

CINE, CIUDAD, TURISMO. DE PLAYTIME A TERRAMOTOURISM

CINEMA, CITY, TOURISM.
FROM *PLAYTIME* TO *TERRAMOTOURISM*

ROGELIO RUIZ FERNÁNDEZ*

RESUMEN

Se estudia el efecto del cine sobre el turismo en dos direcciones. Como pantalla que ofrece y magnifica destinos que nunca se encontrará como en la película, y en sentido contrario, cómo afecta a los lugares, muchas veces vírgenes hasta entonces, su aparición en distintas películas y las consecuencias del exceso de afluencia. Los ejemplos citados son principalmente películas comerciales ya que son estas las de mayor difusión y por tanto las de mayor efecto sobre las localizaciones.

PALABRAS CLAVE: Cine, Ciudad, Turismo, Urbanismo, Gentrificación.

ABSTRACT

We study the effects that cinema produces in tourism in both directions. How films offer us destinations that we will never find as in the movies. And backwards, how locations, many times virgin until the moment they are shown on the screens, suffer an excessive affluence of tourism afterwards. We deal with commercial films in many examples, as they are usually those which have a wider diffusion and therefore a greater effect onto the sites.

KEYWORDS: Cinema, City, Tourism, Urbanism, Gentryfication.

* Doctor Arquitecto, Universidad de Valladolid 2003. Arquitecto Urbanista Universidad Politécnica de Valencia 1990.. Miembro Comité Científico de FICARQ (Festival Internacional de Cine y Arquitectura) desde su fundación en el Centro Niemeyer, Avilés 2012. Correo electrónico: rogeruiz@arquired.es

1. EL VIAJE

El cine es un ejemplo de comportamiento, nos muestra cómo se vive y enseña a hacerlo de cierta manera. A través de él se puede ver como se desenvuelve la sociedad y también nos educa o incita en una dirección de vida. Si Humphrey Bogart fumaba, la sociedad, para ser más masculina, fumaba. Si Doris Day se vestía de una manera, nuestras madres también lo hacían. Y si Anita Ekberg era rubia de melena, nuestros padres hacían de esto una fantasía de mujer. El cine también nos enseña como esa gente envidiable se divierte viajando, como pasan sus vacaciones y nos invitan a quererlo nosotros también. Resumiendo, el cine es, cómo no, publicidad. Y esos destinos que se ve en la pantalla, probablemente como nunca se *verá in situ*, se convierten en el objeto del deseo y por tanto, paradójicamente, se destruyen como destino idílico.

Si Venecia es intransitable, no lo es tanto cuando Angelina Jolie se mueve con Johnny Depp, ni sé a qué hora podría hoy Marcello Mastroianni bañarse en soledad con aquella diosa rubia en la Fontana di Trevi.

El viaje, además, invita a ser, durante unos días, lo que no es. Es decir el viaje es también, en si mismo, ficción. Teatro en un nuevo decorado, en el que la gente, en el mejor de los casos se convierte en actores. Pero actor tiene la misma raíz que acción, aunque me temo que muchas veces el turista es pasivo.

Los viajes clásicos: la *Eneida* y la *Odisea*, los viajes de Herodoto, las rutas de Marco Polo... y también las peregrinaciones, mucho antes de que los hermanos Lumière nacieran, invitaron al hombre a viajar. Los cristianos fueron a Roma o a Santiago que articula la vida del creyente como destinos mayores u otros menores como los santuarios y apariciones de la Virgen. También el mundo árabe con sus peregrinaciones a la Meca, los judíos al Muro de las Lamentaciones y lo mismo en las grandes religiones asiáticas, visitas a Benarés... Ya Vitrubio en su *Tratado de Arquitectura* aconseja que los templos dedicados a ciertos dioses vinculados a la salud aparezcan en parajes saludables, junto a ríos...

Otros grandes movimientos fueron los vinculados a rutas comerciales, la de la Plata en España o la de la Seda que unía Asia y Europa, la A66 en los Estados Unidos..... El viaje actual es también herencia del Grand Tour in-

glés y alemán que hacía que en los siglos XVIII y XIX un arquitecto inglés tenía su formación incompleta si no había realizado este viaje por Francia e Italia (ya desde Inigo Jones que fue hasta Roma o Wren que fue a Francia, y otros viajeros, Swynburne, Freeman, Street, Clifford... lo hicieron por España). Estos no eran viajes eran estancias. O también el viaje europeo para los habitantes de América.

El viaje literario también influyó en los destinos, *Los viajes de Gulliver* de Jonathan Swift o *Robinson Crusoe* de Daniel Dafoe, nos mostraron, como lo hiciera Rousseau, la bondad de la vida salvaje, *El libro de la selva*, *Sandokan*... Pero la naturaleza siempre se mueve y es difícil cualificar un lugar solo con árboles, incluso playas y una

serie de películas como *Blue Lagoon* (Randall Kleiser, 1980), *The Beach* (Danny Boyle, 2000) y *Cst Away* (Robert Zemeckis, 2000) no concretan tanto el destino. Si bien elementos naturales muy singulares, se diría geológicos, como el Cañón del Colorado, la bahía Phang Nga en Tailandia, o incluso la Ciudad Encantada de Cuenca para Conan el bárbaro... pueden convertirse en iconos.

Pero desde el siglo pasado el encargado de transmitirnos viajes y destinos es el Cine. Onfray (2016) en *Teoría del Viaje* nos dice: “El cuerpo almacena imágenes transformadas en iconos. Ahora bien, nunca cultura alguna los ha celebrado tanto, en detrimento del libro y del concepto, como la nuestra” (p.27).

FIGURA 1. ROMAN HOLIDAY (WILLIAM WYLER, 1953)



Fuente: Fotograma Roman Holiday.

