

¿SON LAS GRANDES PRODUCCIONES TELEVISIVAS UN ATRACTIVO TURÍSTICO DE BASE CULTURAL? PERCEPCIONES EN RELACIÓN CON EL CASO DE JUEGO DE TRONOS EN GIRONA

Pere Parramon¹

F. Xavier Medina²

Resumen

Los rodajes cinematográficos o televisivos han aumentado en los últimos años el interés turístico de determinados destinos. En una comunicación anterior analizamos el caso de la repercusión turística del rodaje de una superproducción internacional como es *Juego de tronos* (*Game of Thrones*) en Girona. La utilización de esta ciudad patrimonial como plató de rodaje repercutió de distintos modos tanto en la promoción de la ciudad como en la percepción de la misma en clave turística: promoción de la ciudad en tanto que localización televisiva; visita de lugares utilizados en el rodaje (y la consecuente transformación de su percepción patrimonial).

Un año después, y una vez emitida la serie localizada en Girona a nivel internacional, en este artículo analizaremos la percepción urbana del impacto de la serie en la ciudad: adición de valor o de interés turístico en determinados lugares; creación de rutas turísticas basadas en *Juego de tronos*; transformación de la relación de los vecinos del área con su entorno... Todos estos aspectos han transformado de algún modo la relación de la ciudad con sus visitantes y con sus locales. El menor o mayor impacto de la serie en la percepción turística de la ciudad debe ser analizada, especialmente después de la emisión de la serie.

Palabras Clave: Turismo, rodajes, televisión, *Game of Thrones*, Girona

¹ Universitat de Girona. Investigador asociado, Càtedra UNESCO *Food, Culture and Development*, Universitat Oberta de Catalunya (UOC). pparramo@xtec.cat

² Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y GRIT-EAE. fxmedina@gmail.com

**ARE THE BIG TV PRODUCTIONS A CULTURE-BASED
TOURISM ATTRACTION?: PERCEPTIONS RELATED TO THE
CASE OF *GAME OF THRONES* IN GIRONA**

Abstract

The influence of film or television shoots in the touristic interest of certain destinations has been gaining momentum in recent years. In a former paper we analyzed the case of the tourism impact of shooting as an International TV blockbuster *Game of Thrones* in the city of Girona. The use of this heritage city as film set has affected in different ways both in promoting the city and its perception in a tourism key: promotion of the city while television location; visit locations used in the filming (and the consequent transformation of its equity perception).

A year later, and issued the international series located in Girona, this communication will analyze the urban perception of the impact of the series in the city: adding value or interest to certain places; creation of tourist routes based on *Game of Thrones*; transformation of the neighbors' relationship with the area and with their environment... All these aspects have somehow transformed the relationship of the city with visitors and locals. The minor or major impact of the series in the tourist perception of the city must be analyzed, especially after the issuance of the series.

Keywords: tourism, film, television, *Game of Thrones*, Girona

1. INTRODUCCIÓN: UN AÑO DESPUÉS

Hace alrededor de un año publicábamos en esta misma revista un artículo (Parramon y Medina, 2016) sobre el impacto en la ciudad de Girona del rodaje de la serie televisiva con repercusión mundial *Juego de tronos* (*Game of Thrones*, creada por David Benioff y D. B. Weiss y en emisión desde 2011). En dicho artículo, que se encuentra en la base del que iniciamos en estas líneas, considerábamos el interés local de dicho rodaje, así como su primer impacto turístico y mediático, y nos interrogábamos sobre cuál sería la repercusión de la serie en Girona desde el primer momento de una relación ciertamente especial: por un lado, un espacio histórico y monumental cultural y turísticamente consolidado, y con un imaginario asentado, y, por el otro, un nuevo conjunto de imágenes seudomíticas basadas en el mundo de *Juego de tronos*, creado por el escritor George R. R. Martin; la conjunción de ambos imaginarios tenían –tienen aún– la posibilidad de interactuar y, quizás, de entrar a formar parte de un universo local que vincule la ciudad y la serie, y, de este modo, convertirse, tal vez, en un atractivo turístico de base cultural.

El valor de aquella reflexión nos parecía especialmente interesante, ya que teníamos una oportunidad que pocas veces se ofrece: observar un fenómeno desde sus momentos iniciales; siendo conscientes de todas las parcialidades y limitaciones que afectan a una investigación como esta, pero desde el punto de partida. En aquel momento, recorrimos las distintas iniciativas puestas en marcha, buena parte de ellas desde la sociedad civil, para relacionar la vida local –la imagen local– con la serie. Desde el *merchandising* a la gastronomía, pasando por la oferta turística directa, pudimos ya en aquel momento ser testigos de cómo la nueva imaginería proporcionada por la serie se incardinaba con el substrato cultural y monumental preexistente de la ciudad, dando lugar a nuevas imágenes, a la propuesta de nuevos imaginarios que, quizá, tuviesen posibilidad de ser asumidos desde dentro y, ¿por qué no?, de ser también proyectados hacia fuera, a modo de reclamo turístico. Tal vez el ejemplo de los dragones sobrevolando la torre campanario octogonal de la Catedral de Girona fuese una de las imágenes con más fuerza en este sentido –esta imagen, por cierto, aparecía en una camiseta exclusiva de Suxinsu a la que nos referíamos y que a día de hoy, según fuentes de la propia marca, está completamente agotada–.

Concluíamos aquel artículo afirmando que el verdadero impacto de la serie *Juego de tronos* en Girona tendría que ver con su capacidad para consolidarse dentro del imaginario cultural de la ciudad. Y, desde ahí, de proyectarse en tanto que atractivo turístico reconocible. Hoy, un año después, emprendemos una segunda reflexión sobre el tema, en un momento en el cual no contamos ya únicamente con el impacto del rodaje de la serie en la ciudad, sino también con las sensaciones y con los acontecimientos y acciones transcurridos después de la emisión internacional de la serie. En las líneas que siguen intentamos abordar diferentes aspectos alrededor de la unión entre *Juego de tronos* y Girona, así como la correlación de los mismos en clave turística.

