



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA

# **La industria del cine como impulsor del turismo en un destino. Caso de estudio: ciudad de Nueva York del año 2010 al año 2019**

**Tesis de grado**

**Licenciatura en Turismo**

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Nacional de La Plata

**Bardón Camila Daniela**

**Legajo: 90414/9**

**[camibardon1@gmail.com](mailto:camibardon1@gmail.com)**

**Directora: Córdoba, María Gabriela**

**Fecha de entrega: 10 de junio del 2022**

## **Agradecimientos**

*A mi papá, a mi mamá y a mi hermana, por alentarme y apoyarme incondicionalmente durante toda la carrera.*

*A mis amigas y amigos de siempre, por ayudarme a no bajar los brazos en los momentos que se me hizo más difícil seguir y por festejar cada uno de mis logros.*

*A toda la gente que conocí durante estos años dentro de la facultad, que me ayudaron y acompañaron siempre que los necesité.*

*A mis profesores y ayudantes de cátedra que me enseñaron y me aconsejaron para seguir adelante.*

*Y una mención y agradecimiento especial para Gabriela Córdoba, mi directora, quien me guió, enseñó y apoyó a lo largo de este trabajo de investigación.*

# ÍNDICE

<b>Resumen</b>	<b>4</b>
<b>Introducción</b>	<b>5</b>
<b>Objetivo general</b>	<b>7</b>
<b>Objetivos específicos</b>	<b>7</b>
<b>Metodología</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO 1: Marco teórico</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Turismo cultural</b>	<b>10</b>
<b>1.2 El cine</b>	<b>11</b>
<b>1.3 Cine y geografía: locaciones</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Turismo Cinematográfico</b>	<b>15</b>
<b>1.5 Turismo y Marketing</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO 2: Turismo cinematográfico en Nueva York</b>	<b>20</b>
<b>2.1 Nueva York</b>	<b>20</b>
<b>2.2 Cine norteamericano y su repercusión en el turismo</b>	<b>279</b>
<b>2.3 Ejemplificación del impacto de películas filmadas entre los años 2010 y 2019</b>	<b>31</b>
<b>CAPÍTULO 3: Aplicación de la metodología</b>	<b>34</b>
<b>3.1 Análisis de las encuestas con preguntas cerradas</b>	<b>34</b>
<b>3.2 Análisis de las entrevistas en profundidad</b>	<b>423</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>51</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>535</b>
<b>Sitios Web</b>	<b>557</b>
<b>Anexos</b>	<b>568</b>

## Resumen

A lo largo de los años, el turismo se ha ido diversificando y ramificando de acuerdo a los gustos y preferencias de las personas. La motivación dejó de ser únicamente la de visitar el lugar, descansar unos días y volver al destino de origen, para convertirse en la satisfacción de las necesidades puntuales de cada individuo, las cuales pueden ser culturales, religiosas, de negocios, de deportes, sobre la naturaleza, entre otras varias más. En la actualidad, las personas eligen minuciosamente cada destino que visitan de acuerdo a una época del año, a factores económicos, sociales y climáticos, y en concordancia con lo que les gustaría ver o lo que ya han visto a través de imágenes, publicidades, o que simplemente les contaron de un lugar. Algunas personas se mueven por su fascinación hacia la arquitectura, otras siguiendo a cada paso a sus ídolos del deporte en los torneos alrededor del mundo, mientras que otros se trasladan por cuestiones religiosas tales como las peregrinaciones o las visitas a dónde se encuentra algún Santo. Además de estas motivaciones, existen otras que se encuentran ancladas al turismo de tipo cultural como es el Turismo cinematográfico. Aunque poco conocido, ese tipo de turismo ya ha provocado la movilización y el incremento del flujo de turistas en varios destinos del mundo y en algunas de las ciudades más importantes. Por eso, en el presente trabajo se profundizó en el destino de la ciudad de Nueva York como principal elección de los espectadores luego de mirar películas filmadas entre los años 2010 y 2019. Se indagó acerca de sus preferencias, sus motivaciones y sus decisiones a la hora de viajar.

## Introducción

Hay diversos centros de producciones cinematográficas a lo largo de todo el mundo que son elegidos como destinos turísticos. Mediante las películas, sus escenas y personajes, las personas pueden adentrarse en los lugares donde fueron filmadas, sin necesidad de viajar y eso es un logro de los medios audiovisuales y de los grandes directores que por años han elegido rodar escenas o filmes enteros en estos centros. Si bien el centro de producción cinematográfico más grande del mundo se encuentra en Los Ángeles, ciudad perteneciente al estado de California, los inicios del cine se dieron en Nueva York, y desde hace varias décadas se disfruta de filmes que fueron rodados en esta ciudad y han hecho conocerla desde distintos puntos de vista, en particular remarcando lo importante de la cultura y las costumbres turísticas con la temática de la película en las que se recorre cada punto por el que transitan.

Cuando una producción tiene tal efecto en el destino, se llegan a realizar hasta rutas turísticas para conocer los personajes, que es lo que muchas veces buscan los visitantes, tener una experiencia similar a la de ellos. Se puede decir que en varios lugares del mundo estos recorridos ya se realizan y están a cargo de las oficinas de turismo, así como también de los tour operadores. Un ejemplo de esto es el éxito de *The Lord of the Rings* (2001) en Nueva Zelanda ya que la película y toda la escenografía pasaron a ser parte de un nuevo atractivo de la isla, como menciona (Bauzá Illán, 2015).

A lo largo del tiempo se han creado y rodado películas que han hecho que los espectadores se interioricen en la vida de los personajes y el lugar dónde transcurría, y al ver en los films los paisajes, las ciudades y sus escenarios, ha generado el interés en los turistas por viajar y experimentar todo lo que los personajes han vivido y sentido. Algunas de las películas que más influencia han tenido en el turismo son en la ciudad de Nueva York, a tal punto que se han remodelado o incorporado elementos de valor en el destino, debido al incremento en la llegada de turistas que se encontraban motivados por conocer aquellos lugares en los que los personajes habían estado.

Existe una gran cantidad de locaciones alrededor del mundo que han visto crecer el número de visitantes a partir del rodaje de una película, ya sea por el uso de los atributos del lugar, como también por las escenografías que fueron inventadas, como por ejemplo aquellas películas de animación en las que los lugares que aparecían eran prácticamente inexistentes o no se tenía una precisión del espacio, pero que igual han introducido referencias de distintos destinos, como *Buscando a Nemo* que promociona

la barrera coralina de Australia, como bien menciona Bernardi Milagros (*Turismo cinematográfico, la influencia del cine como motivador turístico*; 2016). Cuando se habla de cantidad también se puede mencionar la variedad de géneros de películas que se produjeron, como el caso de la ciudad de Nueva York, gracias a lo cual cada visitante puede satisfacer sus deseos según sus gustos, tomando como ejemplo la película *Manhattan* (1979) y a su vez en un género totalmente distinto a *Réquiem para un Sueño* (2000).

Este proceso dio lugar a diversos estudios académicos que abordan el turismo cinematográfico, entre los que se enfoca el estudio en una de las clasificaciones y tipos de turismo cinematográfico que es el “Turismo cinematográfico como elemento principal que motiva el viaje” (Rodríguez Campo, L, et al. 2014. ).

Interesados en este aspecto, surgen diversos interrogantes: ¿Cómo surge la motivación por viajar a un destino del mundo visto en una película? ¿Cuáles son los destinos del turismo cinematográfico más elegidos en Nueva York? ¿Cuáles son los atractivos que ofrece dicha ciudad, y en este sentido, cuáles son los atractivos que se han promovido turísticamente como consumo cultural? ¿Cuáles pueden ser las motivaciones de los turistas para la planificación de viajes a destinos promocionados por la industria del cine en la ciudad de Nueva York? Surge la inquietud también de preguntarnos cuáles son los géneros de películas que incentivan a los visitantes. Asimismo, despierta el interés por preguntarnos si los visitantes en estos destinos en Nueva York le dan importancia a aquellos elementos que fueron utilizados por los personajes de las películas.

A partir de estos interrogantes, a efecto de esta tesis, nos centraremos en analizar en profundidad los atractivos de turismo cinematográfico elegidos por personas de La Plata en la ciudad de Nueva York, e indagar sus motivaciones de elección entre los años 2010 y 2019. Se buscará indagar cuáles fueron las causas que llevaron a los turistas platenses a viajar a la ciudad de Nueva York en dicho período, teniendo como motivación principal las películas que allí fueron filmadas. Esta locación fue sede de películas como *Taxi Driver* (1976), *When Harry mets Sally* (1989), *Sex and the City* (2008), *The Ghostbusters* (1984). El estudio se centró en el espacio geográfico antes mencionado debido a la diversidad de elementos y atractivos que han llamado la atención de los turistas de la Ciudad de La Plata a lo largo de los años.

Cabe aclarar que el tema de este trabajo está relacionado con las asignaturas de Patrimonio Turístico: por aquellos elementos que formaron parte de una película y hoy día se encuentran como atractivos que llaman la atención de los visitantes; con la materia Psicosociología del Tiempo Libre: debido a la relación con las motivaciones del viaje, del turista y sus conductas. Y por último también se relaciona con la asignatura Geografía Turística Argentina y Latinoamericana en cuanto a la relación entre el espacio y el cine, la ubicación geográfica del presente caso de estudio y la elección de los ciudadanos platenses en el vínculo que existe entre el turismo y la geografía.

Esta tesis se estructura en tres capítulos. previo al capítulo 1 se plantean los objetivos y explícita la metodología de estudio propuesta. Luego, en el primer capítulo se expone el marco teórico donde se establecen los conceptos y dimensiones centrales. En el capítulo 2 se enmarca el turismo cinematográfico en Nueva York. En el último capítulo se exponen los resultados obtenidos del trabajo de campo relacionándolos con los conceptos desarrollados en el marco teórico, a fin de dar respuesta a los objetivos propuestos. Para finalizar se exponen las conclusiones alcanzadas, a partir de tomar perspectiva de los resultados obtenidos.

