

Barcelona más allá de Barcelona. La ciudad cinematográfica transformada en otras ciudades¹

*Carlota Bonet Balaguer, Andrea Campos Hernández,
Carla Marcos Cladellas, Blanca Tejedor Parodi,
Dr. Eugeni Osácar Marzal*

Campus de Turismo, Hotelería y Gastronomía CETT-UB
Barcelona, España

Resumen

■ Desde finales del siglo XX, el binomio turismo y cine, denominado habitualmente turismo cinematográfico, se ha convertido en una de las modalidades turísticas más emergentes y dinámicas. Entre las diversas tipologías de turismo cinematográfico aceptadas en el ámbito académico, esta investigación se ha basado en aquella que tiene una doble identidad fílmica, como destino de rodaje y como destino donde sucede la trama de la película. Es decir, una película se rueda en un lugar determinado pero en realidad está representando otro lugar. El objetivo principal de la investigación es identificar y analizar las producciones o coproducciones audiovisuales internacionales que se han rodado parcial o totalmente en Barcelona y que en la ficción representan otras ciudades. Los resultados se han obtenido a partir de una metodología fundamentalmente analítico-descriptiva. Como principal conclusión del estudio se puede extraer que las películas internacionales rodadas en Barcelona, pero que representan otros lugares, tienen gran potencial para reforzar o crear una oferta competitiva de turismo cinematográfico en Barcelona.

Palabras clave:

Barcelona, Desplazamiento Cinematográfico, Imagen Turística, Películas, Turismo Cinematográfico.

Abstract

■ Since the late twentieth century, the duality tourism and cinema, commonly referred to as film-induced tourism, has become one of the most emerging and dynamic tourist modalities. Amongst the various types of film-induced tourism accepted by the academia, this research has been based on one that has a double filmic identity: as film destination and as film setting. Meaning a film that is shot in a particular place but is actually representing elsewhere. The main objective of this research is to identify and analyse the international audio-visual productions or co-productions that have been partially or completely shot in Barcelona yet in fiction represent another city. The results were essentially obtained from an analytical-descriptive methodology. As a main conclusion of the study, it can be stated that international films which are shot in Barcelona but represent elsewhere in the film, have great potential to strengthen or create a competitive offer of film-induced tourism in Barcelona.

Key Words:

Barcelona, Displacement Theory, Films, Film-induced Tourism, Tourist Image.

¹ Este artículo surge del Trabajo Final de Grado (TFG) realizado por Carlota Bonet, Andrea Campos, Carla Marcos y Blanca Tejedor en el marco del Grado de Turismo del Campus de Turisme, Hotelería i Gastronomía CETT-UB. Tutorizado por el Dr. Eugeni Osácar, el proyecto ha sido galardonado con el Premio Ramon Arcarons al mejor TFG del Grado de Turismo del CETT 2015-2016.

Introducción

■ Desde finales del siglo XX, el binomio turismo y cine, denominado habitualmente turismo cinematográfico, se ha convertido en una de las modalidades turísticas más emergentes y dinámicas. Actualmente, son muchos los destinos que promueven este tipo de turismo, tanto para posicionarse estratégicamente como para atraer turistas potenciales. Los espacios reales transformados en localizaciones audiovisuales producen en los espectadores una influencia, consciente o no, que les induce a incorporar a su imaginario personal los lugares donde se desarrollan sus producciones favoritas. El siguiente paso para cualquier persona influenciada por una película es querer viajar a los lugares deseados visualmente para conocer, vivir y experimentar. Así pues, las películas y otras producciones audiovisuales se convierten en un auténtico generador y canalizador de turismo. Además, refuerzan ideas y estereotipos conocidos afirmando discursos e imágenes que se corresponden o no con la realidad. Sin duda, la ficción estimula la imaginación y permite la identificación del espectador con lo que sucede y, sobre todo, donde sucede, a pesar de que, algunas veces estos lugares sean imaginarios (Osácar, 2016).

Entre las diversas tipologías de turismo cinematográfico aceptadas en el ámbito académico, nuestra investigación se ha basado en aquella que tiene una doble identidad fílmica, como destino de rodaje y como destino donde sucede la trama o historia de la película. Es decir, una película se rueda en un lugar determinado pero en realidad está representando otro lugar. Este “desplazamiento cinematográfico” origina un conflicto de autenticidades entre los lugares implicados, lo que Bolan (2010) denomina inautenticidad. A pesar de ello, no todos los turistas buscan experiencias auténticas e imágenes reales en los destinos elegidos, por lo que esta dualidad (real y ficción) puede convertirse en atractiva para los dos destinos implicados.