2. LA INFLUENCIA DE LOS RODAJES DE *JUEGO DE TRONOS* EN EL TURISMO

Girona no es, ni mucho menos, el primer espacio en el que se rueda *Juego de tronos*. Unas cuantas ciudades y paisajes internacionales han servido como localizaciones, buena parte de ellas en Europa. La misma política de selección de exteriores de la serie juega bastante esta baza: la elección de los lugares se hace en abierto y utiliza el factor *medios de comunicación* de manera consciente. Los seguidores de *Juego de tronos* saben en todo momento en qué localizaciones se está rodando, y ello redundando de uno u otro modo en la promoción internacional de dichos espacios y, a menudo, en visitas turísticas ligadas a su rodaje.

El tirón internacional de la serie induce a pensar en turismo directamente en más de una ocasión. Aunque pueda parecer un despropósito, en plena guerra, el gobierno sirio promociona el turismo en la ciudad de Alepo bajo los acordes del tema musical principal de la banda sonora realizada para *Juego de tronos* por el compositor irano-alemán Ramin Djawadi, intentando establecer así algún tipo de conexión atractiva entre la ciudad semiderruida y las imágenes y el argumento de la producción de la HBO.³

Cierto es que es muy difícil medir aún el impacto turístico de la serie en sus distintas localizaciones. Sin embargo, dicho impacto parece ser considerado, hasta el momento, como positivo. En cuanto a la ciudad de Dubrovnik, encontramos informaciones como la siguiente:

La economía de Croacia ha estado luchando desde que la recesión mundial golpeó el país en 2008, pero ahora está recibiendo un impulso económico inesperado: El juego del tronos turístico. La ciudad de Dubrovnik, una ciudad croata que se asienta a lo largo de la costa adriática y que está llena de imponentes estructuras medievales, es la capital ficticia del reino donde tiene lugar la mayoría del espectáculo. Antes de que HBO llegara, la ciudad costera ya era el principal destino turístico de Croacia, pero ahora hay aún más visitantes que acuden a la zona” (Bergson, 9 abril 2015).

«Espero que *Juego de tronos* haga por Dubrovnik lo que hizo *El Señor de los Anillos* por Nueva Zelanda», dice en 2015 Andro Vlahusic, alcalde de la ciudad. Según sus declaraciones para la *Bloomberg*: «el turismo de Dubrovnik en los últimos años está creciendo un 10% al año, y creo que *Juego de tronos* es responsable de alrededor de la mitad de ese crecimiento» (Winfrey y Kuzmanovic, 2 abril 2015)⁴. Igualmente, señala que la serie está agregando alrededor de 10 millones de dólares al año a los ingresos turísticos de Dubrovnik, mientras que los productores del espectáculo sólo han gastado 14 millones de dólares de filmación en Croacia; asimismo, señala que Dubrovnik ya ha atraído otros proyectos cinematográficos, por no mencionar un parque temático previsto para la saga sobre el imaginario mundo de los Siete Reinos (*ibíd.*).

Como decíamos más arriba, es difícil conocer todavía el impacto turístico real de *Juego de tronos* en sus localizaciones, principalmente porque en buena parte de los casos no se han emprendido estudios serios al respecto. Tampoco resulta una tarea sencilla saber si la mitad de ese incremento del 10% anual que señala el alcalde de

³ *Syrian Tourism*, 2016. Mencionado en *Telediario* (Televisión Española-TVE1, 6 octubre 2016). Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=WuxRAztK0vs&app=desktop>.

⁴ Todas las traducciones son de los autores.

Dubrovnik es realmente causa directa de la serie. Sin embargo, constatamos que la apuesta institucional de la ciudad por la serie implica un compromiso decidido, y que la utilización turística que pretende hacerse de ella es igualmente importante. En este caso, se intenta conseguir que los turistas no solamente visiten Dubrovnik, sino que, de ahora en adelante, recorran también la capital de los Siete Reinos, Desembarco del Rey (*King's Landing*). Así, a los nodos turísticos históricos y preexistentes, se les añade una nueva capa de significado que refuerza su carisma y atractivo como nodo.

En tierras más cercanas, y según *The Hollywood Reporter*, que recoge declaraciones del embajador estadounidense en España, James Costos, Sevilla y Osuna –el reino de Dorne– habrían incrementado sus visitas turísticas en un 15% (Rolfe, 30 octubre 2014). A su vez, el diario *ABC* en su edición de Sevilla, llega a mencionar incluso un incremento en Osuna del 30% para la época del rodaje, citando como fuente al ayuntamiento de la localidad (*ABC Sevilla*, 20 octubre 2014).

Por su parte, Irlanda del Norte y sus paisajes –incluyendo los grandes estudios construidos en Belfast– viven una situación similar: «la industria del turismo de Irlanda del Norte, que representa un enorme grupo de potenciales visitantes [...], espera utilizar la popularidad de la serie para aumentar el número de turistas a más de 2 millones anuales para 2016, de los 1,8 millones de 2013, más que la población de la región, de sólo 1,8 millones» (*Associated Press*, 23 junio 2014). Del mismo modo, el periódico *The Daily Mail* señalaba en diciembre de 2014 que: «*Juego de tronos* impulsa el turismo en Irlanda del Norte en 8,6 millones de libras, con los fans que van en busca del verdadero Poniente (Westeros)» (Cable, 5 diciembre 2014). Según la misma fuente, Irlanda del Norte llega a un acuerdo con la HBO para la incorporación del logo de la serie en la campaña de promoción turística de la región, que, de este modo, en once semanas llega a 14 millones de receptores.

Por su parte, en Islandia –Más allá del Muro (*Beyond the Wall*), el gélido norte de Poniente–, como en Irlanda del Norte, el departamento de turismo lanza proyectos como el llamado Islandia Naturalmente, un proyecto de *marketing* dirigido principalmente a los turistas estadounidenses. Los aficionados pueden entrar para ganar un viaje a Islandia y visitar los sitios donde se filma la serie (Byron, 5 abril 2013).

Como podemos observar de los ejemplos seleccionados entre otros de la misma índole, el baile de cifras resulta notable y, en frecuentes ocasiones, poco fundamentado. En algunos momentos, además, intuimos que las fuentes se basan más en impresiones e incluso de deseos, como en el caso de las declaraciones del alcalde de Dubrovnik, que en cifras fiables. Sin embargo, no podemos obviar que el fenómeno es amplio e importante, que las apuestas turísticas a partir de *Juego de tronos* son firmes, y que desde las distintas administraciones se procura aprovechar el posible filón al máximo, utilizando todos los recursos al alcance. En las líneas que siguen nos aproximamos de manera más detallada el caso de Girona, donde, independientemente del *grosor* o de la importancia de los posibles datos, todos los aspectos relacionados con la serie han transformado de algún modo la relación de la ciudad tanto con sus habitantes como con sus visitantes.