2. CINE PROVIAJE

En el siglo XX el cine se convierte en el gran incitador del viaje, porque si Hannibal Lecter estaba en lo cierto, y vaya si lo estaba, "codiciamos lo que vemos cada día". De este modo *Roman Holiday* (William Wyler, 1953), *La dolce vita* (Federico Fellini, 1960), *Caro Diario* (Nanni Moretti, 1993), *La grande bellezza* (Paolo Sorrentino, 2013)... todas generan nuestro deseo

irrefrenable de acudir a la ciudad eterna. Pero es que además, hay una serie de películas que no se sabe ya ni cuando se vieron por primera vez, ni como entraron en lo más profundo de la cabeza (no ya en el cine, sino, más letal, en la modorra del sofá). Y es que muchos de los recuerdos que se tienen están más fijados en la memoria que los de los replicantes de *Blade Runner*.

FIGURA 2. TO CATCH A THIEF (ALFRED HITCHCOCK, 1955)



Fuente: Fotograma To Catch a Thief

Europa, en este caso París, Londres y Roma-Venecia-Toscana forman también parte de la imaginaria que baraja el cine (y por tanto es) con mucha frecuencia. *An American in Paris* (Vincente Minnelli, 1951), *Paris je t'aime* (Coen, Coixet, Craven, Cuarón, Doyle, Salles, Van Sant, 2006) o *Amélie* (Jean-Pierre Jeunet, 2001) es la Ciudad de la Luz: *To Catch a Thief* (Alfred Hitchcock, 1955), nos hace desear ir al

Carlton y recorrer la Costa Azul; *Casino Royale* (Martin Campbell, 2006) es Mónaco, *Hors de prix* (Pierre Salvadori, 2007) también lo es; *Demain tout commence* (Hugo Gélin, 2017) vende la Costa Azul... *Morte a Venezia* (Luchino Visconti, 1972), *A Room with a View* (James Ivory 1986), *Under the Tuscan Sun* (Audrey Wells, 2004), *Letters to Juliet* (Gary Winick, 2010), *Stealing Beauty* (Bernardo Bertolucci, 1996), o *The Talented Mr.*

Ripley en su versión de Minghella (1999), hasta *The Tourist* (Florian

Henckel von Donnersmarck, 2010)... es Italia.

FIGURA 3. MORTE A VENEZIA (LUCHINO VISCONTI, 1972)



Fuente: Fotograma Morte a Venezia.

Aunque quizá las vacaciones sean otra cosa. Jean-Luc Godard en *Le Mépris* (1963), nos enseña otra manera de disfrutar que se aprendió muy bien: quizá el ocio sea tomar el sol (no todos pueden en la casa Malaparte ni con aquella Brigitte Bardot) y bajar sensualmente a darse un chapuzón a las calas de Capri.

Por otro lado las muchas películas estadounidenses, sin demasiadas pretensiones, sobre Hawaii garantizan la industria turística de las islas y por tanto el mantenimiento de su “status quo”, aunque para ello la minoría racial acabe siempre bailando la misma danza.

FIGURA 4. LE MÉPRIS (JEAN-LUC GODARD, 1963)



Fuente: Fotograma *Le Mépris*.

Lo mismo sucede con series televisivas: *Hotel*, desplegando los encantos de los hoteles de gran hall como son los de la obra del arquitecto John Portman que llenaron el mundo; *The Love Boat* estuvo diez años (1977 - 1987) explicándonos lo que puede ser la vida en una turística manera de viajar que se ha convertido en una de las amenazas más fuertes para algunas de las ciudades que se verán¹.

O incluso películas inocentes de niños con sus perros que hacen que la gente se alquile una autocaravana, cuando en la vida se le hubiera ocurrido tal despropósito. El cine estadounidense comercial idealiza, incluso infantiliza, los destinos que interesan al país: grandes lagos, parques naturales americanos, el citado Hawaii... *Nuestra baza es la naturaleza* me decía un profesor norteamericano en Ely. Pero finalmente, su preponderancia en el medio hace que EE.UU. este siempre en el podio del turismo mundial².

Otro apartado serían las “road movies”, la A 66 citada, en las que no se idealiza un lugar concreto sino el camino (también la excepción dentro del recorrido como el Gran Canyon (magnífica la homónima dirigida por Kasdan en 1991 como destino inevitable, o la

presa Hoover). O *The Way* (Emilio Estevez, 2010), producida por la familia Sheen sobre el Camino de Santiago por su ascendencia gallega.

Luego vienen los desiertos ¿qué se nos perdió a nosotros en el desierto? pues ya saben, desde que los ojos azules de Peter O’Toole nos miraron desde aquel atuendo bereber, *Lawrence de Arabia* (David Lean, 1962) nos dijo que el desierto merecía la pena. Y así el principito literario tuvo razón y el gran vacío de arena fue un destino turístico también. Túnez ha sido un lugar para *Star Wars*, y como indudablemente te dirán al llegar, también para *Gladiator* (Ridley Scott, 2000) en su anfiteatro de El Djem o *The English Patient* (Anthony Minghella) que también difundió la iglesia Toscana de San Galgano. *The Sheltering Sky* (Bernardo Bertolucci, 1990) fue otra película del desierto y James Bond estuvo en el de Atacama mostrando un tipo de turismo nuevo en el hotel de los arquitectos Auer y Weber en *Quantum of Solace* (Mark Foster, 2008). Sin olvidar a Rommel, el zorro del desierto... *Paris-Texas* (Wim Wenders, 1984) también nos metía en el mundo de los Joshua Trees... Multi-

¹ También *E la nave va*, de Fellini, muestra la vida en el transatlántico, las distintas clases sociales, los pobres que se amontonan en la cubierta de un barco para ver contra el cristal lo bien que viven los adinerados.