Dicho de otra manera, ¿cuando una producción cinematográfica se rueda en una ciudad o territorio, pero en la ficción representa otro lugar, quién se puede beneficiar turísticamente, la ciudad filmada, la ciudad representada o ambas? Sin duda, un tema muy interesante desde la óptica turística, que no tiene una respuesta única y que en esta investigación pretendemos dar respuesta, aunque sea parcial, para Barcelona como destino de turismo cinematográfico.

Así pues, nuestra investigación se ha basado en profundizar en la teoría del desplazamiento cinematográfico a partir del caso de Barcelona, identificando y analizando las producciones internacionales que se han rodado en la ciudad, pero que en la ficción representan otras ciudades. entes.

Conceptualización y tipologías de turismo cinematográfico

Revisión de la literatura

■ Esta modalidad de turismo que tiene como elemento clave las producciones audiovisuales recibe diferentes nombres en la bibliografía internacional: *film tourism*, *movie tourism*, *screen tourism*, *movie-induced tourism*, *film-induced tourism*, *set-jetting tourism*, e incluso *media-induced tourism*, por lo que hace referencia al mundo anglosajón, y *ciné-tourisme*, cineturismo y turismo cinematográfico, en la literatura francófona, italiana e hispanoparlante respectivamente.

De todas maneras, más allá de las diversas definiciones generadas en la literatura académica de los últimos veinte años, en el ámbito anglosajón los términos *film-induced tourism*, es decir turismo inducido por el cine, y *screen tourism*, parecen consolidarse. En el caso del primero, sobre todo a partir de las publicaciones de Macionis (2004) y Beeton (2005). Esta última lo define como: “*Visitation to sites where movies and TV programmes have been filmed as well as to tours to production studios, including film-related theme parks*” (p.11). Beeton, para reforzar el uso del término *film-induced tourism*, frente a los otros conceptos o denominaciones, argumenta que *movie-induced tourism* relaciona las localizaciones turísticas de una zona determinada que aparecen en una película de éxito. En cambio, *film-induced tourism* amplía el abanico a las localizaciones turísticas que aparecen también en las series de televisión y telefilmes.

En referencia al segundo término, es decir, *screen tourism*, su uso es cada vez mayor, sobre todo en el Reino Unido. Los medios de comunicación, pero también el sector turístico y el audiovisual del país lo utilizan habitualmente para referirse al binomio turismo y cine. Sin duda, el hecho de ser el término utilizado en los diversos estudios de referencia realizados por Olsberg SPI, sobre el impacto turístico de las películas y las series de televisión rodadas en el Reino Unido, ha influido significativamente en su popularidad en las islas británicas (Olsberg SPI, s.f.).

En España y en el mundo hispanoparlante, a pesar de que uno de los primeros libros que trata el fenómeno de la vinculación del cine y el turismo lo denomina *movie tourism* (Rosado y Querol, 2006), en general parece que, a medida que esta modalidad turística emergente se va extendiendo, tanto en el ámbito académico como en los dos sectores implicados y en los medios de comunicación, la denominación de turismo cinematográfico va ganando cada vez más adeptos. En esta investigación se simultanearán las diversas denominaciones, priorizando la de turismo cinematográfico.

Tabla 1 Formas y características del turismo cinematográfico

Formas	Características
Turismo cinematográfico como motivación principal de viaje.	Las localizaciones de la película son atracciones turísticas con capacidad de provocar la visita.
Turismo cinematográfico como parte de las vacaciones.	Los turistas visitan las localizaciones de la película como una actividad de sus vacaciones.
Turismo cinematográfico como parte de una mirada romántica.	A los turistas les gusta contemplar los lugares destacados de la película en soledad y privacidad, estableciendo una relación semi-espiritual con el lugar.
Turismo cinematográfico por razones de evasión, nostalgia o peregrinaje.	Visitar las localizaciones de la película permite a los turistas ir más allá de la vida diaria, visitar lugares que representan otra época o visitarlos como forma de homenaje a la película.
Turismo cinematográfico a los lugares del rodaje que representan otro lugar.	Películas y series que han sido filmadas en un lugar para representar otro.
Turismo cinematográfico a los lugares donde se basa la película, pero no donde se ha rodado.	Las películas han despertado interés en un país concreto, ciudad o lugar, en el que se basa la historia o trama, pero en el que no se ha rodado.
Productos turísticos basados en el cine o la televisión.	Las empresas y organizaciones turísticas crean tours a partir de diversas películas rodadas en una zona determinada.

Fuente: Adaptado a partir de Busby y Blug (2001) y Beeton (2005).