3. EL TRONO DE HIERRO EN GIRONA

El 25 de abril de 2016 se estrena en un evento especial en Girona el esperadísimo primer capítulo de la sexta temporada de la serie⁵. Más de 1.100 personas llenan el Teatro Municipal en dos pases consecutivos, tras colapsar la plataforma de reserva de entradas por Internet.⁶ El acto, organizado conjuntamente entre el Ayuntamiento gerundense y Movistar+, que emite en exclusiva en el Estado español *Juego de tronos*, no solamente consiste en dos multitudinarias proyecciones en pantalla grande, sino que incluye una ambientación especial: entre otros añadidos puntuales a base de carteles y reproducciones escultóricas, la fachada ecléctica de inicio del siglo xx del Ayuntamiento que da paso al Teatro desaparece tras una imitación de los fríos azules y blancos del Muro, la muralla de hielo que separa los civilizados Siete Reinos del salvaje norte en el mundo creado por el escritor George R. R. Martin y recreado en la serie; además, en la planta baja se cuenta con la presencia del icónico Trono de Hierro usado en el rodaje.

Tras una cola que supera las expectativas,⁷ los fans pueden sentir “la comodidad” de tan egregio sitio y fotografiarse con un adecuado atrezo consistente en espada y manto de piel; según fuentes municipales, más de 1.000 usuarios optan por hacerse la foto oficial en el trono, de los cuales un 40% escogen recibirla a través de la red social Facebook, llegando así a 160.000 contactos y a 1.742.429 impresiones –de 1.213 fotos publicadas, se consiguen 10.760 interacciones, entre *likes* y comentarios– (Ajuntament de Girona, 5 mayo 2016). Y todo esto sin contar a los cientos de asistentes que se fotografían por otros medios y usan otras redes sociales.

Amén de actores caracterizados para la ocasión y de un mercado ambientado a la manera de *Juego de tronos*, la ciudad recibe este primer capítulo en paralelo a la primera edición del Plot Series Fest de Girona (del 26 de abril al 1 de mayo de 2016), que, según sus promotores –Pep Prieto, Toni de la Torre y Pep Taberner, socios de MIRUT Productions SL– pretende situar la ciudad de Girona como referente internacional de la ficción televisiva.⁸ De este modo, y junto al encuentro institucional protagonizado el mismo día del estreno por el presidente de la Generalitat de Cataluña, el gerundense Carles Puigdemont, la alcaldesa, Marta Madrenas, el concejal de Cultura, Carles Ribas, el presidente de Movistar+, Luis Blasco, y el director general de Telefónica Catalunya, Kim Faura (Ajuntament de Girona, 25 abril 2016), queda patente una vez más la apuesta municipal por *Juego de tronos* y la panoplia de posibilidades que ofrecen las series televisivas.

3.1 El imaginario inventado como imaginario propio

Sin duda, para los espectadores españoles uno de los alicientes de la sexta temporada de *Juego de tronos* es la visibilidad de las diferentes localizaciones hispánicas transformadas en el mundo de la saga. Como no puede ser de otro modo, la primera aparición de Girona en el primer capítulo arranca una gran ovación del público

⁵ “La mujer roja” (“The Red Woman”), capítulo dirigido por Jeremy Podeswa y estrenado en Estados Unidos el día anterior con una audiencia de 7,944 millones de personas (Porter, 26 abril 2016).

⁶ A causa del gran número de solicitudes de acceso, la plataforma Koobin se colapsa el mediodía del día 14 de abril (Ajuntament de Girona, 14 abril 2016).

⁷ Según el *Diari de Girona*, la gran afluencia de fans, constante durante todo el día y masificada durante la tarde, obliga a cerrar el acceso una hora antes de lo previsto (Acn, 26 abril 2016).

⁸ Véase: <http://www.plotseries.com/>.

congregado en el Teatro Municipal para vivir colectivamente su estreno, cuando hacia el minuto 40 aparece convertida en la urbe portuaria de Braavos. Más tarde las reacciones generalizadas son parecidas a la de Carla Sánchez, asistente al estreno, según la cual: «Hace mucha ilusión ver los lugares por donde caminas habitualmente ahora en una serie tan internacional y que sigue tanta gente», comentario en la línea de lo que dice unos instantes antes Jordi Roca, que ostenta actualmente el título de mejor pastelero del mundo y que se declara acérrimo seguidor de la serie: «Estoy seguro de que la ciudad lucirá a lo largo de la temporada y se verá preciosísima, será un referente turístico a nivel mundial» (López y Tapia, 26 abril 2016).

Pese al entusiasmo, lo cierto es que un mínimo análisis de las imágenes de esta primera aparición de Girona en *Juego de tronos* ya revelan lo que por otro lado es una obviedad: la puesta en escena se orienta a hacer relativamente invisible el lugar real en el que se ha rodado –Girona– y, en cambio, a hacer visible el lugar de la ficción narrativa –Braavos–. La escena, que muestra la lucha entre una Arya Stark (Maisie Williams) ciega y mendicante y su rival Waif (Faye Marsay), básicamente se construye a partir de planos de Arya con la calle Bisbe Cartañà ascendiendo hacia la calle dels Alemanys como fondo (Fig. 1) y planos de Waif en la misma calle Bisbe Cartañà, pero con una parte del ábside de la catedral como fondo (Fig. 2). Hasta que no finaliza la lucha no aparece el monumento icónico que ayuda a situar geográficamente la escena: en la lejanía, la imponente figura del coloso que da acceso al puerto de Braavos (Fig. 3). En las imágenes restantes, ni siquiera la conjunción entre una de las calles más hermosas de Girona y nada menos que el ábside de la catedral están mostrados como elementos protagonistas; son simples fondos, tan sólo reconocibles para aquellos que previamente conocen tal rincón de la capital gerundense. Por supuesto, lo que se tiene que reconocer es Braavos.