## Objetivo general

El objetivo general del trabajo fue analizar los atractivos de turismo cinematográfico elegidos por personas de La Plata en la ciudad de Nueva York, y sus motivaciones de elección entre los años 2010 y 2019

Para alcanzar dicho objetivo, se establecieron los siguientes objetivos específicos:

- Indagar cuáles son los atractivos que se han promovido turísticamente como consumo cultural en Nueva York
- Identificar las motivaciones que se pueden encontrar en elementos audiovisuales, paisajes o experiencias de los personajes que sean posibles motivos de elección para las personas de La Plata a realizar el viaje a destinos conocidos mediante un filme.
- Analizar si los visitantes le dan importancia a aquellos elementos que fueron utilizados por los personajes en las películas.
- Detectar los géneros de películas que incentivan al visitante platense a desplazarse hacia la ciudad de Nueva York.

## Metodología

Con el fin de cumplir los objetivos planteados, la metodología que se utilizó en este trabajo fue de tipo exploratorio, a partir de datos cualitativos mediante entrevistas y

cuantitativos, mediante cuestionarios cerrados. De acuerdo con cada objetivo específico se realizaron encuestas con preguntas estructuradas o entrevista en profundidad.

Tomando a Garay (2019), podemos decir que la entrevista tiene una fase inicial, un desarrollo y un fin. Cabe aclarar que existen distintos tipos de entrevistas, como la entrevista cerrada, la entrevista semiestructurada, la entrevista abierta y las entrevistas informales (Garay 2019). En este estudio, se utilizó como metodología la entrevista en profundidad, donde el entrevistado podía expresarse lo suficiente en sus respuestas. Según

En base a lo dicho anteriormente, se llevaron a cabo cuatro entrevistas en profundidad a personas cuyas características se describirán a continuación. Lo importante de la realización de este tipo de entrevistas es que se pudo lograr obtener toda la información necesaria, sin omitir detalles sobre las preferencias y experiencias de los platenses en cuanto al turismo y al cine. Se tomó como metodología para establecer el número de entrevistas el punto de saturación, es decir, al momento en que una entrevista ya no aporta nuevos datos a los recolectados en la entrevista previa.

En este sentido, destacamos que este trabajo de investigación, de naturaleza exploratoria, no constituye una muestra representativa del universo de la totalidad de las personas que han elegido el turismo cinematográfico en Nueva York, pero sí se puede señalar que las entrevistas, sumado a los cuestionarios estructurados realizados, permiten tener un primer acercamiento a la temática y elaborar conclusiones preliminares que pueden dar pie a futuros estudios.

Mediante las entrevistas se indagó en principio en cuestiones su edad, sus estudios, su trabajo, para luego preguntar acerca de sus gustos personales e ir llegando a la información que se busca sobre el tema que se está estudiando, para indagar luego en la entrevista sus motivaciones de viaje, sus experiencias de vida que tienen relación con sus costumbres, su mirada de la cultura, sus gustos y preferencias en cuanto al cine, de qué manera les han influido las películas para escoger un destino a la hora de viajar. Para realizarla se seleccionaron personas de la ciudad de La Plata interesados en la industria del cine o estudiantes de esta, así como también aquellos que viajan generalmente por turismo cultural; es decir, las condiciones para elegir a los entrevistados están basadas en sus gustos y su conocimiento acerca de la cultura general (ya sea por viajar, leer o mirar películas), específicamente asociado a la producción de películas delimitando el espacio geográfico de la ciudad de Nueva York en un período de nueve años comprendidos en la década del 2010. Debido al contexto que se estaba viviendo con la pandemia del Coronavirus las entrevistas se llevaron a cabo virtualmente, mediante plataformas como Zoom o Google Meet, o por videollamada telefónica. Se tuvo que lograr el contacto y pactar fecha y horario con cada persona para dicha reunión. Una vez concretado el trabajo de las entrevistas se explicó con detalles el método utilizado y las dificultades que surgieron durante la investigación (ya que en ese contexto podrían surgir problemas técnicos con los dispositivos en los que se llevaban a cabo las entrevistas). Se cumplieron todos los roles de una investigación, tanto lograr el contacto, como la formulación de las preguntas, la manera de captar la información (tomar notas, grabar, etc), volcar dicha información, y la redacción de la entrevista. Por último, se sacaron conclusiones acerca de la información relevante obtenida y se hizo un análisis e interpretación.

En cuanto al número de entrevistas llevadas a cabo, no hubo mayor dificultad para realizarlas. Sin embargo, las mismas fueron hechas durante la pandemia del Coronavirus, lo que no traía aparejado facilidades para poder haber hecho más entrevistas a más personas. Vale aclarar, como se destacó en líneas anteriores, que este número es suficiente para el tipo de trabajo propuesto.



Como se mencionó anteriormente, además de realizar entrevistas en profundidad, también se realizaron encuestas con preguntas estructuradas que fueron subidas a las redes sociales con el fin de que las personas pudieran contestar preguntas cerradas con respuestas breves, que luego se utilizarían como muestra para un posterior análisis que serviría de complemento a la investigación. La cantidad de encuestas fue determinada en función de poder cumplir con los objetivos planteados, ya que se pudo recopilar información, como por ejemplo, los viajes realizados por los turistas que residen en La Plata, recuerdos de los viajes, la visión sobre Nueva York como emblema del cine. En este sentido, se realizaron 140 encuestas, las cuales tuvieron una relevancia de carácter cuantitativo que brindaron estadísticas acerca de diferentes datos solicitados y aportaron una visión más amplia sobre los destinos de turismo cinematográfico elegidos por los platenses, y sobre los atractivos que dicha industria creó en la ciudad de Nueva York.

Con lo explicado anteriormente se obtuvo una forma de cumplir con el objetivo general que era el de obtener un análisis, sobre los años anteriormente mencionados, de las motivaciones de viaje que influyeron sobre los turistas platenses a la hora de planear un viaje a un destino promovido por la industria del cine como es la ciudad de Nueva York.

## **CAPÍTULO 1: Marco teórico**

Según Foucault (1990) la arqueología no niega que en el discurso haya enunciados nuevos que tengan relación con acontecimientos exteriores, sino que pretende mostrar en qué condición puede haber una correlación entre ellos y en qué consiste. Siguiendo con lo dicho anteriormente, se puede afirmar que el discurso varía y que no solo se basa en hechos o teorías nuestras sino también del exterior que pueden servir para dar un pie a lo que se quiere transmitir.

### **1.1 Turismo cultural**

De acuerdo con Richards (2000), la cultura abarca lo que piensan las personas (actitudes, creencias...), lo que hacen las personas (comportamientos, modos de vida) y lo que fabrican las personas (obras de arte, productos culturales) y, por lo tanto, la cultura se compone de procesos. Es decir, cada destino del mundo tiene su propia cultura, lo que hace que su población se identifique con una forma de vida, con costumbres y tradiciones, y eso es lo primero que se percibe de un lugar cuando lo es visitado. Parafraseando a Richards (2000) se puede decir que hace ya varios años, con efectos positivos tanto como negativos se ve que la cultura estuvo siendo mercantilizada, a tal punto de que se pierda la verdadera identidad de las comunidades, por eso en este trabajo de investigación se ahondará en ese tema para entender el turismo y la cultura en conjunto.

Según la Organización Mundial del Turismo (2021), el turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico. Definido esto, se puede decir que, el turismo cinematográfico es una rama que se desprende del turismo cultural por la simple razón de la revalorización que se les da a los paisajes, a cada patrimonio que hay en el destino, y a las costumbres y tradiciones pertenecientes a su población; ya que a la hora de elegir un destino para producir una película o al menos una escena se vuelve a poner en valor la esencia de este. Cabe aclarar que la cultura es objeto de mercantilización, a partir del gran flujo de visitantes que reciben algunos destinos y la diversificación del turismo, junto con las experiencias que se crean para la estadía de los turistas, estos hacen que todo lo que forma parte de una comunidad vaya quedando atrás de negociaciones. No necesariamente quiere decir que siempre los efectos sobre la población del destino sean negativos. Según los autores Lopez Santillan Ángeles & Guardado Marin (2010), la idea central de la mercantilización es la transformación de algunos bienes que pasan de tener un valor de uso a tener un valor de cambio una vez que entran al mercado del turismo. Sin embargo, la mercantilización no es llevada a cabo por los gobiernos locales o como una medida de política pública, ni mucho menos es una cuestión consultada con los habitantes, sino que quien llega particularmente o con una empresa puede generar un negocio de cada patrimonio, recorrido, elemento que se encuentre en el lugar sin saber qué valor tiene para los habitantes en cuestión.

El consumo cultural surge de una necesidad y a su vez se encuentra segmentado en diferentes clases, etnias, o grupos a los que pertenecen las personas. Esas necesidades

suelen ser universales (como la alimentación, el transporte, etc) y luego está la necesidad que se construye a partir de objetos a los que les damos una identidad propia. Y cabe aclarar que quienes se encargan de la fabricación de los objetos, productos, mercancía que compramos a diario lo hacen con el fin de que éstos se adapten a nuestro día a día, que se conviertan en una necesidad, como bien explica Canclini (1999).

De acuerdo a esto, Canclini (1999) define al consumo cultural como un conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos.

Lo que destaca Rodríguez Campo (2014) es que debido al desplazamiento de los intereses de los turistas del patrimonio hacia lo artístico, algunos autores comienzan a clasificar los recursos del turismo cultural, siendo los derivados de los medios audiovisuales:

- Recursos turísticos de cultura popular
- Festivales y acontecimientos especiales derivados del cine

Y esto mismo es lo que sucede en un aspecto del turismo cinematográfico. Las personas empiezan por consumir la película y luego como se encuentran atrapadas en esos atractivos audiovisuales tiene la necesidad de viajar para conocer el lugar, y ahí es donde empieza el proceso de consumo. Compra del pasaje, se visita un destino nuevo, se consume tanto lo que uno necesita básicamente para sobrevivir como también todos aquellos elementos que llaman la atención de la película y que mediante diferentes estrategias las fábricas sacan al mercado creando un producto que uno pueda utilizar cotidianamente y que tenga relación con lo que uno esperaba encontrar.

El estado del arte puede tener diferentes enfoques, entre los que se encuentra el conocimiento, el redescubrimiento y la información. Según Gómez Vargas, M., Galeano Higueta, C., y Jaramillo Muñoz D,A. (2015) el estado del arte como metodología de la investigación tiene interés en lograr la comprensión, evidenciar el conocimiento y la información que se tiene de un fenómeno. Es una metodología que pretende recuperar la producción, permitiendo cuestionar, investigar, criticar, dándole sentido a la información obtenida.