² Llegadas de turistas internacionales (millones): 2016* Francia 82,6; Estados Unidos 75,6; España 75,6; China 59,3; Italia 52,4; Reino Unido 35,8; Alemania 35,6; México 35,0; Tailandia 32,6; Turquía 39,5 (2015). Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO 2017).

tud de hoteles buscan ahora esa localización como destino, incluso en carísimas jaimas.

Lo mismo Asia: *A Passage to India* (David Lean, 1984) es también una incitación al viaje al subcontinente. Todos quieren estar en la ciudad prohibida de Pekín tras ver *The Last Emperor* (Bernardo Bertolucci, 1986), que fue el primero en poder rodar allí. Las cataratas del Iguazú son ya *The Mission* (Roland Joffé, 1986). África, tampoco fue la misma tras *Out of Africa* (Sidney Pollack, 1985). Y Nueva Zelanda es desde hace tiempo *The Lord of the Rings* (Peter Jackson, 2001).

Nueva York es *Manhattan* (Woody Allen, 1979), *Historias de Nueva York* (Allen, Scorsese, Coppola, 1989), *Breakfast at Tiffany's* (Blake Edwards, 1963) King Kong, y muchas, muchísimas más...³ Hay ciudades como San Francisco, que cuando las visitas, tienes una constante sensación de “dejà vu” porque han sido localizaciones en un sinfín de películas. Otra línea de acercamiento viene de los románticos y el aprecio por la naturaleza, no solo de los cuadros de Caspar David Friedrich, de los escritos de Ruskin, o más recientes como *La*

montaña mágica o también *La muerte en Venecia* de Thomas Mann. Esta última, que llevaría Visconti en 1972 a las pantallas, tiene ese resabio de final, de melancolía, de ocaso de una vida u otras veces de una época, como en *El gatopardo*, y parece entonces que es más grande el anhelo que nos crea por estar allí antes de que no quede nada. Desde la literatura *El Balneario* de Hermann Hesse también nos envuelve en esta sensación... Los hoteles tranquilos para enfermos o ancianos: *La giovinezza* (Sorrentino, 2015) con Michael Caine y Harvey Keitel, con otro tiempo, con otro ritmo⁴, o *Viaggio Sola* (Maria Sole Tognazi, 2014) busca precisamente mostrar un buen número de establecimientos de lujo que al final son un trabajo y que sin las relaciones personales no son nada.

Porque hay otro viajero que no conecta con el destino, o que sufre, no como Stendhal por un exceso de belleza, sino por falta de empatía. *Lost in translation* (Sofía Coppola, 2004) con un Bill Murray solo entre la gente, *The Belly of an Architect* (Peter Greenaway, 1987), dentro de la belleza de la ciudad, pero sin poder disfrutarla por

³ Y luego vino la frustración del 11S, las muchas películas que siguen mostrando las gemelas que ya no existen, frustrando, entristeciendo el guion por momentos.

⁴ España tiene una esperanza de vida media de 83 años (segundo del mundo tras Japón) la nueva situación en la que se alcanzan nuevas

cotas de bienestar y vejez merece una relectura del espacio. La profesora Blanca Lleó, dirige una investigación en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, y un Máster: Vivir 100 Años Longevidad y Ciudad Futura, que trata precisamente de pensar el espacio y la ciudad desde esta nueva premisa.

su propia situación personal, el arquitecto atormentado...

FIGURA 5. LA GIOVINEZZA (PAOLO SORRENTINO, 2015)



Fuente: Fotograma *La giovinezza*.

FIGURA 6. LOST IN TRANSLATION (SOFIA COPPOLA, 2003)



Fuente: Fotograma *Lost in Translation*.

O, ya mostrando el problema directamente, en un Bill Hurt en *The Accidental Tourist* (Lawrence Kasdan, 1989), que es precisamente un escritor de guías para gente que viaja, pero no quiere meterse en el mundo del turismo (más bien gente que tiene que viajar).

Esta sensación de final de un lugar, hace que incluso algunas películas cuenten historias que pasaron en ciudades que ya no son como entonces, y es curioso ver como estos cambios hacen que muchas veces los directores fueron a buscar al antiguo Berlín o Viena a Praga (ahora ya no pueden tampoco), a buscar al antiguo Madrid a Lisboa (ahora ya no pueden tampoco), Almería era Italia en *Patton* (Franklin J. Schaffner, 1970) o a veces por motivos políticos la Habana estuvo en Cádiz.

3. CINE CONTRAVIAJE

El cine estadounidense sataniza los destinos que no tiene controlados. Los viajes a Asia que se complican por posesión de drogas, los viajes a México donde los protagonistas sufren agresiones o robos...ya desde *Touch of Evil* (Orson Welles, 1956), con la visión fronteriza de la droga y no solo el cine norteamericano, *Perdita Durango* (Álex de la Iglesia, 1997), producción española, mete miedo, especialmente aquella toma cenital del chabolismo que parece que nunca se acaba. El viaje a México, que para los estadounidenses siempre supone la huída de los personajes perseguidos, o la nueva vida, muchas veces ideal, pero casi siempre desde el cine ilegal, la visión

del miedo o de la sociedad peligrosa⁵. Colombia es unívocamente la droga, los cárteles, como si no hubiera otra realidad... *The Midnight Express* (Alan Parker, 1978), estigmatizó Estambul... Marsella también es a menudo maltratada, mostrada como solo droga e inmigración inadaptada. Y claro si le secuestran a su hijo en *The Man Who Knew Too Much* (Alfred Hitchcock, 1934) no lo harán en los Hamptons, sino en Marruecos... En Marruecos tuvieron que acabar rodando la película *Sex in the City 2*, que no aparece aquí por su calidad, sino porque Dubai, que es el destino que aparece en el guión, les negó el derecho a rodar, y es que el relato una vez más acaba tratando a lo que no controla el país norteamericano con situaciones adversas, ridiculizando al local y desaconsejando “veladamente” el viaje. Pero el esfuerzo es vano, ya que el turismo asiático es el de mayor crecimiento actualmente (UNWTO 2017).