Tipologías de turismo cinematográfico

■ Es interesante destacar autores como Busby y Blug (2001) y Beeton (2005), que plantean la diversidad y las características del *film-induced tourism*.

Sin ánimo de ser exhaustivos, ya que Beeton (2005) plantea 17 opciones o modalidades de *film-induced tourism*, en la Tabla 1 se han recogido, según nuestro planteamiento, las formas de turismo cinematográfico más reconocibles y utilizadas por los destinos turísticos para mejorar su capacidad de atracción y de gestión.

Para nuestra investigación, sin duda, debemos destacar dos opciones interrelacionadas a partir de la denominada doble identidad fílmica: el turismo cinematográfico a los lugares del rodaje que representan otro lugar y el turismo cinematográfico a los lugares donde se basa la película, pero no se ha rodado allí. Es decir, una película se rueda en una ciudad o zona determinada pero en realidad está representando otro lugar.

Teoría del desplazamiento cinematográfico

■ Precisamente, el hecho que una película esté rodada en un lugar pero que en realidad represente otro es lo que Bolan (2010) denomina desplazamiento cinematográfico. Esta dicotomía entre el lugar donde se produce la filmación y el que realmente representa origina un conflicto de autenticidades que Bolan (2010) vincula al concepto de inautenticidad.

Hasta la fecha son escasos los autores que han tratado el desplazamiento cinematográfico y sus consecuencias turísticas en los lugares vinculados pero, a pesar de ello, no hay ninguna duda que este hecho se viene produciendo desde los años cincuenta del siglo pasado, cuando la industria del cine decidió utilizar espacios reales, además de platós, para desarrollar sus producciones. Sirva como ejemplo el caso de España, donde la Costa Brava y Almería han sido dos zonas que, históricamente, se han convertido en escenario natural de películas internacionales en las que en la ficción representaban otros lugares.

Entre la gran cantidad de producciones donde se produce el desplazamiento cinematográfico, merece ser destacada *Lawrence of Arabia* (1962), considerada una de las mejores películas de la historia. Se trata de una película británica dirigida por David Lean y protagonizada por Peter O'Toole que narra la participación de T. E. Lawrence en la revuelta árabe durante la I Guerra Mundial. Basada en hechos reales, la historia sucedió en la zona comprendida entre la península arábiga y el golfo de Áqaba, pero en cambio fue rodada mayoritariamente en Almería (Cabo de Gata, desierto de Tabernas y playa del Algarrobico) y Sevilla.

Otro ejemplo llamativo es el de *Braveheart* (1995), producida, dirigida y protagonizada por Mel Gibson. Se trata de una de las películas históricas y épicas más exitosas del cine, basada en la vida de William Wallace, el gran héroe nacional escocés, que lideró la batalla de Bannockburn contra los ingleses y que constituye uno de los episodios históricos más celebrados por los escoceses, ya que provocó al cabo de pocos años la independencia de Escocia. Pues bien, la batalla cerca de Stirling, así como la mayoría de las secuencias de esta película, símbolo de Escocia, fueron rodadas en Irlanda.

Por último, y más reciente, tenemos el caso de *Perfume: The Story of a Murderer* (2006). Una superproducción europea de gran éxito, basada en la novela homónima del escritor alemán Patrick Süskind, publicada en 1985 y que fue un gran *best seller*, con más de 15 millones de ejemplares vendidos. La historia de Jean-Baptiste Grenouille, una persona con un olfato excepcional, sucede en la Francia del siglo XVIII, pero fue mayoritariamente rodada en Barcelona y otras poblaciones catalanas como Girona, Figueres y Besalú.

Retomando de nuevo el concepto y desarrollo del desplazamiento cinematográfico, y a pesar de la escasez de autores en el ámbito académico, destacan los trabajos realizados por Bolan (2010) y posteriormente por Bolan,

Boyd y Bell (2012), los cuales han desarrollado un modelo de desplazamiento cinematográfico basado en las motivaciones de los turistas potenciales. Los autores desarrollan el modelo a partir de factores motivacionales primarios y secundarios. Los primeros hacen referencia a aspectos directamente vinculados a la película como los actores, el relato o historia, los paisajes o escenarios, los personajes de la ficción, la banda sonora e incluso elementos de atracción emocional. Los secundarios están relacionados con actuaciones de empresas y organismos audiovisuales o turísticos, como son las promociones de la película a través de televisión o internet, los *movie maps* o rutas cinematográficas y las exposiciones de objetos vinculados a la película o la temática. Este planteamiento identifica tres tipos de turistas que se detallan en la Tabla 2.