## 1.2 El cine

El cine como se conoce hoy en día nació a partir de la creación de un aparato cinematográfico por parte de los hermanos Lumière en el año 1895, como afirma Sadoul, G. (2004). Según Brunetta, GP. (2011) la transmisión de imágenes en pantallas logró una gran repercusión y beneficios económicos, por lo que se empezaron a rodar cada vez más películas en distintos países. Uno de ellos fue Francia quien rápidamente empezó a adaptar obras al formato cinematográfico, luego le siguió Alemania, hasta que el país que más películas rodaba pasó a ser Estados Unidos, convirtiéndose en el centro productor más importante.

Parafraseando a Brunetta, GP. (2011), a partir de esta nueva expresión artística que rápidamente atrajo al público se tuvieron que hacer modificaciones estructurales en las salas de cine mediante artefactos tecnológicos para la reproducción de las películas. También implicó cambios en el lenguaje y en la forma de trabajar de los actores y actrices que no estaban acostumbrados a personificar de esa manera sus papeles en las mismas.

El cine pasó por todo tipo de producciones siendo muy famosas las obras mudas, y luego también la transición del cine en blanco y negro a color. No obstante, de cualquier

manera desde un principio este tipo de arte fue una buena manera de compartir el tiempo para las personas, de disfrutar, y fue convirtiéndose en una importante actividad de ocio, la cual vino acompañada de crecimiento económico, publicitario y trajo cambios en la sociedad hasta la actualidad.

Como afirma Lorena Rodriguez Campo, et al, (2012) el cine tiene la capacidad de influir en el desarrollo de la identidad, la imagen y las representaciones culturales de un país. Por eso, no se puede dejar pasar el hecho de que tanto las películas que son adaptaciones de obras como los demás guiones inventados forman gran parte del conocimiento cultural para las personas que lo consumen. Tal como los pintores han deslumbrado con sus obras realistas o abstractas y han incentivado a moverse por interés hacia un museo, hacia un centro de esculturas, o como los escritores han hecho imaginar cada escena que salía de una novela, cuento o fábula; el cine tiene el mismo efecto: el despertar de emociones que puede traer un film, los sentimientos y la curiosidad pueden hacer también que uno quiera ir más allá cuando se ve reflejado en una escena o en un personaje; y ahí es donde entra en juego la necesidad que se debe satisfacer para la población.

Si bien se sabe que el centro de producciones cinematográficas más grande se encuentra en Los Ángeles, ciudad perteneciente al estado de California, los inicios del cine se dieron en Nueva York, como se mencionó anteriormente. Por eso, hace décadas se disfruta de filmes que fueron rodados en la ciudad y han hecho conocerla desde distintos puntos de vista pero remarcando lo importante de la cultura y las costumbres. Con estas películas las personas pudieron adentrarse en el alma de la Gran Manzana sin necesidad de viajar y eso es un logro de los medios audiovisuales y de los grandes directores que por años han elegido rodar escenas o filmes enteros allí.

A continuación se detallarán algunos filmes de décadas pasadas que han sido claves en el interés de las personas residentes de la ciudad de La Plata de elegir ese destino a la hora de viajar y que han mostrado no solo algunas costumbres sino también el modo de vida, los aspectos buenos como los lujos para las personas de poder y por otro lado las pandillas, los disturbios y el racismo al que se enfrentan miles de personas:

- Taxi Driver: es uno de los clásicos que se estrenó en 1976 y cuenta la historia de un soldado de Vietnam que al volver a Nueva York trabaja como taxista nocturno. Se muestra la ciudad en todo su esplendor pero desde una mirada más bien oscura.
- Gangs of New York: es otro de los filmes que más repercusión tuvo sobre la audiencia, filmada en la ciudad pero retratando la forma de vida en un barrio muy precario donde las peleas y asesinatos entre las pandillas eran moneda corriente.
- Breakfast at Tiffany's: una película que realmente llevó la imagen de Nueva York a lo más alto. Visitar la ciudad y pasear por la Quinta Avenida todavía debe tener un aroma a este filme que está lleno de lujos, como la famosa joyería en la que se ve a la protagonista.
- Ghostbusters: gracias a esta comedia miles de visitantes llegan a la ciudad con las expectativas puestas en la Biblioteca Pública de Nueva York donde transcurre una de las icónicas escenas con eventos paranormales.

Para este apartado se consideró precisa la cantidad de películas nombradas que hacen alusión a algunos de los atractivos turísticos más importantes de la ciudad neoyorquina y que tienen un gran valor en escenas de filmes mediante los cuales surge el interés de los habitantes de la ciudad de La Plata a la hora de elegir a dónde viajar. También es importante destacar que, aunque hay lugares, edificios u otro tipo de atractivos muy significativos que no fueron nombrados, están en el resto de los apartados del presente

trabajo de investigación. Por último, dichas películas fueron elegidas antes de la realización de las entrevistas en profundidad, ya que han servido como información complementaria para este estudio.

### 1.3 Cine y geografía: locaciones

Según Orueta Gámir, A. & Valdéz, C.M, (2007) desde el momento en el que el cine empezó a ser reconocido como un instrumento para contar historias empezó a ser conocido como un medio de expresión artística. Se puede decir entonces que el cine, al igual que otros tipos de arte (esculturas, obras, pinturas, fotografías) necesita, entre otras cosas, de una idea y un lugar que representar. Para las producciones cinematográficas, entre los primeros aspectos que se tienen en cuenta, se encuentra la locación que se va a utilizar (ya sea real o de ficción) según la trama que vaya a tener. Al estudiar la llamada "Geografía Cultural", Orueta Gámir, A. & Valdéz, C.M, (2007) detallan tres vectores que deberían analizarse al relacionar la geografía y el cine: los procedimientos, el contexto histórico y social y por último, el impacto en el individuo.

Además, parafraseando a Gámir (2012) con la formación del imaginario, sobre todo en las ciudades, como lo es la imagen cinematográfica de la urbe y que los espectadores reconocen fácilmente, luego trae aparejado la explotación comercial, el cual es definido en este caso como turismo cinematográfico.

Según Bertoncello (2002) el turismo es una práctica social protagonizada por los turistas, pero en la que también tienen participación los agentes turísticos, la comunidad de origen y destino, y que cada uno de ellos vela por sus propios intereses e intenciones específicas. Además, Bertoncello (2002) afirma que con el turismo masivo la maximización del beneficio siempre está presente y que gracias a esas prácticas económicas es que se puede definir la organización del territorio turístico.

Como dice Cammarata (2006) las prácticas turísticas tienen repercusiones territoriales tanto económicas como sociales y de modo de vida. Según Goycoolea Prado (2008), hablando de la relación entre el turismo y el espacio habitable, existe una influencia objetiva que es la construcción de infraestructuras, equipamientos y servicios que los turistas necesitan para llegar y permanecer en un lugar. Con respecto al caso de estudio de la presente investigación, si se habla de la ciudad de Nueva York se puede decir que es uno de los destinos donde más predomina el consumo masivo. Además, según Cammarata (2006) la relación que existe entre el producto turístico y el mito, no solo depende de la venta del destino turístico en sí sino que también se crean experiencias con elementos tangibles o intangibles, que en muchos casos se relacionan al imaginario turístico. Analizando este último concepto, Goycoolea Prado (2008) plantea que "no deja de ser paradójico que aunque en abstracto los turistas viajan para conocer los lugares que visitan, la adaptación de estos sitios para hacerles más "satisfactoria" su estancia termine segregando lo que es para los turistas y locales en el territorio y los espacios urbanos" (p. 9).

Según Hiernaux (2015), antes de la experiencia turística se presenta la experiencia de la ensoñación, la cual se alimenta de imágenes reales o distorsionadas por las cuales el potencial turista construye su mundo particular en el que pueden existir los lugares más paradisíacos y envidiables. Esta manera de describir al imaginario turístico puede verse reflejado en todo lo que pasa por la mente de una persona luego de mirar una película y quedar fascinado con alguna escena en la que se presenten lugares, construcciones u objetos que disparen algún tipo de elemento que les genere la atracción y consecuente deseo de viajar para conocer.

A la hora de empezar a producir una película, productores, directores y guionistas tienen que pensarlo en un tiempo y espacio. Ese espacio no se elige al azar, sino que se determina a partir de la trama de la película, y además, se debe pensar y organizar qué tomas del rodaje tendrán lugar en un determinado punto del destino elegido, y dónde se realizarán las demás, y en caso de tener efectos especiales qué escenas y dónde se aplicarían las mismas.

Para esta relación que se genera entre la industria del cine y las locaciones (es decir, los destinos elegidos para llevar a cabo los rodajes) se han creado, en cada país, las *Films Commissions* que son organizaciones que se encargan de llevar adelante estrategias de promoción de los destinos para atraer producciones cinematográficas, o sea, incentivar a los medios audiovisuales a que elijan un destino para, como consecuencia, beneficiarse luego con su repercusión. Según Nieto, “entre las misiones que debe tener una Film Commission una es la de crear un menú de servicios especializados dirigidos a la industria audiovisual” (Nieto, 2014; pág 14). Esto se puede explicar desde el sentido de que, al elegir un espacio geográfico determinado para la realización de la película, hay que contar con algunos factores importantes como son, entre otros, el clima y las horas de sol que hay en el día; porque eso va a ayudar a determinar cuántas horas y qué escenas se pueden filmar en un día y qué nivel de productividad se va a lograr en determinado tiempo. Son algunas de las cosas con las que se tiene que contar cuando este tipo de organizaciones quieren contribuir con su destino como un espacio filmico. Por ejemplo, hay películas que necesitan retratar la esencia del lugar como un espacio soleado y florido permanentemente, entonces no se puede buscar como locación una ciudad que tenga un clima cambiante o con lluvias constantes. Sin embargo, eso es de lo que se encargan las Films Comissions, que cuentan, además, con ayuda gubernamental en varios casos, cuando se quiere proporcionar el lugar y destinarlo al rodaje teniendo en cuenta el tiempo que duraría y que habría interrupciones de todo tipo en el destino (obras, tránsito, lugares que la gente no podría atravesar) como se ha visto en varias películas que se producían en ciudades con un gran flujo de personas, con mucho movimiento durante el día y que igual, se ha predispuesto a colaborar para el rodaje.