Luego están las películas de transatlánticos que se hunden (las versiones del Titanic...), aviones que se estrellan... para consolar al sedentario envidioso que se queda en casa.

⁵ Fíjense en el idioma cuan transparente es y las claves que nos da: la expresión “things went south” (literalmente: “las cosas se fueron al sur”) quiere decir en EE.UU. que “las cosas se torcieron”.

4. EFECTOS COLATERALES SOBRE LAS LOCALIZACIONES

No se nos escapa que el productor de las películas, en el actual panorama, contacta previamente para saber la subvención que va a recibir de tal o cual ciudad, y que las ciudades más grandes son las más preparadas para pujar, las que tienen un departamento específico de apoyo al cine, con lo cual su situación de “sobreturismo” crece aún más. Como se decía Londres, Roma, Venecia, Praga o París están absolutamente desbordadas, pero también otras como Lisboa o Amsterdam que no están tan utilizadas desde el cine (Sí claro *Ocean Eleven* Amsterdam y *The Russia House*, Lisboa). Colombia también colabora económicamente con las películas que se ruedan en el país. En estos momentos se está produciendo una aceleración de todo, los destinos, con los vuelos baratos ya no son tan inalcanzables y las localizaciones de las películas se convierten en muchos casos en objetivos turísticos⁶.

También, hay que decirlo, se trata de un círculo vicioso, donde no solo la película incentiva al viaje, sino que el viaje

⁶ En los Premios Princesa de Asturias 2017 el presidente del Parlamento Europeo, Antonio Tajani, destacaba los vuelos baratos como uno de los pilares del reforzamiento de Europa. Viajar sin parar y se necesita que nos digan adonde.

previo, ayuda a que esos numerosísimos turistas que reciben las grandes ciudades, cuando son espectadores de películas, les gusta reconocer los sitios donde han estado. Se verá a continuación una serie de lugares que tienen un antes y un después del cine:

4.1. Petra

Tiene dos momentos: cuando aún no había llegado Indiana Jones y tras su película, *Indiana Jones and the Last*

Crusade (Steven Spielberg, 1989). Los beduinos nómadas asentados en la ciudad hasta los ochenta del siglo pasado se han convertido en los guías turísticos... La afluencia de gente había llegado a límites insostenibles para el lugar, motivando la creación del Petra National Trust y la demanda a la UNESCO de protección ante la deriva turística y construcción incontrolada de hoteles. Pero la afluencia bajó drásticamente con los conflictos bélicos⁷.

FIGURA 7. INDIANA EN PETRA (1989)



Fuente: Fotograma Indiana en Petra.

4.2. Meteora

Saltó a la fama mundial cuando James Bond apareció en *For Your Eyes Only*

(John Glen, 1981), y no sería Patrimonio Humanidad Unesco hasta 1988, pero esta película supuso un trauma

⁷ “En los años 90, la reina Noor y los miembros del Petra National Trust, alarmados por la construcción incontrolada de hoteles y facilidades en el entorno de Petra, solicitaron ayuda a la UNESCO. El conservacionismo y la promoción de la industria turística se encontraban ya llegando a su límite de convivencia. Tanto el plan que elaboró la UNESCO como Petra National

Trust se decantaban claramente por la conservación histórica, conscientes de que el incremento de turismo a Jordania era inevitable, sobre todo después del histórico tratado de paz firmado entre Jordania e Israel, en 1994. Su plan pretendía manejar el crecimiento cuidadosamente” por un mundo interminable <http://www.unmundointerminable.com/tag/petra/>

grande para el lugar y la actividad milenaria y tranquila de oración haciendo que los monjes, finalmente, se fueran.

FIGURA 8. FOR YOUR EYES ONLY (JOHN GLEN, 1981), METEORA



Fuente: Fotograma *For Your Eyes Only*.

También Udaipur en India en *Octopussy* (John Glen, 1983) o, encarnado en Pierce Brosnan, en San Petersburgo disfrutó como un elefante en una cacharrería. En realidad el agente de Su Majestad recorre el mundo en cada película como también otros como el personaje de Matt Damon, Bourne o la serie de películas de *Missión: Imposible* (que también se dedicó a fondo en Praga e incluso a la Semana Santa sevillana...) o *The Man From U.N.C.L.E.* (Guy Ritchie, 2015) en

Roma, Londres... Da la impresión que cuantas más ciudades visite el héroe, mas caja hace el productor para hacer frente al film. Se ve que no solo el coche, el reloj, la bebida sino que también las “locations” se convierten en promotores de la película como se viene diciendo⁸.

4.3. Cliffs of Moher

Los acantilados irlandeses de Moher nos acompañaron desde pequeños ya que

⁸ Después de la producción de James Bond en *Meteora*, los monasterios nunca volvieron a serlo mismo. Fundado en 985 d. C. por monjes del Monte Athos mil años más tarde, en octubre de 1980, los monjes perturbados comenzaron a abandonar Meteora de regreso al Monte Athos. La popularidad de la película que atraía a muchos turistas y la perturbación desde la producción ya no ofrecía a los monjes la soledad y la

tranquilidad que deseaban. Aunque los problemas con el turismo pesado comenzaron aproximadamente una década antes, cuando los monasterios se hicieron más accesibles.” SANIDOPOULOS, J, (2011). James Bond went to Meteora, Mystagogy Research Center. (Traducción Rogelio Ruiz) <http://www.johnsanidopoulos.com/2012/11/when-james-bond-went-to-meteora.html>

fueron sublimes escenarios para *Ryan's Daughter* (David Lean 1970), pero su boom definitivo es el 2007 cuando se rodó una entrega de *Harry Potter* y además se abrió el centro de interpretación que recibe numerosísimas visitas por esta causa (y por su indiscutible belleza natural). Los lugares que sirvieron como escenario de *Harry Potter* sufren peregrinaciones tremendas, la biblioteca de Oporto está ahora llena de gente (y hasta cobran por entrar cuando nunca lo hicieron).