Imágenes de Girona en el capítulo 1 de la sexta temporada de *Juego de tronos* (“La mujer roja”, dir. Jeremy Podeswa, 2016). Arriba, a la izquierda (Fig. 1), la calle Bisbe Cartañà; arriba, a la derecha (Fig. 2), contraplano de la misma calle con el ábside de la catedral; a la izquierda (Fig. 3), acodo de la misma calle con el coloso de Braavos añadido digitalmente.

En el primer artículo de este estudio, el citado “Turismo, grandes producciones y posicionamientos urbanos: El rodaje de *Juego de Tronos* en Girona”, convinimos en distinguir los nodos turísticos relacionados con lo imaginario entre los espacios de proyección, los espacios inventados y los espacios míticos –en correspondencia con las imágenes efímeras, las inducidas y las universales que distingue Jean-Marie Miossec (1977)–. Todas las apariciones de Girona en la sexta temporada de *Juego de tronos* –la calle Bisbe Cartaña (en los capítulos 1 y 2), la calle de Santa Llúcia (cap. 5, 6 y 8), la plaza dels Jurats (cap. 7), los alrededores del Monasterio de Sant Pere de Galligants (cap. 8), la subida de Sant Domènec (cap. 8), entre otros, y junto a los interiores de los Baños árabes y el Monasterio de Sant Pere de Galligants (cap. 10)– resultan adaptarse a la primera categoría, la de los espacios de proyección, ya que sobre ellos se añade una nueva capa de significado, la de haber dado forma física y visible a diferentes rincones del mundo creado entre George R. R. Martin y la productora HBO.

Así, en todos los casos estamos ante nodos turísticos preexistentes, ya que las calles y plazas en las que se filma son destinos habituales entre los turistas, pero al mismo tiempo si se convierten en espacio de proyección es porque el turista especializado desea pasear por los rincones físicos gerundenses sobre los que se ha construido un mundo fantástico y, mediante empresas o iniciativas municipales mediadoras –como visitas guiadas, por ejemplo–, o mediante medios propios, se esfuerzan en conectar el mundo físico de Girona con el mundo maravilloso de *Juego de tronos*. Dicho de otro modo, si se da tal conexión, es porque el turista se empeña en ello, y no es porque la dirección artística de la serie haya destacado estos lugares –como hemos dicho, ya de interés turístico de antemano– para hacerlos reconocibles; todo lo contrario, fagocitados por la maquinaria constructora de mundos que es la ficción literaria y televisiva, estos espacios en la serie rinden pleitesía al poder de las imágenes digitales y su capacidad para hacer verosímil lo inexistente.⁹ Nuevamente, resulta paradigmático el ejemplo de la primera aparición de Girona en la serie, en la que el elemento que más llama la atención es el que, precisamente, ningún turista encontrará en ningún paseo por la ciudad. A pesar de ello, los fans de la serie y turistas que visitan la ciudad, buscan activamente dichas correspondencias; que el resultado final sea la decepción por un mundo tangible demasiado prosaico o, por el contrario, la alabanza hacia la aparente omnipotencia creadora de los medios digitales, e incluso un término medio basado en la aceptación que los imaginarios tangibles y los imaginarios mentales coexisten y se superponen, dependerá de cada uno.

Seguramente un caso aparte lo constituyen las escenas en las que aparece la imponente fachada de la Catedral, con su escalinata barroca –ya antes de su aparición en pantalla es una imagen comentada: en palabras del periodista Tapi Carreras, «en *Juego de tronos* veremos también seguramente las escaleras de la Catedral, y ésta sí que puede hacer que venga gente expresamente a ver Girona»¹⁰. En el capítulo sexto, vista desde

⁹ Algo, por cierto, que probablemente es inherente al hecho cinematográfico desde su inicio. El cineasta Isaki Lacuesta dice respecto al film que Segundo de Chomón realiza sobre Girona (*Gérone, la Venise espagnole*, 1912): «Lo que me cautiva de estos primeros documentales es que eran falsos. Cuando Chomón está filmando Girona como Venecia lo está haciendo escogiendo unos encuadres y montando de tal manera que parece que es una ciudad llena de canales, con un lago que es el de Banyoles. Y este punto de documental falso me cautiva porque en el fondo es una parte del autoengaño del espectador» (extraído del material audiovisual elaborado por Marta Sureda, Magalí Pons y Òscar Valls para la exposición *Girona plató*).

¹⁰ Extraído del material audiovisual elaborado por Marta Sureda, Magalí Pons y Òscar Valls para la exposición *Girona plató*.

abajo, los retoques son relativamente escasos –los precisos para transformar la entrada de una catedral católica en el Septo o templo dedicado a los Siete Dioses principales del imaginario continente de Poniente– (Fig. 4). Desde arriba, en cambio, el contraplano picado ofrece un cambio espectacular: allá donde en Girona la plaza de la catedral se cierra completamente con diversos edificios históricos, la escalinata del Septo desemboca en una gran avenida que llega hasta el puerto de la capital real, Desembarco del Rey (Fig. 5).

Con mayor o menor maquillaje digital –e incluso con mayor o menor fortuna visual–¹¹, la cuestión es que en este emplazamiento convergen por un lado uno de los nodos turísticos más importantes de la ciudad –una escalinata barroca que ya está ahí, aunque con distinta decoración, en todas las épocas precedentes, e incluso cuando a donde conducen es al gran templo dedicado probablemente a Venus en la Girona romana, de modo que es un elemento de una potencia icónica incontestable– y por el otro, uno de los momentos importantes de la narración de la serie –aquel en el que, con un rey y una reina (Tommen Baratheon y Margaery Tyrell, interpretados por Dean-Charles Chapman y Natalie Dormer) tomados como rehenes del líder de una secta (el Gorrión Supremo, Jonathan Pryce), se enfrentan el poder nobiliario y el poder religioso–. La unión de estas dos circunstancias –un nodo preexistente de primera magnitud y una escena especialmente relevante– quizá desemboque en una de las imágenes de *Juego de tronos* que hace más reconocible Girona y, además, en la que quizá tenga más posibilidades de mantenerse en el tiempo. Guillem Terribas, librero, activista cultural y escritor, al margen de señalar que el resto de escenas se podrían haber rodado en cualquier otro lugar, admite que «la gran ventaja son las escaleras de la Catedral, y la propia Catedral, que con estas dimensiones sólo existen en Girona, y son la imagen de Girona, y esto sí que la identifica muchísimo»¹².