Objetivos

■ El objetivo principal de la investigación que aquí se presenta es identificar y analizar las producciones o coproducciones audiovisuales internacionales que se han rodado parcial o totalmente en Barcelona y que en la ficción representan otras ciudades. A partir de este objetivo general se plantean otros objetivos más concretos y específicos. En primer lugar, identificar, analizar y valorar los espacios reales de Barcelona que aparecen en las producciones internacionales. En segundo lugar, valorar la posibilidad de estructurar una oferta de turismo cinematográfico de Barcelona a partir de las producciones internacionales que en la ficción representa otras ciudades.

Metodología

■ La investigación se ha iniciado con un estudio y des-

Tabla 2 Tipología de Film Tourists

Tipo de turista	Modelo	Influencias y motivaciones
Turista escénico / Visual	B	Influenciado por lo que ve. Busca el lugar de rodaje atraído por el paisaje (naturaleza o urbano).
Turista emocional / Nostálgico	C	Influenciado por la trama o los personajes, con los que se identifica. Busca los lugares reales que le conectan con la historia de la película.
Turista cinematográfico puro	A	Influenciado por la mayoría de factores de la película. Busca los lugares de rodaje y los lugares reales que representa.

Fuente: Bolan (2010)

cripción de los temas principales o ejes sobre los que gira. Es decir, el desarrollo conceptual de la imagen turística y la vinculación del cine y el turismo en el denominado turismo cinematográfico. Dada la importancia en esta investigación del concepto de desplazamiento cinematográfico, se han estudiado con detalle dos destinos turísticos como Malta e Irlanda, que además de ser importantes platós de rodaje de películas y series, en la mayoría de producciones audiovisuales representan otros lugares.

Tipo y técnicas de investigación

■ La investigación empírica se ha desarrollado a partir de una metodología fundamentalmente analítico-descriptiva. Este tipo de investigación da respuesta efectiva a algunos de los objetivos establecidos, ya que lo que pretende es describir y clasificar la información recogida a través de un análisis exhaustivo de los espacios reales de Barcelona que aparecen en las películas de producción o coproducción internacional.

Además, se han utilizado técnicas cuantitativas que nos permiten recopilar la información de manera numérica, objetiva, estática, y basada en hechos observables. Al existir una relación bien definida entre las variables objeto del estudio y los elementos o unidades de observación, la metodología cuantitativa responde adecuadamente a los objetivos planteados en esta investigación. Entre las técnicas cuantitativas, se ha decidido utilizar la técnica de observación científica, es decir el análisis de los contenidos audiovisuales a través de la observación con unos objetivos claros, definidos y precisos. Así pues, al tratarse de producciones cinematográficas, la observación es directa y no participante, ya que no hay implicación por parte de los investigadores.

Selección

■ A la hora de seleccionar las películas internacionales de ficción rodadas total o parcialmente en Barcelona se han tenido en cuenta los siguientes seis criterios:

- a. Las películas en la ficción representan otra ciudad o territorio.
- b. Las películas han de tener como mínimo producción de un país que no sea España.
- c. Como mínimo, en cada película tiene que haber una secuencia rodada en Barcelona.
- d. Se han priorizado los filmes con participación de actores y actrices de reconocido prestigio o éxito internacional.
- e. Se han priorizado las películas dirigidas por directores de prestigio o éxito internacional.

f. Se han descartado los filmes en los que no aparece ningún exterior o interior de Barcelona que se pueda identificar.

Así pues, el estudio se basa en 31 películas con participación internacional que abarcan desde el año 1955 hasta el 2014. Se trata de las producciones más representativas y útiles del cine internacional rodado en Barcelona que, además, cumplen los criterios establecidos y que, a su vez, han de permitir realizar adecuadamente el trabajo de campo para poder conseguir los objetivos propuestos.

Instrumentos de recogida de información

■ A continuación se describen los diversos instrumentos que se utilizan en esta investigación para la recogida de datos a efectos de analizar la selección de películas internacionales. El análisis de cada película se ha dividido en tres partes:

a. Introducción. Contextualización de la película, sinopsis y elaboración de una ficha técnica con algunos descriptores (Tabla 3 en la siguiente página).

b. Identificación de las localizaciones o atractivos turísticos de Barcelona que aparecen en la película. Se ha elaborado una segunda ficha que contiene algunos descriptores (Tabla 4 en la siguiente página).

c. Análisis y valoración final. A partir de la información obtenida en el punto anterior, se describe y se analiza la localización identificada en el contexto de la película y del lugar que representa en la ficción. Finalmente, se valora de manera global la importancia de la película en el contexto de la ciudad.

Resultados

■ A continuación se detallan los principales resultados de la investigación, que se presentan agrupados en dos partes: el análisis cuantitativo de las características de las producciones internacionales y el análisis cuantitativo de la presencia de Barcelona y los lugares que representa en las producciones internacionales.