Con lo que respecta a los beneficios que obtienen los lugares que sirven de locación para una película se puede mencionar la repercusión que tenga, en mayor o menor medida, dicha producción cinematográfica y el incentivo y deseo que provoca en las personas de viajar a visitarlo; lo que trae aparejado beneficios económicos y generación de empleo también. Para que eso pase tiene que existir una buena elección del destino que cumpla con los requisitos necesarios para la trama del largometraje en cuestión. Como se mencionó anteriormente, existen películas de todo tipo y género (dramas, comedias, románticas, ciencia ficción, terror) que necesitan diferentes escenografías, espacios y efectos para cumplir con lo pensado para la realización de las mismas. Algunas requieren de un espacio totalmente natural, otras que están totalmente en el centro de alguna capital del mundo, otras simplemente dentro de un barco o en una isla durante todo el rodaje.

Pese a que en muchas películas que se han hecho con tramas tipo apocalípticas, de eventos climáticos desastrosos como inundaciones, terremotos, tsunamis, etc., como, por ejemplo, en la ciudad de Nueva York cuando se produjo “Soy Leyenda” (2007) que se utilizó principalmente la zona del Puente de Brooklyn y mediante efectos audiovisuales digitales era destruido y toda la ciudad tenía un aspecto apocalíptico y de destrozos, y no transmitía una imagen favorable para la ciudad y a los espectadores, en el presente trabajo de investigación se pondrá el foco en las consecuencias positivas que tuvo el cine para los destinos, teniendo en cuenta la elección de los mismos. Por eso es que en el desarrollo se explica lo que provoca en el público: una adecuada elección del lugar, un buen manejo de recursos audiovisuales y una historia original y

atrappante para captar la atención de los espectadores y generar un imaginario y un deseo en los mismos.

El único objetivo de los productores de cine no es mostrar y representar la imagen que ellos desean de la ciudad según la historia que quieren contar, sino también que se refleje en la pantalla el contexto social, económico y cultural que atraviesa en ese momento, al menos, el destino. Por ejemplo, no sería lo mismo elegir la ciudad de París y la ciudad de Hong Kong porque no solo difieren en las costumbres, la cultura y lo arquitectónico, sino que también están bajo un contexto histórico, social y económico diferentes, lo cual se vería reflejado y transmitirán al público, tal vez, algo que no estaba en los planes desde el primer momento de la producción. Por eso se considera de suma importancia considerar todos los factores anteriormente mencionados cuando se piensa en un largometraje, debido a que es lo que luego tendrá repercusión, negativa o positiva, y se podrá representar la ciudad de la manera en que se busca, más allá de la historia de la película en sí.

Según (Higuera Gonzáles, 2019) la locación es el lugar donde se ubican los personajes y las acciones, y además forma parte activa de la historia convirtiéndose en protagonista. Debido a esto es importante elegir adecuadamente el destino que se va a ver representado y reflejado por cada rincón que aparezca en escena. Además, “la función que tiene el paisaje en la narración puede ser de tres tipos: como escenario, como personaje importante y como protagonista” (González Monclús, Antonino., 2018, 90). Para cada uno de los aspectos o tipo de paisaje que se muestran en distintas producciones hay diversas razones y decisiones tomadas por parte de los productores de las mismas, siendo en muchos casos simplemente el enaltecimiento y desarrollo de la imagen del lugar para atraer visitantes de diferentes partes del mundo.

#### 1.4 Turismo Cinematográfico

Desde la perspectiva de Lorena Rodríguez Campo (2012) el cine, desde sus inicios, está relacionado con los viajes. A pesar de eso, no se puede asegurar si se complementan para generar tanto beneficios sociales como un crecimiento económico en los lugares donde se practica esta tipología de turismo. La industria del cine tiene la influencia necesaria como para crear una imagen, una identidad y representar culturalmente a un país, como lo afirma esta misma autora.

El turismo cinematográfico se entiende como una actividad que se desarrolla luego de conocer un destino por medio del éxito del rodaje de una película, lo que genera una motivación en el espectador de visitarlo, según Gonzales Conde, Araújo Vila y Rodríguez Campo (2015). Cabe destacar que esta modalidad de turismo es bastante nueva, sin embargo, se la puede asociar con las necesidades que las imágenes en pantalla generan a los espectadores a tal punto de querer viajar para conocer. Además, en la actualidad, los turistas se vuelven cada vez más exigentes con los gustos y preferencias y aumenta la demanda de la necesidad de satisfacción mediante la combinación de vacaciones, turismo y enriquecimiento cultural, como mencionan David Flores Ruiz, Celia Sánchez López y María de la O Barroso Gonzales (2015). Este tipo de turismo que deriva del turismo cultural da una idea de cómo se van diversificando las motivaciones de los turistas.

Al hablar de turismo cinematográfico se debe comprender la relación que existe entre cine y ciudad, una rama del arte y un lugar donde desarrollarla. No se podrían separar los términos, aunque se quisiera ya que la producción del cine siempre estará ligada a una ciudad, ya sea grande o pequeña. Lo importante es el rol que juegan los productores cinematográficos cuando se realiza el rodaje de una película o una serie de distintas formas como pueden ser: mostrar la ciudad tal y como es, o inventar escenarios en ella. Muchas de las películas más taquilleras han sido rodadas sobre escenarios ficticios y

han brindado al público una imagen que no era lo que realmente se esperaban encontrar al visitar el destino. Y, por el contrario, otras películas han puesto en descubierto cada rincón de las ciudades en las que se filmaron, pasando por grandes almacenes, restaurantes, estaciones de tren, salones de belleza y, sobre todo, calles, plazas, monumentos (...) según Pierre Sorlin (2001). Esto es lo que hace que se despierte el interés por parte del espectador de visitar la ciudad que conoce gracias a los medios audiovisuales y que se convierta en un turista cinematográfico buscando esos espacios en los que estuvieron los personajes, los elementos que utilizaron, los lugares que frecuentaban.

Se puede ver que los intereses de los visitantes van mutando y cuando entra en juego el cine como motivación, van dejando de lado la intención de ver sólo aquello que sean museos, monumentos y esculturas referidas propiamente a lo cultural y las costumbres de los lugares tal como conocemos a esta tipología de turismo. Ya no es turismo cultural, sino algo que se desprende del mismo que es el turismo cinematográfico: toda aquella visita o paseo que tenga como principal motivación conocer dónde fueron capturadas las tomas y escenas de una película.

Según estudios del Travelsat Tourism Competitive Index se sabe que, en el año 2012, 40 millones de turistas eligieron su destino después de verlo en una película. Este no es un dato menor ya que reafirma lo que el cine puede generar y la forma en la que influye sobre los espectadores. Las organizaciones de gestión turística tienen la tarea de gestionar, crear, y obtener beneficios a partir de la relación entre el cine y el turismo, según Eugeni Osácar Marzal (2016). Son varios los países que intentan que proyectos cinematográficos importantes sean rodados dentro de sus fronteras con el fin de atraer nuevas tendencias y flujos turísticos, y además lograr que aquellas zonas que tienen poca actividad económica puedan tener un notable crecimiento por los números de llegadas, comenta Raúl Alberto Bauzá Illán (2015).

A continuación se desarrollará la relación entre el turismo cinematográfico y el marketing con el fin de mostrar cuales son las acciones publicitarias necesarias que se llevan a cabo para que un filme tenga la repercusión que tiene sobre los destinos, la sociedad, la cultura y la economía.

## 1.5 Turismo y Marketing

El *marketing* se basa en diseñar una combinación entre productos y servicios que tengan un valor real para el grupo de clientes objetivo y satisfaga sus necesidades (Kotler, Philip et, al, 2011). De acuerdo con esto, se afirma que el objetivo del marketing es satisfacer una necesidad y en el caso del turismo cinematográfico esto va dirigido a un grupo reducido de aficionados al cine y a los viajes. El fuerte vínculo que existe entre el turismo y el cine es, en gran parte, gracias a la publicidad que se hace durante todo el proceso desde que se empieza a filmar una película hasta el momento en que aparece en la cartelera de los cines y plataformas y la reacción que produce en los espectadores. A partir del fin principal del marketing se puede hacer mención de las acciones que se deben llevar a cabo en los destinos para atraer a ese público objetivo. En este sentido se puede decir que "Las imágenes inducidas son aquellas que han sido promovidas a través de acciones de marketing por parte de los promotores turísticos del destino con el objetivo de influir sobre el proceso de decisión del turista en la selección del destino para pasar sus vacaciones." (Raquel Camprubí, et al, 2009: pág 4).

Si bien en un principio el marketing se relaciona con las ventas, el motivo principal de la publicidad que se realiza es despertar el interés en las personas, acercarlas al producto



que se quiere ofrecer, el cual en este caso son las películas. Hay toda una industria de la publicidad detrás de este objetivo que no solo hacen que las personas quieran mirar el filme producido sino también que quieran trasladarse hacia el sitio donde fue filmado para vivir su propia experiencia pero reconociendo aquellos rincones, elementos y monumentos que fueron utilizados por los personajes del mismo. Incluso el marketing es una parte influyente a la hora de viajar y decidir: el alojamiento respecto a la cercanía del atractivo (o por qué no, de ser posible, hospedarse donde estuvieron los protagonistas), el medio de transporte utilizado, los tours que se realizan en la ciudad que, en muchas ocasiones, son planeados con el fin de revivir escenas de una película. Como se verá más adelante en el gráfico 9, se ve reflejada la importancia que tienen estos aspectos a la hora de buscar el destino, reservar un lugar de pernocte, medio de transporte, etc. para cada persona a la que se le realizó la entrevista cerrada.

De acuerdo con De la Ballina Francisco Javier, (2017) son muchas las motivaciones a viajar y según su clasificación, el turismo cinematográfico se encuentra dentro de las motivaciones culturales a satisfacer, que están vinculadas con el conocimiento, los hobbies y placeres intelectuales.