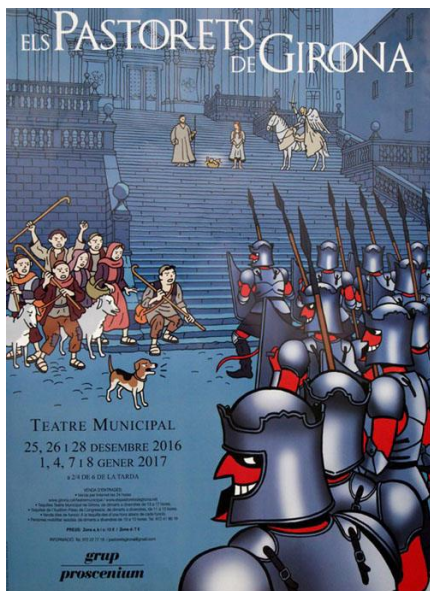
Imágenes de Girona en el capítulo 6 de la sexta temporada de *Juego de tronos* (“Sangre de mi sangre”, “Blood of my Blood”, dir. Jack Bender, 2016). A la izquierda (Fig. 4), la escalinata de la catedral convertida en acceso al Septo de

¹¹ Escribe Àngel Quintana en relación a esta escena: «El momento pone de evidencia que *Juego de tronos* es una serie de guionistas y diseñadores de producción, pero no es una serie con un director que controle la puesta en escena. Si observamos la planificación del momento vemos que la puesta en escena es de manual, ortopédica y nada imaginativa. [...]. La pregunta que se hace el espectador ante una serie es qué pasará tras lo que estoy viendo y, por lo tanto, la cuestión sobre lo que estoy viendo en este momento, fundamental en toda la cultura visual, deja de tener sentido» (Quintana, 7 junio 2016).

¹² Extraído del material audiovisual elaborado por Marta Sureda, Magalí Pons y Òscar Valls para la exposición *Girona plató*).

Desembarco del Rey: a la derecha (Fig. 5), la Plaza de la Catedral gerundense transformada en avenida hasta el puerto de la capital real.

Una muestra del éxito de esta imagen se encuentra en el cartel de la tradicional representación navideña de *Els Pastorets* –obra teatral catalana en la que se rememora el nacimiento de Jesús a través de la lucha del Bien y el Mal representados por los pastorcillos y los ángeles, por un lado, y los demonios, por el otro– en su versión gerundense. A cargo del grupo teatral Proscenium, el cartel de las Navidades 2016-2017 recrea la escalinata de la catedral –la auténtica– con la fachada del Septo –inventada– y con una sagrada familia ataviados como aparecen el Gorrión Supremo y la reina Margaery, con un arcángel en la guisa del personaje Jaime Lannister (Nikolaj Coster-Waldau) a caballo en plena escalinata y con unos demonios protegidos por las mismas armaduras de las tropas de la serie. Àngel del Pozo, autor del cartel de *Els Pastorets de Girona* desde hace décadas, procura en cada nueva edición dejar constancia de aquello candente en cada momento: «La huella de Àngel del Pozo en cada uno de los carteles se deja notar con las referencias a proyectos capitales para la ciudad, muchas veces pasados por el tamiz del humor» (Vilà, 7 enero 2011).



A la izquierda (Fig. 6), cartel de *Els Pastorets de Girona* (Àngel del Pozo, 2016); arriba, a la derecha, imagen de Girona en el capítulo 6 de la sexta temporada de *Juego de tronos* (“Sangre de mi sangre”, “Blood of my Blood”, dir. Jack Bender, 2016).

Pese a todo, y pensando en la perdurabilidad en el tiempo, una de las dificultades de la asociación de la imagen de *Juego de tronos* con la imagen de Girona, exactamente como sucede en todos los demás lugares de rodaje, viene dada por la propia política de selección de localizaciones de la HBO, que como hemos señalado antes de forma general, no sólo cambia de emplazamiento con casi cada temporada por motivos de economía logística, sino también para poder seguir ampliando su difusión a través de nuevos impactos mediáticos. En este sentido, dice Àngel Quintana, profesor de Historia del cine y crítico:

Es importante que en Girona se ruede una serie como *Juego de tronos*, pero también es una trampa. Es decir, la trampa de la productora HBO y la delegación europea de HBO es la de buscar diversos lugares para ir promocionando el producto e ir vendiéndolo. Si Girona hubiera sido Desembarco del Rey desde el inicio hasta el final probablemente tendría un culto, pero si ahora ha sido Desembarco del Rey una temporada y la siguiente van a rodar a otro lugar, forma parte de una promoción puntual de una productora en un momento determinado.¹³

Nos asaltan, en este sentido, diferentes dudas: ¿Existirá, a nivel tanto de imagen internacional como de interés turístico, una cierta competición entre distintas ciudades como Dubrovnik, Mdina (Malta) o Girona por convertirse en la referencia principal de Desembarco del Rey? ¿O bien podrán crearse en el futuro determinadas rutas turístico-culturales que recorran los diferentes escenarios? ¿Seguirá teniendo el recuerdo de la serie fuerza suficiente como para permanecer en el imaginario colectivo y seguir generando este tipo de interés?

3.2. Del plató al nodo

El rodaje de *Juego de tronos* ciertamente supone un importante punto de inflexión para el posicionamiento de Girona como plató y como destino turístico relacionado con las pantallas. Sin embargo, diversos medios exageran el punto de partida –El *New York Post* llega a decir literalmente que la serie la pone en el mapa (Ceaser, 19 abril 2016)–, como si el desembarco de la HBO en tierras gerundenses fuera un inicio en lo que respecta a la relación entre la ciudad y el mundo audiovisual, así como su proyección internacional.