Análisis cuantitativo de las características de las producciones internacionales

■ Las 31 películas analizadas son producciones o coproducciones internacionales, donde predominan países como Estados Unidos con un 42%, el Reino Unido (39%), Francia (26%) e Italia y Alemania con un 23%. Un predominio que no es casual, ya que estos cinco países forman parte del grupo principal de la industria cinematográfica mundial.

Tabla 3 Información sobre la película

Año	
Fecha de estreno	
Duración	
Países de producción	
Género	
Idioma	
% de presencia de Barcelona	
Director	
Guión	
Reparto más destacado	
Presupuesto	
Recaudación	
Premios	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 Identificación de las localizaciones

Localización	
Lugar que representa	
Imagen	
Número de secuencia	
Minuto	

Fuente: Elaboración propia

Además, es importante destacar que en la mayoría de los filmes, en concreto en un 94%, hay participación de una o diversas compañías cinematográficas españolas. Este hecho es habitual, ya que normalmente las producciones internacionales buscan *partners* en los países donde se realiza el rodaje, aunque sea parcialmente.

En cuanto al género, predomina el drama con un 42%, seguido de los *thrillers* y las películas de acción que representan un 23% y un 19% respectivamente. Los filmes de terror o fantástico son un 13%, y cierra la clasificación las comedias con un 3% del total.

Un aspecto destacado de los resultados de este bloque es la presencia significativa de actores y actrices de reconocido prestigio o éxito internacional en la mayoría de las películas analizadas. En concreto, en un 74% de los filmes aparecen actores y actrices de fama internacional. Entre las más de 40 personas relevantes identificadas y seleccionadas destacan estrellas de Hollywood del

siglo XX, como Orson Welles o John Wayne, y figuras del actual panorama cinematográfico mundial como los oscarizados Matthew McConaughey, Christian Bale, Dustin Hoffman, Eddie Redmayne, Robert de Niro, Julianne Moore y Penélope Cruz, además de artistas tan populares como Alan Rickman, Robert Pattinson, Robert Englund, Dany Glover, John Cusack, Elijah Wood y Sigourney Weaver. Sin duda, una presencia estelar que pone en valor las películas rodadas en Barcelona y, a su vez, refuerza las posibilidades de poder estructurar una oferta competitiva de turismo cinematográfico en Barcelona a partir de películas que en la ficción representan otras ciudades o territorios.

En referencia a la presencia de grandes directores en las películas analizadas, a pesar de que el número de directores y filmes es menor, sigue habiendo una cifra considerable. En concreto, el 32% de las películas están dirigidas por directores que forman parte de la historia del cine como los norteamericanos Orson Welles y Henry

Tabla 5 Relación de películas con actores y actrices de prestigio o fama internacional

Películas	Actores y actrices
<i>Mr. Arkadin</i>	Orson Welles, Michael Redgrave
<i>Circus World</i>	John Wayne, Rita Hayworth, Claudia Cardinale
<i>Chimes at midnight</i>	Orson Welles, John Gielgud, Jeanne Moreau
<i>Estambul 65</i>	Horst Buchholz, Klaus Kinski
<i>The Castle of Fu Manchu</i>	Christopher Lee
<i>Marquis de Sade: Justine</i>	Klaus Kinski, Jack Palance
<i>The Great White Hope</i>	James Earl Jones, Jane Alexander
<i>Nachts, wenn Dracula erwacht</i>	Christopher Lee, Klaus Kinski, Herbert Lom
<i>Voyage of the Damned</i>	James Mason, Faye Dunaway, Orson Welles, Max Von Sydow
<i>The Tulse Luper Suitcases</i>	Isabella Rossellini, Franka Potente
<i>The Machinist</i>	Christian Bale, Jennifer Jason Leigh
<i>Rottweiler</i>	Paul Naschy
<i>Sahara</i>	Matthew McConaughey, Penélope Cruz
<i>Perfume: The story of a murderer</i>	Alan Rickman, Dustin Hoffman, Ben Whishaw
<i>Cargo</i>	Peter Mullan, Daniel Brühl
<i>Little Ashes</i>	Robert Pattinson
<i>Body Armour</i>	Chazz Palminteri
<i>Savage Grace</i>	Julianne Moore, Eddie Redmayne
<i>Les derniers jours du monde</i>	Mathieu Amalric
<i>I want to be a soldier</i>	Robert Englund, Danny Glover
<i>Red Lights</i>	Robert de Niro, Sigourney Weaver, Cillian Murphy, Toby Jones
<i>Mindscape</i>	Brian Cox, Mark Strong
<i>Grand Piano</i>	John Cusack, Elijah Wood

Fuente: Elaboración propia

Hathaway, además de figuras emergentes del actual panorama mundial como el alemán Tom Tykwer y el español Rodrigo Cortés, sin olvidar el inclasificable artista británico Peter Greenaway, con un gran prestigio en el mundo audiovisual. Un elenco de nombres reconocidos en la industria del cine y, sobre todo, conocidos por el gran público que, sin duda, aumenta el valor de estas películas rodadas en Barcelona (Tabla 6).