Además entre la industria del cine y la del turismo existe un concepto que se viene llevando a cabo hace años con el fin de que ambas partes (productora y destino) obtengan beneficios y es conocido como City Placement. Se tomará la definición de Alfonso Mendiz Noguero (2011) sobre el City Placement como el “emplazamiento de ciudades, regiones, monumentos, lugares turísticos y negocios de hospedaje y restauración en una producción audiovisual a cambio de una ayuda en la financiación, el rodaje o la promoción del filme, y con vistas a una promoción turística, a la mejora de su imagen en el exterior o a los beneficios económicos que cualquier rodaje comporta” (Noguero Mendiz, Alfonso., 2011, pág 4). Esto le da una gran facilidad a las productoras cinematográficas de escoger un destino, utilizar espacios y atributos con la ayuda por parte de la ciudad de dinero, seguridad y organización brindadas por agentes policiales, porque al fin y al cabo al término del rodaje van a generarse beneficios y oportunidades para esa locación tales como una mejora en la imagen, mayor promoción e incremento del flujo de turistas que van a conocer.

El marketing y las acciones publicitarias para llevar a cabo la promoción de una película o un destino han ido cambiando con el paso del tiempo y eso se debe en mayor parte a los avances tecnológicos y el consumo de internet. Años atrás solo se tenía a mano un diario para ver qué película aparecía en cartelera cada semana y de qué se trataba hasta que se empezaron a usar más las páginas web, los blogs de noticias y las redes sociales que juegan, actualmente, un papel fundamental en la creación de publicidad. Incluso en el caso de la industria cinematográfica, no solo se trata de promocionar la película para el estreno, sino también consumir toda la información previa mediante avances, propagandas, difusión y posteriormente poder criticar, formar una opinión y seguir debatiendo acerca de cada escena creando un imaginario y motivando a los espectadores a moverse de sitio e indagar sobre el tema tratado en el filme comentándolo con otras personas y a su vez difundiendo a este nuevamente; por eso se puede decir que el marketing tiene estrategias para la promoción que se van dando en forma de cadena constantemente.

A continuación se explicarán algunos ejemplos de acciones publicitarias llevadas a cabo antes del estreno de películas filmadas en Nueva York entre los años 2010 y 2019:

The Avengers: se estrenó en el año 2018 teniendo un gran impacto en la publicidad, ya que varias empresas amoldaron sus productos a la imagen de los personajes de la película como: **Geico** (aseguradora de vehículos) que lanzó un comercial con el ícono de la compañía contando una breve historia, la cual empieza con una de las primeras

líneas del diálogo de la película. Además, **Quickens Loans** sacó una publicidad acerca de la aprobación de una hipoteca sugiriendo que no tenía por qué ser una “batalla” y en dicha publicidad aparecen todos los personajes de la película. Por último, **Infiniti** no solo es una marca de vehículos lujosos sino que también tiene su aparición con uno de ellos dentro de la película, por lo que realizaron un spot de publicidad mostrando como uno de sus autos iba a gran velocidad para no perderse el estreno de la misma.

El Sorprendente Hombre Araña: se estrenó en el año 2012 y tuvo una gran repercusión en los espectadores ya que años atrás se había cancelado la cuarta parte de la historia con el director original y luego fue llevado a cabo por la productora Columbia Pictures, eligiendo a su vez nuevos personajes. Para ello fue necesario lanzar hacia el público avances sobre la película y de eso se encargó Sony Pictures Entertainment, quienes crearon un sitio web para su promoción y realizaron un mercadeo viral por todas las redes sociales para que el público al que iba dirigido comenzara a compartir ideas sobre el producto, que en este caso era la película. También se crearon dos videojuegos sobre esta.

A diferencia de las películas anteriormente mencionadas, con *Sex and The City 2* hubo un gran revuelo por parte de muchas marcas de relojes, ropa, accesorios cuando se enteraron que en 2010 iba a estrenarse, por lo que también participaron en campañas de publicidad para el filme grandes marcas como Apple, HP, Swarovski y lo hicieron a cambio de la obtención de promoción de sus productos en las escenas de la película. Swarovski hizo una campaña dando a conocer la película y colaboró ambientando la mayor parte del set con candelabros, copas de champaña, bolsos y pasteles para lucir sus cristales. De la misma manera Mercedes Benz prestó sus vehículos tanto para la primera película como para esta segunda entrega, y realizó un mercadeo con anuncios impresos y vía internet.

Solo con algunas películas se pudo demostrar que el marketing es una parte fundamental para dar a conocer el rodaje de un filme o saber exactamente en qué fecha se estrenará. Estos ejemplos se basan en productos de importantes marcas de autos, ropa, dispositivos tecnológicos pero el sentido de la explicación va más allá cuando se puede ver la repercusión que una buena promoción puede tener en los espectadores. Más de una persona debe haberse impresionado viendo lo que los personajes utilizaban en cada escena o qué lugares recorrían y eso es lo que se intenta lograr con este tipo de campañas: el interés y la motivación para trasladarse hacia un lugar poco conocido o del cual solo se tienen algunas imágenes en la cabeza de cada espectador gracias a las producciones audiovisuales.

Lo descrito anteriormente sobre la influencia del marketing en el cine y su repercusión sobre los potenciales visitantes en la ciudad de Nueva York fue una investigación y redacción propia en la que se tuvo como propósito mostrar que las marcas de los productos y los estrenos de nuevas tomas de un algún filme muy aclamado por la crítica también hacen al turismo cinematográfico; le dan, en parte, el impulso que falta para terminar de motivar a los aficionados del séptimo arte. Cabe destacar que los ejemplos seleccionados para esta descripción se basan en los años que son parte del caso de estudio de este trabajo, es decir de la franja de películas estrenadas entre 2010 y 2019.

La motivación turística es un medio por el cual las personas se satisfacen psicológicamente a través de experiencias en nuevos lugares y fuera de la rutina normal del día a día, como afirma Ryan, (1991). Dentro de las teorías de motivación que conducen a las personas a realizar viajes relacionados con sus gustos y preferencias, se encuentra una de las teorías más antiguas que es la del *push & pull* (atracción-repulsión), la cual se basa en ideas internas y externas de la gente y los destinos. Según (Prayag & Ryan, 2011; Rita et al.2018) las motivaciones push (que indican el “por qué”)

representan las necesidades y deseos internos de los viajeros, lo que genera la demanda de viajar; mientras que las motivaciones pull (que indican el “a dónde”) son aquellos factores atribuidos a los destinos. A modo de simplificación, como bien dice Whyte (2017), los viajeros sienten en un primer momento el impulso por viajar debido a sus necesidades internas y después acuden a un destino específico que pueda satisfacer con sus atributos sus deseos. Siguiendo esta teoría, en la mente de los turistas se va conformando un imaginario turístico con las ideas y expectativas que tienen sobre el destino al que quieren viajar.

Cuando se habla de destinos hegemónicos y con una transmisión de la cultura cambiante y adaptada al modelo capitalista nos podemos referir a un país como Estados Unidos. En estas sociedades los principales cambios se ven en la composición de la familia y en la escuela. Entre los cambios que surgieron en las últimas décadas en los países de cultura occidental se encuentran la expansión de la familia nuclear, reducción del número de hijos, crecimiento de las uniones libres y del número de hijos que viven con uno solo de sus progenitores, la ausencia de la figura paterna, entre otros, como bien menciona Tedesco (2003). Dichos cambios se ven reflejados también a la hora de transmitir la cultura en un destino como el país norteamericano.

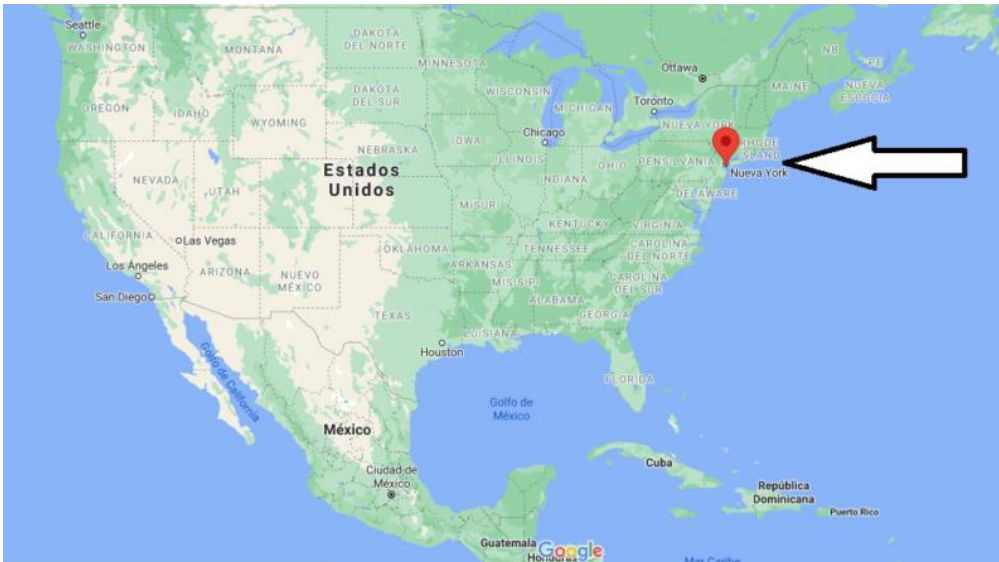
Tedesco, (2003) asegura que, desde el punto de vista cognitivo, el acceso a la información provoca diferentes procesos como la comparación, asociación, etc que dependen del desarrollo intelectual de la persona. Sin embargo cuando esos núcleos culturales y cognitivos están desarrollados débilmente se genera un riesgo de dependencia en los medios de comunicación que no fueron concebidos para formar ese núcleo.

## **CAPÍTULO 2: Turismo cinematográfico en Nueva York**

### **2.1 Nueva York**

Nueva York está compuesta por cinco distritos y contiene más de 60 barrios, algunos más frecuentados que otros; de hecho los más auténticos se encuentran en uno de los distritos que es Manhattan, mientras que los otros cuatro son: Brooklyn, Queens, Bronx y Staten Island. No es necesario haberlos recorrido para que sus nombres sean conocidos por haber sido parte importante de varias series y películas.

