivación específica, por tanto no se puede establecer la relación de causa-efecto.

- Elaboración de Planes de Gestión de los Recursos a propósito del aumento de los visitantes a las localizaciones en cuestión.
- Creación en Peñíscola de un departamento específico de Juego de Tronos dentro de la oficina de Turismo.
- Es un elemento emergente que establecerá una modalidad asentada en el futuro.
- Las Producciones son de gran ayuda a la población. Creando puestos de trabajo nuevos durante y posteriormente al rodaje.



## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO JOSE MARÍA (2018). Juego de Tronos da vida a Vizcaya: Plantea cobrar por el acceso a Gaztelugatxe. Recuperado de [https://www.elconfidencial.com/espana/pais-vasco/2018-03-20/gaztelugatxe-juego-de-tronos-cobrar-acceso\\_1538601/](https://www.elconfidencial.com/espana/pais-vasco/2018-03-20/gaztelugatxe-juego-de-tronos-cobrar-acceso_1538601/)
- ANDALUCÍA.ORG (2018). 4X4 Hoolywood, El desierto de Tabernas y ... Acción! Recuperado de [www.andalucia.org](http://www.andalucia.org)
- BARCELONA EN PANTALLA (2013). El aroma medieval de Barcelona. Recuperado de [www.barcelonaenpantalla.wordpress.com](http://www.barcelonaenpantalla.wordpress.com)
- BAUZA ILLAN RAUL ALBERTO (2015). Turismo Cinematográfico, Evolución y Presencia en España. En asociación a Universidad de las Islas Baleares.
- BEETON SUE (2005). Film Inducec Tourism. p9: Cleveedon. Recuperado de [www.dialnet.unirioja.es](http://www.dialnet.unirioja.es)
- BLANQUER JAVIER (2020). Ruta por los principales escenarios de *Juego de Tronos* en España. Recuperado de [www.viajandoporlibre.com](http://www.viajandoporlibre.com)
- CALLEJO CONDE ALBA, ARAUJO VILA NOELIA, RODRIGUEZ CAMPO LORENA (2015). TURISMO CINEMATOGRAFICO: La Conquista Online de Nuevos Mercados. Recuperado de: <http://www.dialnet.unirioja.es>
- CAPARRÓS J.M (1936-1975). EL cine español bajo el régimen de Franco. P34-p42.
- CORDOBA DIGITAL (2017). Así lució el puente romano de Córdoba en juego de tronos. Recuperado de: <https://cordoba-digital.com/2017/11/13/asi-lucio-el->
- DE KADT ENMANUEL (1979). Turismo ¿Pasaporte al Desarrollo? p36-p50: Social Business.
- DIAZ LAURA (2013). El arma medieval de Barcelona. Barcelona en pantalla. Recuperado de [www.barcelonaenpantalla.wordpress.com](http://www.barcelonaenpantalla.wordpress.com)
- DUNN NINA (2020). Los 10 museos de cine y mas importantes del mundo: Yourtripagent. Recuperado de [www.yourtripagent.com](http://www.yourtripagent.com)
- ELIGE SORIA (2015). Soria Doctor Zhivago: Cine y Cortos en Soria. Recuperado de [www.eligesoria.es](http://www.eligesoria.es)
- HERALDO.ES ( 2019). Estos son los productos que más buscan los frikis de *Juego de Tronos*. Recuperado de [www.heraldo.es](http://www.heraldo.es)
- HOSTELTUR (2018) Turismo Cinematográfico En Andalucía: Los Rodajes Se Incrementan Un 3%. Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/131302\\_turismo-cinematografico-en-andalucia-los-rodajes-se-incrementa-un-3.html](https://www.hosteltur.com/131302_turismo-cinematografico-en-andalucia-los-rodajes-se-incrementa-un-3.html)

HOSTELTUR (2019) Como influye Juego de Tronos en la elección de un destino. Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/128949\\_como-influye-juego-de-tronos-en-la-eleccion-de-un-destino-turistico.html](https://www.hosteltur.com/128949_como-influye-juego-de-tronos-en-la-eleccion-de-un-destino-turistico.html)

HUDSON Y RITCHIE( 2006) . La Conquista Online de Nuevos Mercados. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/ p19-p32>

IBAÑEZ PEREZ REYNA, CABRERA VILLA CARMELINA (2011). Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional. En asociación con Universidad Autónoma de Baja California y Academia Mexicana de Investigación de Turismo.