Análisis cuantitativo de la presencia de Barcelona y los lugares que representa en las producciones internacionales

■ El dato más significativo de la presencia de Barcelona en las 31 películas internacionales analizadas es que

predominan aquellas en las que la ciudad aparece en menos de un 40% del metraje. En concreto, esto sucede en 25 películas que equivalen al 81% del total. Curiosamente, de las seis películas restantes, en cinco la presencia de la ciudad es del 100%.

Otro elemento interesante obtenido en la investigación es la identificación de los lugares en los que se transforma Barcelona en la ficción. En concreto, Barcelona, o mejor dicho algunos espacios de la misma, son el escenario natural de 28 ciudades o territorios. Tal como refleja la Tabla 7 (en las siguientes páginas), destaca la transformación o presencia de cuatro ciudades de Estados Unidos, con Los Ángeles y Nueva York situados en los primeros lugares del *ranking*, con siete y cinco apariciones respectivamente. Barcelona también se convierte en cuatro ciudades fran-

Tabla 6 Relación de películas con directores de prestigio o fama internacional

Películas	Directores
<i>Mr. Arkadin</i>	Orson Welles
<i>Circus World</i>	Henry Hathaway
<i>Chimes at midnight</i>	Orson Welles
<i>Estambul 65</i>	Antonio Isasi-Isasmendi
<i>Voyage of the damned</i>	Stuart Rosenberg
<i>The Tulse Luper Suitcases, Part 1: The Moab Story</i>	Peter Greenaway
<i>The Tulse Luper Suitcases, Part 2: Vaux to the Sea</i>	Peter Greenaway
<i>The Tulse Luper Suitcases, Part 3: From Sark to the Finish</i>	Peter Greenaway
<i>Perfume: The Story of a Murderer</i>	Tom Tykwer
<i>Red Lights</i>	Rodrigo Cortés

Fuente: Elaboración propia

cesas, con especial protagonismo de París (presencia en cinco películas). Otras ciudades significativas a nivel turístico como Londres, Estambul, La Habana y Madrid tienen presencia en este interesante y novedoso listado de la transformación de Barcelona en la ficción audiovisual. Sin duda, un amplio y heterogéneo abanico de ciudades que demuestra las enormes posibilidades de Barcelona como escenario cinematográfico camaleónico.

En líneas generales, las localizaciones que aparecen en las películas son muy numerosas y heterogéneas: calles, plazas, parques, edificios, jardines, mercados, playas, puertos, restaurantes, etc. En concreto, se han identificado 105 localizaciones o espacios ubicados en Barcelona y alrededores. Una cifra muy considerable, si tenemos en cuenta que todas estas localizaciones reales se transforman en espacios de ficción que representan otras ciudades. Si analizamos las 20 localizaciones utilizadas como mínimo en dos producciones (Tabla 8), se aprecia que hay lugares tan conocidos y turísticos como la plaza Reial, el parc del Laberint, el parc de la Ciutadella, el Poble Espanyol, la Catedral o el Park Güell. Un hecho que a priori puede sorprender, ya que no hay que olvidar que en estas producciones analizadas, Barcelona cinematográficamente está presente, pero en la ficción no debería reconocerse. Una lectura más detallada de los resultados nos permite deducir que todos estos espacios mencionados, a pesar de ser conocidos internacionalmente, son también fácilmente transformables. Así por ejemplo, el parc del Laberint, el parc de la Ciutadella, el Park Güell o el Poble Espanyol son lugares de una cierta extensión que ofrecen múltiples opciones como plató de rodaje y donde es relativamente fácil obviar los elementos más reconocibles. Probablemente, esta reflexión sirva para deducir por qué los espacios más utilizados en las

producciones internacionales como la Sagrada Familia, el monumento a Colón o La Rambla no aparezcan en nuestra investigación. Finalmente, destacar la notable presencia del Port Vell que aparece en seis películas, dando vida cinematográfica a cinco ciudades diferentes como Los Ángeles, Estambul, Nápoles, Hamburgo y una localidad africana que no se menciona su nombre.