Ya en el siglo XIX Nueva York era un lugar que se encontraba en crecimiento constante con las construcciones de rascacielos por todas partes de la ciudad. La arquitectura ha sido desde ese momento parte fundamental y protagonista de los eventos más importantes no solo en lo que al turismo respecta, sino también a eventos sociales y políticos. Como afirma Plasencia Lozano (2011) en la época del cine de los grandes estudios de Hollywood ya existían calles ficticias construidas al estilo de Nueva York dentro de los estudios. Por eso se puede decir que muchas escenas basadas en la Gran Manzana en realidad se montaban dentro de los estudios de grabación con materiales fílmicos creados para dicho propósito. Sin embargo, lugares, monumentos y edificaciones puntuales de la ciudad de Nueva York no dejaron de ser el centro de atención de varias películas.



Mapa 1: localización de la ciudad de Nueva York

Fuente: imagen extraída del sitio web dondeesta.net (15/05/2021)

A continuación se mostrará un mapa en el que se encuentran localizados los cinco distritos dentro de Nueva York que serán mencionados y desarrollados con relación a las películas que allí fueron filmadas a continuación.



Mapa 2: localización de los distritos Manhattan, Bronx, Queens, Brooklyn y Staten Island.

Fuente: imagen extraída del sitio web viajes.chavetas.es (25/10/2015)

**Manhattan:** dentro de este distrito se encuentran tres áreas que son Downtown, Midtown y Uptown. Este es el epicentro de las películas más famosas de Nueva York, ya que con solo nombrar lugares como el Empire State Building, Time Square y los teatros de Broadway se reflejan en la mente de las personas escenas que fueron trascendentales en el cine. Algunas de las escenas transcurridas allí fueron: en “Home

Alone 2” ,que fue filmada en el año 1992, una de las últimas tomas del rodaje es en el Rockefeller Center, lugar donde el protagonista se reencuentra con su madre en el árbol de navidad que está montado en el centro del mismo. Asimismo, en la película “Spiderman”, filmada en 2002, el personaje de Peter Parker tiene un encuentro con la co-protagonista Mary Jane donde ella reconoce quién es él, y esto transcurre en lo alto de los jardines de Rockefeller. Por último, cuando Peter Parker se convierte en Spiderman lo hace saltando de un edificio a otro entre los cuales se encuentra el Flatiron Building en varias tomas.



Imagen 1: de frente al emblemático edificio Flatiron, el cual miles de turistas por día visitan para sacarse la famosa foto donde estuvo Spiderman.

Fuente: imagen extraída del sitio web voyanyc.com (06/04/2022)



Imagen 2 : escena en lo alto de Rockefeller Gardens entre Peter Parker y Mary-Jane

Fuente: imagen extraída del sitio web fantrippers.com (06/04/2022)



Imagen 3: árbol de navidad en el Rockefeller Center, donde tuvo lugar la escena entre Kevin Mccallister y su madre.

Fuente: imagen extraída del sitio web onlocationtours.com (06/04/2022)

**Brooklyn:** es el distrito más poblado de los cinco, y también el más famoso junto a Manhattan. Años atrás, la única forma de cruzar de Nueva York a este distrito era mediante un ferry, lo que a veces se tornaba complicado dependiendo del clima, ya que si había fuertes vientos o lluvias ya era prácticamente imposible atravesar el río East. Esta situación cambió para bien en el año 1870 cuando el ingeniero John Augustus Roebling propuso construir el puente que se conoce hoy en día y se comenzó su construcción, la cual duró varios años y que finalizó en 1883. Desde ese entonces, para llegar se debe cruzar el famoso Puente de Brooklyn, el cual además de la fama adquirida desde el primer momento por ser el puente colgante más largo del planeta, también ha sido locación de un montón de películas famosas filmadas en Nueva York. Algunas de las icónicas escenas que se rodaron en el Puente de Brooklyn fueron: “Fiebre de sábado por la noche”, estrenada en el año 1977, tiene como escenario principal en toda la película este famoso puente. Por otro lado, en el caso de la película “Soy Leyenda” , estrenada en el año 2007, hubo escenas para las que tuvieron que cerrar algunos lugares de Nueva York por algunas semanas para convertirlo en un lugar post-apocalíptico, de acuerdo con la trama del filme. Y la construcción protagonista fue el Puente de Brooklyn, el cual mediante efectos digitales hacen “destruir”.



Imagen 4: Will Smith en la escena luego de la destrucción del Puente de Brooklyn

Fuente: imagen extraída del sitio web [espinof.com](http://espinof.com) (07/04/2022)



Imagen 5: los protagonistas del filme sentados frente al Puente de Brooklyn

Fuente; imagen extraída del sitio web [harmonicacinema.com](http://harmonicacinema.com) (07/04/2022)

**Queens:** según un artículo del sitio web Turismo en Nueva York, este distrito es considerado como uno de los condados más periféricos, sin embargo, cuenta con diversos vecindarios urbanos y distritos comerciales. Uno de los atractivos que se encuentran en esta zona de Nueva York es el rascacielos Citicorp. De este distrito se puede destacar la filmación de las escenas que allí transcurren de la película “Iron Man 2”, estrenada en el año 2010. De hecho, el atractivo principal que se aprecia en el filme es uno de los edificios construidos para la Feria Mundial de Nueva York, y también el parque que se encuentra en la misma zona.



Fuente: extraída del sitio web [movie-locations.com](http://www.movie-locations.com) (7/04/2022)

Imagen 6: la Stark Expo en Flushing Meadow, Queens.

**Bronx:** en los últimos años se ha convertido en el distrito más polémico o de moda de Nueva York. Su cultura y sus costumbres han llamado la atención de miles de visitantes ya que, entre otras cosas, es la cuna del rap y del hip hop. Pese a esto, sigue teniendo zonas muy conflictivas donde las peleas entre las pandillas siguen generando un malestar y un peligro entre la población y los visitantes. Por esto es que ha sido el distrito elegido para el rodaje de varias películas de gangsters (que se mencionarán a continuación) y de tramas de drama o conflictos entre bandas. Algunas de las películas que transcurren en El Bronx son: *Quisiera ser grande* (1988), *Una historia del Bronx*, *The Challenger* (2015). Estas producciones muestran, con sus diferentes tramas, la esencia del distrito, la forma de vida y las costumbres. En la película *Quisiera ser grande* se puede ver a Tom Hanks tocando un piano gigante en una juguetería muy famosa pero que en el año 2018 cerró. Sin embargo, como atraía visitantes de todos lados que querían vivir lo mismo que el protagonista de la película, abrieron una nueva tienda en Rockefeller Center y colocaron una réplica del piano que los turistas pueden visitar y pararse a tocar.





Imagen 7: el protagonista en el ring con el entrenador

Fuente: imagen extraída del sitio web [criticocinéfilo.blogspot.com](http://criticocinéfilo.blogspot.com) (07/04/2022)



Imagen 8: Tom Hanks en el piano gigante de la juguetería FAO.

Fuente: imagen extraída del sitio web [elpeliculista.com](http://elpeliculista.com) (07/04/2022)



Imagen 9: Robert de Niro en las calles de El Bronx

Fuente: imagen extraída del sitio web cinemascomics.com (07/04/2022)

**Staten Island:** este distrito es el que menos flujo de turistas tiene y de hecho, el más desconocido. Su principal atractivo y motivo de conocimiento del lugar es *Staten Island Ferry*. Esta zona de Nueva York fue la locación principal de la película "Escuela de Rock", estrenada en el año 2003; más específicamente en el *Wagner College*.



Fuente: extraída del sitio web wagneredu.com (10/04/2022)

Imagen 10: detrás de escena de la película Escuela de Rock

Luego de describir y ejemplificar cada uno de los grandes distritos de Nueva York, se puede decir que cada uno tiene sus particularidades y características con los que se diferencian tanto los gustos y costumbres como la forma de vida de sus poblaciones. No

tiene la misma forma de vida quien vive en Manhattan que quien se encuentra en el Bronx, teniendo en cuenta lo anteriormente descrito. Y también otra referencia de cómo viven se puede apreciar gracias a los medios audiovisuales, ya sea por las series o por las películas. Se puede ver con claridad que, más allá de la trama de cada producción, de la historia de los personajes y del género de película del cual sea, siempre se quiere dejar ver la afinidad, el sentimiento (sea bueno o malo), la pertenencia con la que los personajes desarrollan sus papeles y en lo que se basan los guiones cuando muestran cada rincón de Nueva York. En más de una película se ha visto a alguno de los personajes ir a despejarse caminando a Central Park, o la emoción y expectativa con la reciben el año nuevo en el Times Square, así como también las peleas y los disturbios que se ven reflejados en películas de gangsters anteriormente mencionadas en este trabajo. Cada una de esas escenas permite al espectador, no solo ver, sino sentir cómo se vive en ese lugar y así también crearse una imagen y asociar a los personajes de manera que cuando se tiene la oportunidad de visitarlo ir en busca de lo mismo que se vio a través de la pantalla. Para el turista o la persona que se crea en su mente un deseo de visitar ese lugar, también es importante ver con qué se va a encontrar al llegar a destino ya que cada uno asocia la imagen de la ciudad con diferentes valores y tiene diferentes perspectivas, además de sentirse reconocido con un personaje o encontrar alguna similitud en algún lugar visto.

Además, en la ciudad de Nueva York, existen varios tour guiados distintos sobre el cine. Hay algunos que son específicos de una película y otros que amplían un poco más su horizonte y recorren varias zonas donde se filmaron escenas de distintas películas. Algunos ejemplos de estos son:

- Tour guiado de Sex and the city: recorrido por Greenwich Village, Fuente Pulitzer, Magnolia Bakery y la entrada al edificio donde vivía Sarah Jessica Parker.
- Tour guiado en el Central Park donde se filmaron escenas de famosas películas como: la pista de hielo donde transcurre una de las escenas de “Love story”, el lugar donde Macaulay Culkin le daba de comer a las palomas en “Home Alone 2”, el famoso café que está a orillas del parque donde se filmó una parte “When Harry mets Sally”
- Tour a pie de los Superhéroes en Nueva York en el cual se pueden recorrer todos los lugares que formaron parte de Superman, Batman, Daredevil o Iron Man.
- Tour de luces navideñas y sitios de películas: los atractivos se encuentran ambientados en la época navideña por los que han pasado los personajes de las películas más taquilleras.

Los anteriormente mencionados son los recorridos que actualmente se realizan en la ciudad y que forman parte de una manera interesante de conocer el destino para las personas que viajan por turismo cinematográfico. Sin embargo, existen varios tours más para adentrarse en el Central Park o conocer el monumento al 11-S y escuchar su historia, entre otros.