Aprovechando el tirón de *Juego de tronos* y, al mismo tiempo, como forma de contrarrestar una imagen totalmente falsa de una Girona recién llegada a la televisión, el cine y la publicidad, el Ayuntamiento de Girona, a través del Museu d'Història, el Museu del Cinema y la Girona Film Office, y con la colaboración de la Colección Benejam, la Filmoteca de Cataluña, la Demarcación de Girona del Colegio de Arquitectos de Cataluña y la empresa Movistar+, produce la exposición *Girona plató* (del 18 de junio al 6 de noviembre de 2016) (Fig. 7). Comisariada por Pep Prieto y Laura Merino, y ubicada en la Casa Pastors –antigua sede de la Audiencia de Girona, en un edificio histórico precisamente ante la escalinata de la Catedral de Girona, convertida en Septo de Desembarco del Rey–, la muestra recorre la relación de la ciudad con las pantallas a través de más de 80 filmaciones repartidas entre 1912 y 2015, agrupadas en tres ámbitos: “La ciudad revelada”, donde Girona se muestra como tal; “La ciudad disfrazada”, donde aparece como otros lugares, reales o imaginarios; y “La ciudad en construcción”, donde se resigue el proceso que debe seguir un centro urbano como Girona antes de aparecer en una pantalla. Los resultados de público resultan rotundos: sólo el primer mes, 5.000 visitantes; al tercero, 15.000; en su clausura, un total de 20.500 visitantes de diferentes lugares del mundo.

¹³ Extraído del material audiovisual elaborado por Marta Sureda, Magalí Pons y Òscar Valls para la exposición *Girona plató*.

Los dos objetivos principales de *Girona plató* se encuentran condensados en palabras de la alcaldesa de la ciudad, Marta Madrenas, según la cual, con iniciativas como esta, el Ayuntamiento potencia un nicho de mercado claro y reivindica la experiencia de la ciudad para seguir explotándolo –«Hemos sido capaces de atraer una de las producciones más importantes del mundo, *Juego de tronos*, no sólo por los escenarios que tenemos, sino por nuestras infraestructuras» (Camps i Linnell, 17 junio 2016)¹⁴ y apuesta «por la cultura para conseguir una ciudadanía más libre y más crítica, ya que queremos una ciudadanía mejor» (Bonaventura, 17 junio 2016). Oportunidad económica y cultura, por tanto. Y *Juego de tronos* como gran catalizador. Esta exposición, pese al indudable interés de muchas de las piezas exhibidas –en relación a películas como *El perfume, historia de un asesino* (*Perfume: The Story of a Murderer*, dir. Tom Tykwer, 2006), *El monje* (*Le moine*, dir. Dominik Moll, 2011), *Murieron por encima de sus posibilidades* (Isaki Lacuesta, 2014) o series como *Ermessenda* (dir. Lluís Maria Güell, 2011)–, encuentra en *Juego de tronos* no sólo uno de sus núcleos fundamentales, sino también uno de sus reclamos más efectivos (Fig. 8).



Izquierda (Fig. 7), entrada de la exposición *Girona plató* (Casa Pastors, del 18 de junio al 6 de noviembre de 2016, comisariada por Pep Prieto y Laura Merino); derecha (Fig. 8), fotografía de una de las salas de la muestra dedicada al vestuario, las armas y el atrezzo de *Juego de tronos*.

Por otro lado, resulta interesante constatar como uno de los materiales de difusión de *Girona plató* consiste, precisamente, en un mapa de localizaciones de la ciudad con un recorrido cinematográfico y televisivo (Fig. 9). Esta consciencia de convertir el plató cinematográfico urbano en nodo turístico se manifiesta también en tantas otras iniciativas, desde la del espacio web especial que el periódico *El Punt Avui* dedica a *Juego de tronos* en Girona,¹⁵ en el que se puede encontrar un mapa de localizaciones específico sobre la sexta temporada de la serie, acompañado de diferentes materiales audiovisuales (Fig. 10), hasta rutas oficiales como la *Game of Girona Experience* (Fig. 11) y la *Game of Girona Locations* (Fig. 12) de la Asociación de Guías de Girona, entre otras. Constatamos, por lo tanto, la decisión consciente y generalizada de convertir esos espacios usados como plató –los mismo que la magia digital llega a

¹⁴ En la misma línea, el cineasta Joaquim Jordà decía, según el también director de cine Pere Vilà, que Girona y provincia era el plató de Cataluña (extraído del material audiovisual elaborado por Marta Sureda, Magalí Pons y Òscar Valls para la exposición *Girona plató*).

¹⁵ Véase: <http://www.elpuntavui.cat/especials/jocdetrons/>

transformar radicalmente– en nodos turísticos transitables, aptos para nuevos recorridos y quién sabe si para construir nuevas narraciones.



Arriba, a la izquierda (Fig. 9), uno de los folletos de la exposición *Girona plató*; arriba, a la derecha (Fig. 10), captura de pantalla del web de *El Punt Avui* dedicado a *Juego de tronos*; abajo (Fig. 11 y Fig. 12), imágenes promocionales para las rutas *Game of Girona Experience* y *Game of Girona Locations*.

En lo que a las rutas respecta, parecen haberse convertido en un producto de un relativo éxito, explicando los eventos de la serie en relación con los espacios y con los capítulos históricos de Girona. Una portavoz de dichas rutas explica a la prensa: «Visitamos el monasterio de Sant Pere de Galligants. Esta abadía benedictina es la Biblioteca de la Ciudadela en la serie, a la que llega Sam tras huir del castillo de su familia. Pues bien, en Sant Pere también se estudiaba y formaban maestros, que es lo que Sam busca en la pantalla» (Jorro, 31 agosto 2016).

Por otro lado, y como ejemplo de otro tipo de iniciativas, vemos como a un nivel más amplio y lejos de lo local, *Lonely Planet* ofrece también su propia idea de ruta por las localizaciones españolas de *Juego de tronos*, empezando, precisamente, por Girona.

3.2. Las arcas del reino

Según fuentes municipales consultadas por los autores del presente artículo, dado que no se ha realizado ningún estudio de impacto económico del rodaje y sus efectos, no se dispone de datos exhaustivos. Es posible aportar, sin embargo, que extraoficialmente la productora Fresco Films –empresa encargada de los servicios de producción para el rodaje– cifra el impacto económico directo del rodaje en la ciudad en 3,5 millones de euros –cifra que el propio Ayuntamiento cita en comunicaciones a prensa (Ayuntamiento de Girona, 5 mayo 2016)–. Ahora bien, esta cifra sólo refleja el gasto contabilizado por parte de la productora; no se dispone de datos sobre el gasto que hace el equipo por su cuenta con las dietas que recibe durante el rodaje, de modo que es posible que la cifra sea aún mayor. Más aún si se tiene en cuenta que la producción de la serie se instala a finales de junio de 2015 en la ciudad y permanece hasta finales de septiembre, mientras que las fechas de rodaje son del 3 al 17 de septiembre, momento el que el equipo ronda las 500 personas. Durante este tiempo, además, se contrata personal local y se pactan colaboraciones como las de algunos estudiantes de la Escuela universitaria ERAM, pero se desconocen las cifras relativas a tales operaciones.