Precisamente, las posibilidades audiovisuales de algunos de los espacios anteriormente mencionados permiten que se transformen en diversas ciudades. Más allá del Port Vell, ya comentado, sirva como ejemplo el parc de la Ciutadella, que se convierte en la ficción en Madrid, París y Estambul, o el Poble Espanyol, en Los Ángeles, Madrid, Grasse y Transilvania. Pero, sin duda, la localización más camaleónica es la estación de Francia, que en las diversas películas la podemos ver como París, Budapest, Hamburgo, Amberes, Alcúdia o Ventimiglia.

Conclusiones

■ Las implicaciones de este trabajo, desde el punto de vista académico, aportan un mayor conocimiento de la relación entre el turismo y el cine y de manera más concreta profundiza en el desarrollo conceptual de los destinos turísticos que son además destinos o platós de rodaje, pero que en la ficción cinematográfica están representando otros lugares. La supuesta dicotomía, desde el punto de vista del beneficio turístico, entre ciudad filmada y ciudad representada, cuando se trata de una producción audiovisual que se rueda en una localidad pero representa otra, ha sido poco estudiada en el ámbito académico. Un hecho que se agudiza si nos centramos

Tabla 7 Ciudades o territorios representados en las producciones internacionales rodadas en Barcelona

Ciudad o territorio representado	Nº de películas en las que aparece
Los Ángeles (Estados Unidos)	7
París (Francia)	5
Nueva York (Estados Unidos)	3
Hamburgo (Alemania)	2
Estambul (Turquía)	2
La Habana (Cuba)	2
Londres (Reino Unido)	2
Madrid (España)	2
Alcúdia (España)	1
Amberes (Bélgica)	1
Boston (Estados Unidos)	1
Budapest (Hungría)	1
Cadaqués (España)	1
Chicago (Estados Unidos)	1
Ciudad no identificada de África	1
Ciudad no identificada de Andalucía	1
Ciudad no identificada de Alemania	1
Ciudad no identificada de Estados Unidos	1
Ciudad no identificada de Inglaterra	1
Ciudad no identificada de Turquía	1
Dinard (Francia)	1
Grasse (Francia)	1
Lagos (Nigeria)	1
Nápoles (Italia)	1
Palma de Mallorca (España)	1
Toulouse (Francia)	1
Transilvania (Rumania)	1
Ventimiglia (Italia)	1

Fuente: Elaboración propia

en el mundo hispanoparlante, donde prácticamente no existe ningún trabajo sobre esta temática.

Desde el punto de vista práctico, este estudio, realizado a partir del análisis de 31 películas internacionales rodadas parcial o totalmente en Barcelona y que en la ficción representan otras ciudades o territorios, ha permitido ob-

tener información muy relevante de las mismas, tanto desde la óptica de las características de las producciones como de la presencia de Barcelona.

Antes de concretar el alcance turístico de los resultados, es importante resaltar no solo la importancia cuantitativa de las 31 películas internacionales analizadas, sino el

Tabla 8 Espacios de Barcelona que aparecen en más de una película

Ciudad o territorio representado	Nº de películas en las que aparece
Port Vell	6
Estación de Francia	4
Parc de la Ciutadella	4
Poble Espanyol	4
Parc del Laberint d'Horta	3
Plaza Reial	3
Aeropuerto de Barcelona	2
Antigua Central Térmica del Besós	2
Casino de l'Aliança del Poblenou	2
Castillo de Montjuïc	2
Catedral	2
Edificio Central de Correos	2
Edificio de la Llotja de Mar	2
Estadio Olímpico Lluís Companys	2
Facultad de derecho de la UB	2
Antiguo museo de zoología (Ciutadella)	2
Park Güell	2
Plaza de la Mercè	2
Plaza de toros Monumental	2
Plaza Sant Felip Neri	2

Fuente: Elaboración propia

valor cualitativo de la selección realizada. A pesar de que no existe ninguna información fiable y contrastada del número de producciones internacionales que se han rodado en Barcelona cuando esta representa otros lugares, en nuestra investigación hemos realizado una primera aproximación que nos permite concretar la cifra alrededor de las 75 películas, desde la década de los cincuenta del siglo pasado hasta el año 2014, que es el ámbito temporal de este estudio. Tal como ya se ha comentado anteriormente (ver 4.2), la selección se ha realizado siguiendo unos criterios establecidos y priorizando aquellas producciones que se intuyen más representativas y útiles. Esta es la razón por la que se han descartado la totalidad de películas producidas en las décadas de los sesenta y setenta en los antiguos Estudios Cinematográficos Balcázar, conocidos popularmente como “Esplugas City” por estar ubicados en Esplugues de Llobregat, donde se rodaron un número considerable de *westerns*.