## 2.2 Cine norteamericano y su repercusión en el turismo

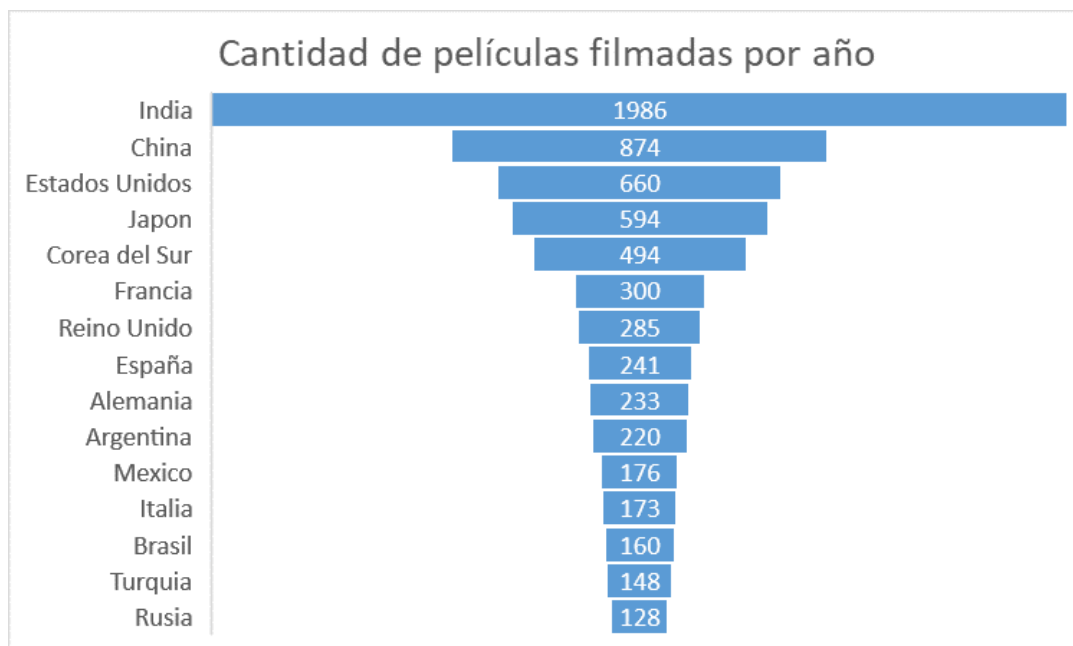
Según García (2010) el cine norteamericano fue una de las principales herramientas para la globalización cultural, trabajando como agente intermediario en el incremento de turistas en Estados Unidos. Por eso mismo, en este trabajo el enfoque estuvo puesto en

la ciudad de Nueva York debido a la cantidad de nuevos atractivos que dejaron películas muy exitosas como *When Harry mets Sally* (1989) gracias a la cual hoy en día se puede ir a visitar el café *Katz* en el que se filmó una de las escenas icónicas de este filme. Similarmente pasó con la tienda de postres *Magnolia Bakery* la cual se hizo famosa y es muy visitada por la película *Sex and the City* (2008) donde los personajes frecuentemente compraban los desayunos y se contaban sus confidencias, también la Biblioteca Pública de Nueva York donde se filmaron algunas escenas de *The Ghostbusters* (1984) o todos los rincones que recorrió Macaulay Culkin en *Home Alone 2* (1992) gracias a la cual hay un paseo armado para disfrutar la ciudad. Además de los antes mencionados, se podrían comparar un montón de películas filmadas y atractivos creados en esta ciudad. En varias ocasiones, después del éxito de una película en la que habían aparecido elementos que aportaban un valor para la misma, los turistas iban en busca de estos y como consecuencia los entes del turismo tuvieron que instalarlos en el mismo lugar que aparecían en los filmes. Así mismo, según García (2010) el cine norteamericano fue una de las principales herramientas para la globalización cultural, trabajando como agente intermediario en el incremento de turistas en Estados Unidos.

Además de lo explicado anteriormente, el turismo cinematográfico no deja de ser una tipología de turismo muy nueva, poco conocida aún, que sigue emergiendo y con bastante potencial gracias a la repercusión que sigue teniendo el cine, la gran pantalla, las producciones audiovisuales y los esfuerzos por captar la atención de las personas a través de ellas. Si bien algunos países se encuentran mejor desarrollados tecnológicamente y tienen una mayor cantidad de productoras, son varios los países que producen cientos de películas durante el año mediante las cuales provocan un impacto sobre los espectadores, llaman su atención y logran dejar una huella en cada persona que luego los motiva a trasladarse.

A modo de ejemplo, a continuación se mostrará un gráfico que muestra la cantidad de películas realizadas en algunos países durante el año 2017, en el cual se podrá ver la importancia que le da a los medios audiovisuales cada uno.

Figura 1



Fuente: gráfico extraído del sitio web [elordenmundial.com](http://elordenmundial.com) (año 2022)

Como el caso de estudio de este trabajo de investigación es sobre un destino norteamericano, el análisis de este cuadro también se centrará en la cantidad de filmes

producidos en Estados Unidos. Este país fue el tercero en el 2017 con 660 películas filmadas. Cabe destacar que de todas aquellas que se producen, pocas son las que tienen una relevancia o un impacto sobre el público que genera beneficios tales como: convertirse en la película más taquillera entre las estrenadas, generar ingresos que superen los costos de producción, insertar en la mente de las personas intereses y gustos que antes no tenían (o tal vez no conocían), crear nuevos recursos de tipo cultural cuando se visita un destino donde se rodó una película, etc. Por eso a continuación se mostrará un listado de las películas más taquilleras rodadas en Nueva York entre los años 2010 y 2019.

### **El Cisne Negro**

- Fecha de estreno: 1 de septiembre de 2010
- Género: suspenso psicológico
- Rodaje: el mismo empezó en el año 2009 en Nueva York, siendo parte importante de la filmación el Centro Artístico de la Universidad Estatal de Nueva York.

### **Los vengadores**

- Fecha de estreno: 4 de mayo de 2012
- Género: ciencia ficción
- Rodaje: el mismo tuvo varias locaciones desde el comienzo que fueron: Albuquerque, Nuevo México. Luego siguió en Pittsburgh, Pensilvania; también contó con escenas rodadas en Ohio y finalizó con la filmación en Nueva York, teniendo como principales locaciones a Park Avenue y Central Park.

### **Spiderman: un nuevo universo**

- Fecha de estreno: 14 de diciembre de 2018
- Género: ciencia ficción y animación
- Rodaje: aunque es una película totalmente animada y hecha con efectos especiales, se basa en la ciudad de Nueva York, específicamente en Brooklyn.

### **El Irlandés**

- Fecha de estreno: 27 de septiembre de 2019
- Género: gánsters
- Rodaje: comenzó en el año 2017 en la ciudad de Nueva York y Long Island y finalizó en 2018.

### **Historia de un matrimonio**

- Fecha de estreno: 29 de agosto de 2019
- Género: drama
- Rodaje: este se desarrolló entre Los Ángeles y Nueva York entre enero y abril del año 2018.

Algunas de las películas mencionadas han sido ganadoras de premios como el del Festival de Cannes, en Venecia. También han sido nominados a premios como los Emmys, BAFTA, Critics Choice Awards e incluso nominados y hasta galardonados con un Oscar. Esto no es más que la consecuencia de la impresión positiva que cada una de las películas ha logrado volcar y transmitir a través de la pantalla. Debido a esto este trabajo de investigación se basa en esta época de la historia fílmica específicamente en Nueva York para demostrar que cada género y cada trama ha llegado para dejar una

huella en las personas e inculcarles el deseo de aprender, conocer, e interiorizarse sobre diferentes temas.

### 2.3 Ejemplificación del impacto de películas filmadas entre los años 2010 y 2019

Más allá de las películas anteriormente mencionadas para hacer referencia a lugares de rodaje o a estrategias de marketing, se tomaron en particular cuatro películas filmadas en la década del 2010, es decir entre los años 2010 a 2019 inclusive para explicar y explayarse acerca de aspectos como: estreno, producción, rodaje, expectativas y repercusión sobre el público y qué elementos, calles o edificaciones han quedado marcadas y recordadas en la Gran Manzana debido a ellas.

El sorprendente hombre Araña (2012): esta fue la primera entrega de la nueva adaptación de la historia del Hombre Araña, y fue protagonizada por Andrew Garfield y Emma Stone. Según Sensacine (2012) la película cuenta la historia de cómo Peter Parker siente una tristeza congénita que lo hace sentirse diferente al resto de sus compañeros y empieza a buscar los motivos hasta que termina transformando su fisonomía y convirtiéndose en el Hombre Araña. Esta historia llevada a los medios audiovisuales es originaria de Marvel Comics, y el personaje es uno más entre otros superhéroes.

El origen de los superhéroes y los villanos, y lo que ha creado Marvel tuvo grandes y buenas consecuencias y repercusiones sobre los espectadores de todas las edades. Quienes conocen la historia de éstos desde chicos siguen viendo y emocionándose por las nuevas entregas de las películas como la de El sorprendente hombre araña debido a que siempre tiene alguna diferencia la historia con las anteriores. También hay quienes comparan entre una versión y la otra, pero lo que se puede afirmar es que los productores como Stan Lee (escritor y creador de este superhéroe) saben como seguir llevando a cabo filmes de este tipo y captar la atención tanto de nuevos espectadores como de aquellas personas que cuando vieron por primera vez a Peter Parker en el cuerpo de Tobey Maguire eran menores de edad.

El personaje de Peter Parker recorre toda la ciudad de Nueva York haciendo acrobacias y tejiendo su tela en diferentes edificios como el chapitel puesto en el World Trade Center, la sexta avenida neoyorquina y los túneles subterráneos del drenaje debajo de la ciudad también forman parte de las locaciones reales de la película. Además, gracias a esta entrega y a la siguiente que fue El sorprendente hombre araña 2: la venganza de Electro (2014) los visitantes en la ciudad de Nueva York tienen como recorrido imperdible en su lista el edificio Flatiron y el edificio Oscorp (este se encuentra en una parte más alejada en Manhattan, pero no deja de ser parada obligada para los fanáticos de esta película).