En cambio, sí disponemos de datos relacionados con los medios. Las mismas fuentes municipales nos confirman que el Ayuntamiento encarga un estudio de impacto mediático de la repercusión de rodaje, realizado por Brand Rain en el periodo entre el 1 de mayo y el 13 de septiembre de 2015, del que se extraen las siguientes conclusiones: se contabilizan un total de 10.443 publicaciones que hablan de “Juego de tronos” relacionándolo con Girona (8.387 *posts* en las redes, 716 noticias en prensa y 1.340 blogs y webs). Estas publicaciones han dado un total de 1.333 millones de visualizaciones en todo el mundo: 41’5% en Francia (553.244.697 visualizaciones), 35’7% en Inglaterra / EEUU (se marca como idioma el inglés: 475.473.328 vis.), 16% en España (212.815.465 vis.), 3’2% en Alemania (42.315.047 vis.), 2’1% en Cataluña (28.105.683 vis.), etc. Cabe destacar también los 8.667.269 visualizaciones de Italia, las 565.730 de Australia, las 1.107.601 de México, las 9.830.186 de Portugal, las 2.144 de Holanda, las 589 visualizaciones de Japón, las 155.876 visualizaciones de Venezuela, las 344.299 de Colombia, las 137.181 de Chile, las 39.084 de Bélgica o las 48.318 de Argentina. Este impacto se contabiliza en más de 3.670.244 euros –ésta es la misma inversión publicitaria que se necesitaría para poder generar el mismo impacto, y se calcula a partir del método estándar de comunicación VPE (valor publicitario equivalente)–. Un dato más a añadir puede ser el hecho del incremento del tráfico de navegación en el portal TripAdvisor en relación con la emisión de la sexta temporada de la serie, y donde se señala que «han destacado por su incremento en tráfico en TripAdvisor [...] las Bardenas Reales de Navarra, Girona, Almería, Sevilla y Tudela» (14 junio 2016).

Por otro lado, si en general se reciben los datos con optimismo, y existe un amplio acuerdo en cuanto al provecho económico que supone el turismo derivado de acontecimientos como *Juego de tronos*, también se dejan oír voces críticas. Es el caso de Joan Pluma, que escribe sobre la recaudación turística en general:

El gasto mayor de quienes visitan Girona en servicios comerciales, de restauración y alojamiento genera beneficios que se pueden traducir en mayor aportación al IRPF, en mejorar los resultados positivos de las empresas y por tanto una mayor recaudación del Impuesto de Sociedades y, sobre todo, una mayor recaudación de IVA. Ninguno de estos impuestos se traduce

directamente sobre la hacienda pública local. Sólo retorna a la ciudad un 30% del Impuesto sobre estancias en establecimientos turísticos.

Y en cuanto a la serie de la HBO en particular: «Cuando la productora de *Juego de tronos* busca y encuentra el máximo abaratamiento de costes para venir, el efecto de este uso intensivo de la ciudad no se compensa por ningún lado. Ni por la vía impositiva ni por la vía del ejercicio de la responsabilidad social corporativa del sector ni por la vía del patrocinio. No hay retorno a la hacienda local» (20 junio 2016).

4. CONCLUSIONES: ENTRE LA LÓGICA DEL ACONTECIMIENTO Y EL IMAGINARIO SOSTENIDO EN EL TIEMPO

De los datos aportados en cuanto al impacto turístico y económico del rodaje de *Juego de tronos* en lugares como Dubrovnik, Irlanda del Norte, Islandia o Andalucía, así como los disponibles en cuanto a Girona, se deducen varios aspectos principales. El primero, que existe un impacto económico innegable. Sin embargo, en segundo lugar, también se constata que en la mayor parte de los casos nos encontramos ante estimaciones de las autoridades y responsables locales lanzadas a la prensa, y no de estudios o auditorías realizados por terceros y con objetivos académicos o científicos – o, simplemente, *contables*–. El tercer aspecto relevante radica en la constatación de que en todas las ocasiones se prolonga el hecho del rodaje y la posterior aparición en la serie como detonante para actividades y explotaciones turísticas de índole diversa. Ahondando más en esta cuestión, un cuarto aspecto interesante consiste en que todos los lugares por los que ha pasado *Juego de tronos* han encontrado en la unión de su iconografía propia con el imaginario seudomítico de Poniente una estrategia tanto comercial como cultural.

Sin lugar a dudas, los rodajes cinematográficos o televisivos han aumentado en los últimos años el interés turístico de determinados destinos. A lo largo de este artículo, que viene a añadir reflexión e información al publicado previamente hace un año (Parramon y Medina, 2016), y una vez emitida la serie localizada en Girona a nivel internacional, hemos reflexionado sobre la percepción y las consecuencias del impacto local y turístico de la serie en la ciudad: adición de valor o de interés turístico a determinados lugares de la geografía urbana; asunción por parte de los gerundenses del imaginario de la serie como parte de su propio imaginario local –y exportable–; creación de rutas turísticas basadas en *Juego de tronos* como parte de una consciencia del valor de lo imaginario en la construcción del nodo turístico... Todos estos aspectos han transformado de algún modo la relación de la ciudad con sus visitantes y con sus habitantes. Sin embargo, nos sigue asaltando la misma pregunta que, desde otra perspectiva, nos formulábamos en la publicación anterior citada: ¿será capaz el imaginario ligado a la serie y proyectado sobre la ciudad de Girona, de consolidarse como tal y superponerse con los distintos imaginarios urbanos construidos a lo largo de los siglos?