En líneas generales, las películas analizadas aportan

diversos elementos de valor cinematográfico y turístico. Como ha quedado reflejado en diversos apartados de este artículo, la presencia de actores, actrices y directores de fama internacional o de prestigio es muy significativa. Este hecho, por sí solo, facilita el uso estratégico y promocional de las películas implicadas por parte del destino, es decir Barcelona. Sirva como ejemplo, la posibilidad de poder plantear acciones de promoción o incluso de creación de una propuesta de turismo cinematográfico a partir de los diversos artistas que han ganado Oscars o premios destacados del mundo audiovisual (sin duda, un planteamiento que podría hacerse extensivo a películas donde Barcelona figura como tal).

Otro resultado interesante obtenido en esta investigación es la identificación y el análisis de 105 localizaciones o espacios de la ciudad, muchas de ellas con valor o potencial valor turístico. El hecho de que aparezcan lugares tan emblemáticos de Barcelona como el Park Güell, el parc del Laberint d'Horta, la plaza Reial, el parc de la

Ciutadella o el Poble Espanyol ofrece, sin duda, opciones de “visualizar” turísticamente la presencia de Barcelona en películas donde una parte del público que las ha visto desconoce que se han rodado en la ciudad. Además, hay que tener en cuenta que entre todos los espacios identificados, existe un número aceptable de localizaciones situadas en zonas menos turísticas (incluidos espacios de ciudades limítrofes como Badalona o L’Hospitalet de Llobregat), lo que puede contribuir, aunque sea de manera complementaria, a mejorar la descentralización de las áreas con mayor densidad y uso turístico.

Como síntesis de lo expuesto en este artículo, estas producciones cinematográficas internacionales pueden ser una buena herramienta para los responsables de la gestión y promoción de un destino. El debate sobre qué destino puede beneficiarse turísticamente cuando una película se rueda en una ciudad pero representa otra, es decir, la ciudad filmada, la representada o ambas, queda abierto. Ahora bien, no hay duda que en el caso de Barcelona, después de los resultados obtenidos en esta investigación, los factores motivacionales positivos y de atracción cinematográfica y turística son tan evidentes que la ciudad dispone a partir de ahora de nuevos elementos para incorporar a las acciones de marketing con el fin de potenciar el turismo urbano y más específicamente el turismo cinematográfico.

Finalmente, entre las principales líneas de investigación futuras cabe destacar el interés en aplicar la metodología y los objetivos de la investigación a otros destinos turísticos españoles con potencialidad cinematográfica, lo que permitirá corroborar la idoneidad de este estudio y ampliar los resultados. Sin duda, los países que apuestan por ser platós de rodaje, aunque en la ficción su territorio aparezca como si se tratase de otro lugar, disponen también de una gran oportunidad turística si saben gestionar adecuadamente este tipo de producciones.

Referencias

- Beeton, S. (2005). *Film-Induced Tourism*. Chichester, Reino Unido: Channel View Publications.
- Bolan, P. (2010). Displacement Theory - Probing New Ground in Film-Induced Tourism. *6th Annual Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference (THRIC)*. Recuperado 20 junio 2016, de <http://www.shannoncollege.com/wp-content/uploads/2009/12/THRIC-2010-Full-Paper-P.-Bolan.pdf>
- Bolan, P., Boyd, S. y Bell, J. (2012). Motivation, Authenticity & Displacement in the Film-induced Tourism Experience. En *The Contemporary Tourist Experience: Concepts & Consequences* (p. 219-234). Londres: Routledge.

Busby, G. y Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 316-331.

Macionis, N. (2004). Understanding the film-induced tourist. En W. Frost, G. Croy, S. Beeton (Eds.), *ITAM Conference Proceedings*. Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University.

Olsberg/SPI. (Sin fecha). *Quantifying Film and Television Tourism in England*. Recuperado 15 junio 2016, de <http://www.o-spi.co.uk/recent-reports/>

Osácar, E. (2016). La imagen turística de Barcelona a través de las películas internacionales. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(4), 843-858.

Rosado, C. y Querol, P. (2006). *Cine y turismo. Una nueva estrategia de promoción*. Madrid: Ocho y medio.

Datos de contacto

Carlota Bonet Balaguer
Carlotabonet@Gmail.Com

Andrea Campos Hernández
Andrea94ch@Gmail.Com

Carla Marcos Cladellas
Carlamarcoscladellas@Gmail.Com

Blanca Tejedor Parodi
Blancatp714@Gmail.Com

Dr. Eugeni Osácar Marzal
E.Osacar@Cett.Cat