4.4. Barcelona

La ciudad Condal ha sido plató de varias películas y de muchísimos spots publicitarios y videos musicales ya que además posee una importante industria audiovisual. *Professione: reporter - The passenger - El reportero* (Michelangelo Antonioni, 1975), *Barcelona* (Whit Stillman 1994), *Vicky, Cristina, Barcelona* (Woody Allen, 2008), *Todo sobre mi madre* (Pedro Almodovar, 1999)...

FIGURA 9. *THE PASSENGER* (ANTONIONI, 1978)



Fuente: Fotograma *The passenger*.

También ha recibido una propaganda intensísima desde el noventa y dos que ha hecho, desde el punto de vista social, a la ciudad como irreconocible. Allí, la que fue concejala, la arquitecta Itziar González, ha estudiado el vuelco turístico del barrio gótico y da escalofríos. Los turistas son los habitantes del lugar habiendo desplazado totalmente a la población. Cosa por otro

lado que cualquiera concibe la ciudad cuando era auténtica, hace muchos años, se puede constatar. De aquella ciudad gótica que hablaba Carmen Laforet en su novela *Nada*, eso es lo que queda. Aparecen ya movimientos anti-turismo y el propio Ayuntamiento ha congelado la posibilidad de crear nuevas plazas hoteleras, aunque

Booking, AirBnb... campan a sus anchas. Han aparecido libros como *Barcelona sense guiris*, escrito por Mónica García en 2008, enfocados a

cómo vivir la ciudad esquivando la masa de turistas. Y también hay movilizaciones contra los cruceros...

FIGURA 10. LES PETITS MOUCHOIRS (CANET, 2010) CAP FERRE



Fuente: Fotograma Les petits mouchoirs.

4.5. Cap Ferre, Arcachon

Otras películas europeas también desatan el interés por algunos lugares *Les petits mouchoirs* (Guillaume Canet, 2010), descubrió Arcachon y Cap

Ferre para muchos. Yo tuve la suerte de disfrutarlo antes, pero en la actualidad el efecto ha sido descontrolado con una avalancha de gente desde entonces que ha roto la armonía original del lugar⁹.

⁹ "*Les Petits Mouchoirs* es como el efecto Kiss Cool (NT: unas pastillas cuyo sabor estalla en la boca). Un rodaje muy discreto a finales del verano de 2009 que, finalmente, tiene 5,5 millones de espectadores: éxito. Y para la península de Cap-Ferret, telón de fondo de esta historia de amigos, ¡un buen golpe publicitario! Nueve meses después de su lanzamiento en los cines en octubre de 2010 y mientras los turistas se preparan para hacer que la población local salte "de

7,000 a 77,000 residentes" según un ciudadano de Cap-Ferret desilusionado, la península está llena de ruidos locos, alimentados por el rumor de los medios locales. Desde la película, los parisinos han convertido este rincón en su lugar de vacaciones favorito. Los sitios del rodaje se toman por asalto, la oficina local de turismo es ata-

También Un moment d'égarément (Jean-François Richet 2015) que sucede en Córcega ya lo fue en los años 70 de la mano de Berry, y también en Blame it on Rio (Stanley Donen, 1984)... en fin, maravillas de paisajes que se convierten en reclamo.

4.6. Dubrovnik

Por poner el caso más flagrante, las localizaciones de *Game of Thrones*, la serie de la plataforma HBO, ha hecho que Dubrovnik se esté planteando limitar el acceso a la ciudad a un máximo de cuatro mil personas diarias después de ser Desembarco del Rey. También lo conocí antes de la guerra cuando, siendo Yugoslavia, era un remanso de paz y no me hago a la idea. El turismo amenaza con ser más demolidor que las guerras balcánicas. Lo mismo en otros muchos centros de rodaje de esta serie, en muchos sitios de España, el Alcázar de Sevilla, por ejemplo, que se tiene que compartir algunos días con miles de personas, en la serie se ve sin nadie, con aquellos jardines de agua... una maravilla inal-

cada por llamadas telefónicas: "Nos gustaría alquilar la casa de la película". En la red también se deja llevar por los blogs que no son muy buenos con Canet y su película: ya se está fantaseando con "la multitud de personas" y "los gordos palurdos" que *Les Petits Mouchoirs* están a punto de atraer en las orillas de la cuenca "El efecto Petits Mouchoirs: Información o intoxicación?" MOREALE, S. (2011), Bassin d'Arcachon, sur les traces des Petits Mochoirs, Charente Libre 21 de julio. (Traducción Rogelio Ruiz).

canzable... Y lo mismo en otros enclaves, en Italia se está planteando que, si su baza es el turismo cultural, deben limitarse los accesos a los monumentos, las entradas diarias a la Plaza de San Marcos...

5. LOS PARQUES TEMÁTICOS, O LA CONVERSIÓN DE CIUDADES EN PARQUES TEMÁTICOS

Los estudios Universal en California, son un lugar donde puedes ver los sitios en los que se rodaron muchas películas, pero otras, cuyos decorados se habían perdido, se vuelven a rehacer como el de *Psicosis* (Alfred Hitchcock, 1971). En Hollywood hay rutas turísticas, como saben, para ver las casas de los famosos. Y en Medellín también puedes seguir los lugares que la serie *Narcos* ha hecho populares¹⁰.