JURADO ARRONES FRANCISCO (1992) Los mitos del turismo. Recuperado de [www.Dialnet.unirioja.es](http://www.Dialnet.unirioja.es)

JULIAN LÓPEZ FERNANDO (2018). Turismo Cinematográfico, el caso de Harry Potter. En asociación con Universidad de Valladolid.

MARTIN F (2104). Donde se rodó Indiana Jones. Revista 80 días. Recuperado de [www-revista80dias.es](http://www-revista80dias.es)

MUÑOZ DE ESCALOMA FRANCISCO (2007): El turismo explicado con Claridad. Autopista del Turismo 2ª parte. p1-p40 Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es>

MUÑOZ ALEJANDRA (2020). El cine, el gran invento del turismo. Diario El Independiente. Recuperado de [www.elindependiente.com](http://www.elindependiente.com)

ODINA MERCEDES (2017). Los años vividos: Tiempo de Cambios Recuperado de [www.rtve.es](http://www.rtve.es)

ORGAZ AGUERA F (2000) Turismo y Cooperación al Desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos. Revista El periplo Sustentable. Recuperado de [www.psus.uaemex.mx](http://www.psus.uaemex.mx)

PAGINA OFICIAL TURISMO MADRID (2020). Juego de Tronos: La exposición final. Recuperado de [www.esmadrid.com](http://www.esmadrid.com)

RAMÓN VILARASAU DIANA (2019) Castilla La Mancha se consolida como set de rodaje con miles de solicitudes. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/129589\\_el-futuro-segun-google.html](https://www.hosteltur.com/129589_el-futuro-segun-google.html)

RAMÓN VILLARSAU DIANA (2019). Juego de Tronos triplica las búsquedas de destinos de rodaje. Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/128778\\_juego-de-tronos-triplica-las-busquedas-de-destinos-de-rodaje-dos-en-espana.html](https://www.hosteltur.com/128778_juego-de-tronos-triplica-las-busquedas-de-destinos-de-rodaje-dos-en-espana.html)

RAMOS LOBO JESÚS Y PEDREGAL MARCOS BELÉN (2015). Big Data y Turismo cinematográfico: ¿Un factor de predicción? El Caso de Juego de Tronos. En asociación con las VIII Jornadas de Investigación de Turismo.

RODRIGUEZ CAMPO , FRAZ BREA Y ALEN GONZALEZ (2014) Pasos; Revista de Cultura y Turismo p161.

RR.. MARTIN GEORGE (1996). Canción de Hielo Y Fuego: Juego de Tronos: Gigamesh Omnium

RR.. MARTIN GEORGE (1998). Canción de Hielo Y Fuego: Choque de Reyes: Gigamesh Omnium

RR.. MARTIN GEORGE (2000). Canción de Hielo Y Fuego: Tormenta de Espadas: Gigamesh Omnium

RR.. MARTIN GEORGE (2005). Canción de Hielo Y Fuego: Festín de Cuervos: Gigamesh Omnium

RR.. MARTIN GEORGE (2011). Canción de Hielo Y Fuego: Danza de Dragones: Gigamesh Omnium

TORNO LUIS (2018). Cine, cultura y turismo: Estudio Análisis cinematográfico. Recuperado de [www.luistorno.com](http://www.luistorno.com)

TURISMO CINEMATográfico BLOG (2016). Diferentes tipos de turismo cinematográfico. Recuperado de [www.turismocinematografico.blogpost.com](http://www.turismocinematografico.blogpost.com)

VICENTE VERÓNICA (2016). Pesetas, sol y simpatía.. o como se invento el turismo. Recuperado de <https://www.20minutos.es>

VOGELER y HERNÁNDEZ (2018) Introducción al Turismo: Análisis y Estructura p28: Editorial Universitaria Ramón Areces.