5. BIBLIOGRAFÍA

- ABC Sevilla (20 octubre 2014). El croma de la plaza de toros de Osuna, de «Juego de tronos», por los suelos por el viento. *ABC Sevilla*. Rescatado de <http://sevilla.abc.es/provincia/20141019/sevi-croma-plaza-toros-osuna-201410192155.html> (consultado el 5 de enero de 2017).
- Acn (26 abril 2016). L'estrena de «Joc de Trons» desborda Girona. *Diari de Girona*. Rescatado de <http://www.diaridegirona.cat/girona/2016/04/25/girona-ja-bull-lestrena-joc/779618.html> (consultado el 28 de octubre de 2016).
- Ajuntament de Girona (14 abril 2016). L'Ajuntament de Girona i Movistar+ organitzen un segon passi del primer capítol de la sisena temporada de "Joc de trons" al Teatre Municipal. *Girona*. Rescatado de <http://www2.girona.cat/ca/jocdetrons> (consultado el 28 de octubre de 2016).
- Ajuntament de Girona (25 abril 2016). Trobada institucional a l'Ajuntament de Girona amb motiu de l'estrena de la sisena temporada de "Joc de trons". *Girona*. Rescatado de <http://www2.girona.cat/ca/jocdetrons> (consultado el 30 de octubre de 2016).
- Ajuntament de Girona (5 mayo 2016). Més de 1,7 milions d'impressions a les xarxes socials de l'estrena de "Joc de trons" a Girona. *Girona*. Rescatado de <http://www2.girona.cat/ca/jocdetrons> (consultado el 28 de octubre de 2016).
- Associated Press (23 junio 2014). Game of Thrones brings economic boost to Northern Ireland. *The Hollywood Reporter*. Rescatado de <http://www.hollywoodreporter.com/news/game-thrones-brings-economic-boost-714036> (consultado el 12 de diciembre de 2017).
- Bergson, Z. (9 abril 2015). Entertaining Business: Economics Of Game Of Thrones. *Donald W. Reynolds National Center for Business Journalism*. Rescatado de <https://businessjournalism.org/2015/04/entertaining-business-the-economics-of-game-of-thrones/> (consultado el 5 de enero de 2017).
- Bonaventura, D. (17 junio 2016). Una exposició de 50 pel·lícules rodades en 100 anys redescobreix l'atractiu de Girona. *Diari de Girona*, 53.
- Byron, K. (5 abril 2013). These Three Countries Are Winning the 'Game of Thrones'. *CNBC*. Rescatado de <http://www.cnbc.com/id/100619559> (consultado el 5 de enero de 2017).
- Cable, S. (5 diciembre 2014). The Game of Thrones boost tourism to Northern Ireland by 8.6 million as fans go in search of the real Westeros. *Mail Online*. Rescatado de http://www.dailymail.co.uk/travel/travel_news/article-2861125/The-Game-Thrones-boost-tourism-Northern-Ireland-8-6MILLION-fans-search-real-Westeros.html (consultado el 5 de enero de 2017).
- Camps i Linnell, J. (17 junio 2016). Girona, un segle de rodages. *El Punt Avui*, 6.
- Ceaser, J. (19 abril 2016). 'Game of Thrones' puts this Spanish city on the map. *New York Post*. Rescatado de <http://nypost.com/2016/04/19/game-of-thrones-puts-this-spanish-city-on-the-map/> (consultado el 30 de octubre de 2016).

- Jorro, I. (31 agosto 2016). Los tours 'frikis' de Juego de Tronos arrasan en Girona. *Crónica global*. Rescatado de http://cronicaglobal.lespanol.com/vida/juego-de-tronos-girona-rutas-tours-visitas_60565_102.html (consultado el 27 de septiembre de 2016).
- Lopez, M., y Tapia, T. (26 abril 2016). L'estrena de "Joc de Trons" desborda Girona. *Ara Girona*. Rescatado de <http://www.aragirona.cat/noticia/2016/04/26/lestrena-de-joc-de-trons-desborda-girona> (consultado el 30 de octubre de 2016).
- Miossec, J.-M. (1977). L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme. *Annales de Géographie*, vol. 86, núm. 473, 55-70.
- Parramon, P. y Medina, F. X. Turismo, grandes producciones y posicionamientos urbanos: El rodaje de *Juego de Tronos* en Girona. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(2), 315-328.
- Pluma, J. (20 junio 2016). La fiscalitat del turisme a Girona. *Diari de Girona*. Rescatado de <http://www.diaridegirona.cat/opinio/2016/06/20/fiscalitat-del-turisme-girona/789609.html> (consultado el 30 de octubre de 2016).
- Porter, R. (26 abril 2016). Sunday cable ratings: 'Game of Thrones' opens slightly lower, still dominant. *Screener TV*. Rescatado de <http://tvbythenumbers.zap2it.com/daily-ratings/sunday-cable-ratings-april-24-2016/> (consultado el 15 de noviembre de 2016).
- Quintana, À. (7 junio 2016). On és la posada en escena? *El Punt Avui*. Rescatado de <http://www.elpuntavui.cat/cultura/article/19-cultura/974456-on-es-la-posada-en-escena.html> (consultado el 11 de diciembre de 2017).
- Rolfe, P. (30 octubre 2014). 'Game of Thrones' Shoot Boosts Tourism 15 Percent in Spain's Seville. *The Hollywood Reporter*. Rescatado de <http://www.hollywoodreporter.com/news/game-thrones-boosts-spain-tourism-745017> (consultado el 12 de diciembre de 2017).
- TripAdvisor (14 junio 2016). Juego de Tronos dispara el interés de los viajeros por las localizaciones de rodaje españolas. *TripAdvisor*. Rescatado de <http://blog.tripadvisor.es/2016/06/14/juego-tronos-dispara-interes-los-viajeros-las-localizaciones-rodaje-espanolas/> (consultado el 12 de diciembre de 2017).

Vilà, D. (7 enero 2011). Girona als cartells. *El Punt Avui*. Rescatado de <http://www.elpuntavui.cat/article/-/5-societat/353386-girona-als-cartells.html> (consultado el 3 de enero de 2017).

Winfrey, M., y Kuzmanovic, J. (2 abril 2015). Can Game of Thrones save Croatia? *Bloomberg*. Rescatado de <https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-04-02/can-game-of-thrones-save-croatia-> (consultado el 3 de enero de 2017).