En Nueva Zelanda puedes visitar Hobbiton y sentirte en *The Lord of the Rings*.

En Savannah, el Ayuntamiento ha tenido que poner el banco de Forrest Gump, porque los turistas querían sentarse

<http://www.charentelibre.fr/2011/07/21/sur-les-traces-des-petits-mouchoirs,1046646.php>

¹⁰ "Miles de fans de la serie 'Narcos' contratan tours clandestinos para visitar lugares de su vida. Los turistas quieren hacerse fotos donde fue encarcelado, en su mansión y hasta en su tumba El hermano de Escobar y su principal sicario se disputan el negocio y la 'verdad' del legado" RIVAS. D. (2017).

en el que se utilizó para la película pero que no existía (Rosado / Querol, 2006).

En la estación de King Cross, otra de las localizaciones de Harry Potter, donde llevaba el carro contra un gran pilar del andén 9 y 3/4, precisamente por la masiva cantidad de turistas que dificultaba el buen funcionamiento de la estación, ha sido rehecha fuera de los andenes para acoger allí a los fanáticos (y poner, cómo no, al lado una tienda de “merchandising”). Pero “la central” de los fans del joven mago es el Warner Bros Studio Tour cerca de Londres, donde se encuentran muchos de los decorados.

Y por supuesto Disney World que trasladada, desde hace muchos años, los personajes de animación de Disney a la vida real. Y con todo esto se produce como con los videos musicales cuando oyes la música y te viene a la memoria la imagen del video, el refuerzo del recuerdo y el aprecio.

El parque de atracciones más brutal es Las Vegas, que es un lugar, sinceramente, que no se debe de perder para ver hasta dónde puede llegar nuestra sociedad. La industria del cine apoya una y otra vez esta ciudad del vicio en multitud de películas... pero en este caso hay suficientes plazas hoteleras para recibir el aluvión.

En Audley End se rodó parte de *The Crown*, la serie de Netflix, y ya anuncia

que puedes comer allí “como una reina...” (está muy cerca del aeropuerto de Stanstead el sitio tiene maravillosos jardines de Capability Brown pero eso ya no importa). También Tiffany en Nueva York acaba de abrir al público una planta de cafetería en su local donde puedes desayunar...

FIGURA 11. TIBURÓN, OXFORD



Fuente: Autor.

Más problemático es cuando elementos de este tipo se meten en la ciudad, como el Gulliver de Valencia, un enorme parque que representa esta figura, un rinoceronte de Fellini en la Marina de Portofino, un tiburón en un tejado de Oxford...

Cuando vas a un parque temático, sabes a dónde vas, pero las figuras en la ciudad prefiero que sean como las fallas: que se quemen después de verlas. Es duro que te cuenten todos los días el

mismo chiste. No pertenecen a tu ciudad, se trata de bromas no para los ciudadanos, sino para los turistas.

FIGURA 12. RINOCERONTE FELLINIANO EN PORTOFINO



Fuente: Autor.

FIGURA 13. ALLEN EN OVIEDO



Fuente: Autor.

La publicidad también se convierte en una caja de pandora abierta. Si el cine viene de la caja oscura, con la publicidad, esa caja se abre y nos mete los actores en vallas publicitarias que, descontextualizadas, o mejor, en un contexto mundial, introducen sus pelícu-

las, y su personaje en nuestra vida diaria ciudadana, sin que se pida ni se quiera.

FIGURA 14. TURISMO "NARCOS" (FOTO BALDESCA SAMPER)



Fuente: Rivas, D. Narcoturismo: hazte un selfie en la mansión de Pablo Escobar. *El Mundo*. Madrid. 10 Nov 2017.

6. EPÍLOGO

Hace cincuenta años Jacques Tati, en *Playtime*, nos deja ya ver, como de soslayo, un problema que prácticamente aun no había aparecido. En la película, como en un segundo plano, aparece un grupo de turistas norteamericanos, aborregados, siguiendo a un guía, formando una parte del atrezo. Además, la ciudad visitada, París, no se ve en los escenarios que despliega la película y solo se ve el París tradicional, a través de los reflejos de algunas puertas de cristal, o en el pañuelo que el protagonista compra como regalo. Se ve en *Playtime* en

muchas ocasiones carteles de propaganda de destinos turísticos en los que va cambiando el nombre pero permanece la misma imagen: un rascacielos de muro cortina. Tati nos dice ya que todos los destinos acaban siendo el mismo, expresando con nitidez su frialdad y se adelanta en muchos años a Marc Augé y los no lugares.

El horror final lo muestra cincuenta años después el documental *Terramotourism* (Left Hand Rotation, 2016): la destrucción de nuestra querida Lisboa por la avalancha turística desmesurada, los cruceros... También los vecinos enfadados, sin saber qué solución tomar y por tanto la turismofobia y gentrificación. La gente no puede pa-

gar lo que ahora vale su vivienda. Políticos diciendo que al final van a tener que *poner figurantes para hacer de portugueses*, “disneylandización” como se vio de las ciudades...

Al principio, como en *Days of Wine and Roses* (Blake Edwards, 1962), el turismo puede ser, como el vino en dosis pequeñas, algo muy bueno, una forma de “Proud Making”: si alguien viene de fuera a ver mi casa es que tiene interés, más allá del que yo, que la vi toda mi vida, le doy. Lo malo es cuando tu ciudad deja ya de ser tuya y, tarde ya, te das cuenta de que te la han robado. Cuando las afluencias que van a esas ciudades son ya absolutamente incontroladas y afectan a los habitantes que no pueden resistir la situación.

FIGURA 15. PLAYTIME (JACQUESTATI, 1967)



Fuente: Fotograma *Playtime*.

FIGURA 16. *TERRAMOTOURISM* (LEFT HAND ROTATION, 2016)



Fuente: Fotograma *Terramotourism*.

Esta intensidad se produce en zonas centrales determinadas, mientras a otras partes las protege su “fealdad”¹¹. Aunque nunca están a salvo del todo.

Notting Hill (Roger Michell 1999), la película, busca en cierto modo generar nuevos focos en la ciudad absolutamente desbordada en el centro, *Gulliver* se fue a Greenwich... (como Ebenezer Howard hiciera con las ciudades jardín satélite, para descongestionar el centro, desde el urbanismo). Y otras ciudades están intentando seguir esta misma línea.

Porque si se observan los planos en los que se marcan un punto por cada envío de foto de móvil¹², se verá como el turismo afecta a algunas partes de la ciudad de manera mucho más intensa como si el plano se estuviera quemando en el centro histórico.

Pero no se escapa que en este texto se está mezclando cosas bien distintas, si se ven los ratios del cuadro contiguo no se puede comparar lo que suponen estos datos para una pequeña ciudad como Venecia (y lo citado sobre Dubrovnik, Petra, Meteora...) con ciudades de entidad como Barcelona o Praga, aunque si se ciñe a sus cascos

¹¹ Véase Ruiz, R. (2015) *El elogio de la mierda, The crap theory*. SCALAE, Barcelona.

¹² El profesor Juan Herreros (Universidad Politécnica de Madrid) me ha facilitado esta página de internet en la que las ciudades más importantes se ven reflejadas en mapas con puntos por cada envío de foto por telefonía móvil, de

este modo se pueden recorrer los puntos de mayor atracción y por tanto de mayor abrasión del plano, y de la vida urbana, como si el turismo lo quemase: <https://www.flickr.com/photos/walkingsf/sets/72157623971287575/>

históricos, la situación de excesiva densidad y expulsión de población local es, proporcionalmente, similar o mayor.

CUADRO 1. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN Y AFLUENCIA DE TURISTAS

CIUDAD	POBLACION	TURISTAS INT./ AÑO	AFLUENCIA HITOS
Venecia	54.000	20.000.000	Plaza de San Marcos 55.000 / 100.000 día
Amsterdam	850.000	8.000.000	Mercado de flores 47.000 día
Praga	1.300.000	5.010.000	Puente San Carlos 35.000 día
Barcelona	1.600.000	8.200.000	Sagrada Familia 20.000 / 25.000 día
París	2.244.000	18.030.000 (2016)	Notre Dame 13,650.000 año

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de B.Corzo, B.Navarro, J.M. Palau, R.Suñé, E.Val. *Ciudades al Límite*. Magazine, La Vanguardia, Barcelona 9 de julio de 2017, con algunas correcciones de los datos por la *Master Card Global Destinations Issue*¹³.

Dejar aquí constancia también de una nueva situación: los libros, “best-sellers”, incluyen tanta propaganda que a la editorial le importa poco que aparezca colgado de internet a las pocas semanas de su publicación. Es decir lo importante es que la gente lo lea y se empape de la publicidad subliminal, y también y mucha descarada, que contienen (Stephen King, Dan Brown, Michel Houellebecq...). El libro ya está pagado antes de salir. Con el cine pasa algo parecido, una vez que se tiene

claro que el dinero no está en las entradas sino en la publicidad, las plataformas tipo HBO o Netflix¹⁴, son una realidad social que está desplazando al cine y que son letales: en casa, sin moverte, cuando quieras, adaptándose a tus tiempos... Son parte de la guerra contra la ciudad y la calle tradicional. A través de ellas muchas series son también propaganda de ciudades... se pierde, desde el sofá, la relación con nuestra propia ciudad, que ya no se ve, y por otro lado, viajar constantemente a otros lugares cuyo

¹³ Las 20 ciudades del mundo con más visitantes internacionales en 2016. El gráfico muestra las 20 ciudades del mundo que recibirán un mayor número de visitantes internacionales a lo largo de 2016 según el estudio MasterCard 2016 Global Destination Cities Index. *Cifras en millones* MasterCard global Destinations Index 2016. Master Card Global Destinations 2016 (turismo internacional): Bangkok 21.47 mn; London 19.88 mn; Paris 18.03 mn; Dubai 15.27 mn; New York 12.75 mn; Singapore 12.11 mn; Kuala Lumpur 12.02 mn; Istanbul 11.95 mn; Tokyo 11.70 mn; Seoul 10.20 mn; Hong Kong 8.37 mn; Barcelona 8.20 mn; Amsterdam 8.00 mn; Milan 7.65 mn;

Taipei 7.35 mn; Rome 7.12 mn; Osaka 7.02 mn; Vienna 6.69 mn; Shanghai 6.12 mn; Prague 5.81 mn. También decir que en cuanto a las poblaciones hay disparidades grandes entre los datos de la ONU y los censos oficiales.

¹⁴ Han aparecido en este texto algunas referencias a series de las plataformas tipo Netflix o HBO: *Narcos*, *Juego de Tronos*, *The Crown...*, pensé evitarlas pero también se infiltran en muchos festivales de cine y me parece que su omisión sería no ver lo que está pasando hoy.

deseo nos han generado a través de la pantalla, esa ya no tan pequeña pantalla de nuestro salón...

Sí, de aquellos polvos, de aquellas películas, vienen estos lodos, Pero hasta donde no todos son culpables: ¿Usted no ha hecho un crucero? ¿No ha visitado estas ciudades?... Los españoles (créanme en España hay unas playas magníficas), recorren horas de vuelo para buscar playas que tienen probablemente en su tierra. Cada país es "víctima" de unos determinados "turoperadores" que enfocan su turismo hacia uno u otro lado según sus propios intereses que se obedecerán alienados¹⁵, creando frustración si no se cumple el destino. Aunque solo sea por una cuestión puramente de sostenibilidad y ahorro energético, no se puede permitir ocho horas de gasto de keroseno para ir y otras ocho para volver si lo que se ofrece es una pulsera todo incluido sin relación con el mundo real local, y que además se puede ptener en nuestra cercanía.

Ahora bien, si sigue así el aumento de temperatura del planeta, los viajes serán al Polo para recordar cómo era la nieve.

¹⁵ Acabo de llegar de *Cinque Terre*, cinco pueblos marinos coloristas en el Golfo de Génova donde no hay españoles turistas pero sí muchos franceses y alemanes porque en sus países de origen tienen una intensa propaganda y en España apenas se conoce.

Y cerrar con una cita de Saramago en *Terramotourism* que recuerda que viajar es descubrir y no que todo está hecho:

“Estas tierras marginales son predilectas del turismo. El viajero no es turista, es viajero. Hay una gran diferencia. Viajar es descubrir, el resto es simplemente encontrar”**

—*Viaje a Portugal*,
José Saramago (1981).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Augé, M. (2009). Los no lugares espacios del anonimato: Antropología de la sobremodernidad. Barcelona: Gedisa.
- Corzo, B., Navarro, J., Palau, M., Suñé, R., Val, E. (2017) Ciudades al Límite. Barcelona: Magazine La Vanguardia, 9 de julio.
- García, M. (2008). Barcelona sense guiris. Barcelona: Ara.
- Gorostiza, J. (1994) Peter Greenaway. Madrid: Cátedra.
- Kapucinsky, R. (2008). Viajes con Herodoto. Barcelona: Anagrama.
- Morelae, S. (2011). Bassin d'Arca-chon, sur les traces des Petits Mochoirs. Charente Libre, 21 de julio (traducción Rogelio Ruiz).

** (N.A. He sustituido la palabra "viajante" que es viajero en portugués, por "viajero", en el texto ya traducido ya que viajante existe en español con otro sentido y creo que se adecua más la palabra "viajero" a lo que Saramago quería decir.)

Onfray, M. (2016). *Teoría del viaje*. Móstoles: Taurus.

Puche, M. A., Puche, S., Prieto, A. (2012) *Territorios de cine: Desarrollo local, tipologías turísticas y promoción*. Alicante: Publicaciones Universidad.

Rivas, D. (2017). *Narcoturismo: hazte un selfie en la mansión de Pablo Escobar*. Madrid: El Mundo. 10 de noviembre.

Rosado, C. y QUEROL, P. (2006) *Cine y Turismo una nueva estrategia de promoción*. Madrid: Ocho y Medio.

Ruiz, R. (2013). *Oviedo, la ciudad antigua como documento maltratado*. En VV. AA. *Regeneración urbanística y territorial integrada*. Oviedo: Universidad de Oviedo, p. 49-76.

Ruiz, R. (2015). *El elogio de la mierda, The crap theory*. SCALAE, Barcelona.

Sanidopoulos, J. (2012). *When James Bond went to meteora*. Mystagogy Research Center.

Saramago, J. (2015). *El viaje a Portugal*. Madrid: Debolsillo.

Sudjic, D. (2017). *El lenguaje de las ciudades*, Barcelona: Planeta-UNWTO (2017), *Panorama OMT (Organización Mundial del Turismo) del turismo internacional 2017*.

WEB:

Corzo, B. Navarro, J.M. Palau, R.Suñé, E.Val. (2017) *Ciudades al Límite*. Magazine, Ed. La Vanguardia, Barcelona 9 de Julio de 2017: <http://www.magazinedigital.com/historias/reportajes/sos-ciudades-acorraladas-por-turismo>

Mapas envíos fotos: <https://www.flickr.com/photos/walkingsf/sets/72157623971287575/>

MasterCard global Destinations Index 2016: <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2016/09/FINAL-Global-Destination-Cities-Index-Report.pdf>

Moreale, S. (2011) *Bassin d'Arcaçhon, sur les traces des Petits Mouchors*, Charente Libre 21 julio: <http://www.charenteli-bre.fr/2011/07/21/sur-les-traces-des-petits-mouchoirs,1046646.php>

Ruiz, R (2015) *El elogio de la mierda, The Crap Theory*. SCALAE, Barcelona: <http://www.scalae.net/documentos/crap>

Stevenson, R.L. *Viajar: Ensayos sobre viajes*. Madrid 2014: http://paginasdeespuma.com/wp-content/files_mf/extracto_stevenson_viajar_interiores.pdf

Sanidopoulos, J. (2012). *When James Bond went to meteora*. Mystagogy Research Center.2011-

2012: <http://www.johnsanidopoulos.com/2012/11/when-james-bond-went-to-meteora.html>

Petra en un mundo interminable: <http://www.unmundointerminable.com/tag/petra/>

Rivas, D. *Narcoturismo: hazte un selfie en la mansión de Pablo Escobar*. El Mundo. Madrid. 10 Nov 2017: <http://www.elmundo.es/papel/historias/2017/11/10/5a048bffca4741c83f8b45f2.html>

Terramotourism de Left Hand Rotation en vimeo:

<https://vimeo.com/192243662>

UNWTO ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

PARA CITAR ESTE ARTÍCULO:

Ruiz, R. (2018). Cine, ciudad, turismo. De Paytime a Terramotourism. *Collectivus, Revista de Ciencias Sociales*, 5(1), 70-91.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15648/Coll.1.2018.6>

Recibido: 15/10/2017
Aprobado: 18/11/2017