El lobo de Wall Street (2013): esta película tuvo una gran repercusión en el público ya que se trataba sobre la historia real de un corredor de bolsa que fue encontrado culpable de lavar una cantidad de dinero importante en la bolsa de comercio de Wall Street, en Estados Unidos. Según la nota realizada en el sitio web El blog de viajes Edreams (2014) muchas personas cuestionaron la autenticidad de la película basada en la autobiografía de Belfort (persona sobre quien se centra la película). Sin embargo, el filme no hizo más que dejar montones de escenarios y locaciones para visitar en la ciudad de Nueva York por cada escena interpretada por el famoso actor Leonardo Di Caprio. Además, más allá de la trama la película tenía una mirada cómica y eso la hizo más interesante y atrapante

para los espectadores. Algunos de los lugares reconocibles de la película y que son visita obligada para muchos turistas son:

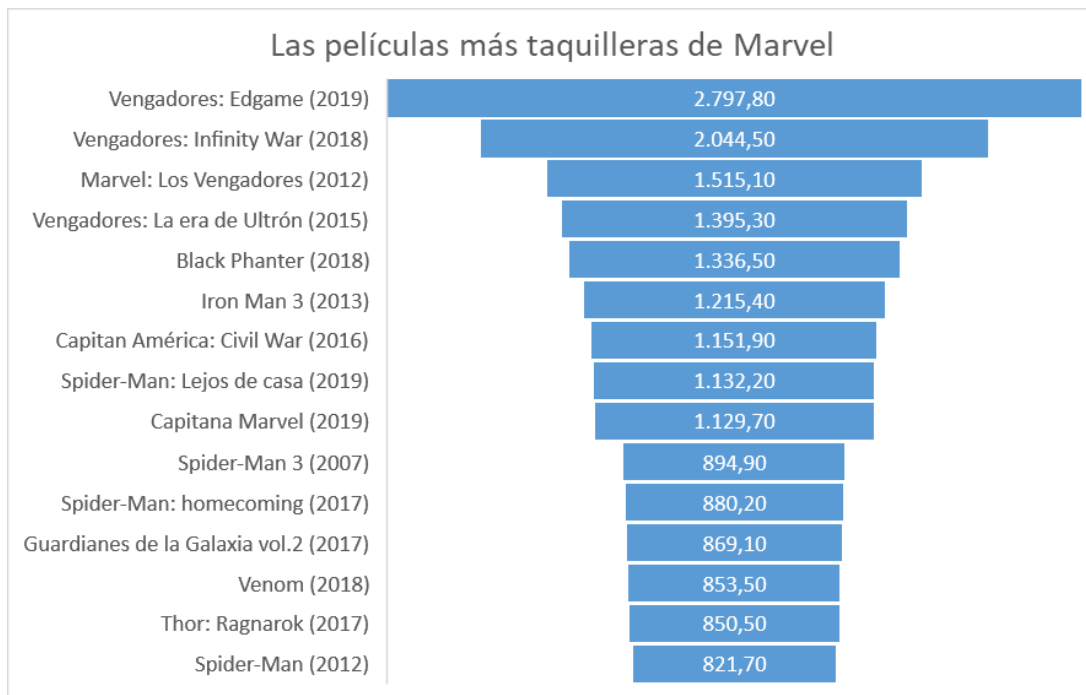
- El restaurante Top of the Sixes en la Quinta Avenida, en este lugar se rodó la escena en la que el protagonista tiene su primer día de trabajo y va a desayunar con su jefe.
- Rao's restaurante
- El edificio Milán, el cual también es conocido por la serie "Gossip Girl"
- El restaurante Shalimar Diner, donde el protagonista se encuentra con sus amigos y potenciales empleados al crear su firma.

Las locaciones mencionadas anteriormente son algunas de las paradas obligadas de los fanáticos de este filme, y que realmente fueron filmadas en el lugar. Hay muchas locaciones más pero que por diversas razones han sido cerradas al público. Un ejemplo de estos casos es el Helipuerto donde el protagonista es arrestado, el cual se encuentra inactivo desde 2012, cuando se terminó el rodaje, por problemas judiciales con el Hudson River Park.

Se puede afirmar que quienes viajan a Nueva York, saben de esta historia y han visto el filme tienen varios lugares para recorrer encontrándose con momentos icónicos del mismo. Además, se puede ver que, más allá de que la trama se centra en uno de los lugares más importantes de Estados Unidos, las locaciones han sido muy bien elegidas, de forma estratégica para atraer al público. Es totalmente beneficioso para lugares como restaurantes o bares que sean elegidos para rodar escenas, ya que después pasarán a ser el epicentro de un gran flujo de turistas que se mueven por la ciudad motivados por distintos filmes y que pasan a ver y a consumir donde estuvieron los protagonistas como en el caso de esta película.

Los vengadores (2012): la misma pertenece a una saga de películas sobre superhéroes y fue la sexta entrega de las películas de Marvel. Según el sitio web Marvel cinematic universe (2013) el equipo de superhéroes está compuesto por algunos otros personajes muy conocidos ya por anteriores historias como son Iron Man, El increíble Hulk, Thor, El Capitán América y Black Widow.

Siguiendo el ejemplo de las películas anteriormente descritas, este filme y toda su historia también tuvieron lugar en la ciudad de Nueva York y, de hecho, utilizando rascacielos, y lugares muy importantes y turísticos de la ciudad. Con esta saga de películas y este tipo de historias se puede ver cómo va apuntado hacia un público en particular, que son quienes son amantes del género de películas de ciencia ficción y superhéroes. Que haya captado la atención de una parte de la población que tiene los gustos definidos no quiere decir que sea menos importante o no haya tenido repercusión, ya que de hecho cada entrega de Marvel ha logrado superar a la anterior, en cuanto a recaudación, ubicación en el ranking de las películas que alcanzan una taquilla cada vez más alta y, por supuesto, las expectativas superadas de las personas que esperan ansiosos durante años enteros para volver a ver una nueva entrega. Solo a modo de ilustración de la repercusión que tienen en la gente las películas de Marvel, se mostrará a continuación un gráfico que contiene 15 de sus películas más taquilleras.



Fuente: extraído del sitio web Statista (19/04/2022)

Debido a la gran diversidad de series y películas filmadas en Nueva York y la imagen que han plasmado en el subconsciente de los espectadores creando en ellos una admiración y fascinación por lo que veían y lo que la pantalla transmitía se han creado infinitas opciones de recorridos guiados por la ciudad centrados en una sola película, en películas de una década en especial, de películas grabadas en un sitio en particular, y demás. Estos paseos armados y este beneficio que se crea para el crecimiento de la ciudad, más allá de lo económico, es producto de lo que las personas quieren ver y la necesidad que desean satisfacer cuando planean conocer la ciudad porque los medios audiovisuales tienen el poder de hacer que quienes miran las películas construyan en su imaginación un escenario donde sus expectativas se cumplen y las escenas vistas se conviertan en recuerdos que a la vez quieren experimentar personalmente. Según Audelo Medina (2019) la imaginación está estrechamente ligada con el imaginario, que es lo que proporciona el conocimiento y la herramienta para la creación en la mente del individuo.

Además, no solo se pone en juego lo que las personas ven y sienten de los personajes y la trama de las películas, sino que las historias siempre muestran, más allá de los paisajes y edificaciones, la forma de vida de los neoyorkinos. Es muy común entre personas de diferentes partes del mundo tener el deseo de ser parte de la sociedad de Nueva York, aunque no en todos los aspectos sea la indicada, ya que tiene tantas cosas negativas como positivas. La construcción de ese ideal de vida, ese famoso “sueño norteamericano” es lo que da un impulso más para querer viajar a conocer la ciudad. Como consecuencia de esto, puede pasar que las personas que viajan con un interés más profundo e intenso que el del turista que recorre y vuelve a casa feliz de haber conocido tantos lugares interesantes, se encuentren con que la vida que se lleva allí no cumpla sus expectativas o todo lo que habían estado imaginando. Muchas personas viajan también para descubrir esa identidad norteamericana, saber qué se siente y comparar entre costumbres y culturas de su lugar de origen con el destino visitado. Por eso, es muy importante lo que los directores y productores cinematográficos quieren



mostrar y dejar ver en cada una de sus producciones; ya sea desde la comedia hasta las películas de terror. Con cada género cinematográfico, las tramas de las historias pueden variar y, si está en la intención del creador, mostrar el trasfondo de la vida y el día a día neoyorkino, lo que por supuesto siempre provoca más atracción a los espectadores.

De la misma forma que estos recorridos se realizan por locaciones reales de las películas como la Quinta Avenida, el Central Park, Times Square, etc. También se crean recorridos explicando aquellas escenas que fueron montadas y diseñadas con ayuda de la tecnología y efectos audiovisuales o que simplemente se grabaron dentro de algún estudio de Hollywood simulando estar en la Gran Manzana.

## **CAPÍTULO 3: Aplicación de la metodología**

### **3.1 Análisis de las encuestas con preguntas cerradas**

Como parte de la metodología de este trabajo de investigación se llevaron a cabo encuestas con preguntas cerradas de manera virtual, como así también entrevistas en profundidad a todas las personas que han hecho viajes al extranjero y que se encuentran inmersos en el mundo del cine, de acuerdo a sus gustos. La encuesta se publicó en las redes sociales para obtener una mayor difusión alcanzando a 140 personas, de las cuales se pudo procesar las respuestas y realizar un análisis exhaustivo de los gustos y preferencias de cada uno de ellos. El fin principal era poder ver cuánto saben de la existencia e importancia de los medios audiovisuales dentro de la industria turística y cómo afecta en las decisiones de viaje.

Para la realización de estas encuestas cabe aclarar que se estableció una categorización con rango de edades: de 18 a 29 años, de 30 a 49 y mayores de 50 años. Por lo tanto, en principio, se puede decir que de todas las personas entrevistadas se pudo conocer que sus edades son: 1 persona menor de 18 años, 116 personas tienen entre 18 y 29 años, 20 personas tienen entre 30 y 49 años y por último hay 3 personas mayores de 50 años. La edad puede ser un factor generacional importante para este tipo de trabajos debido a la diferencia en las preferencias de cine y elecciones a la hora de viajar.

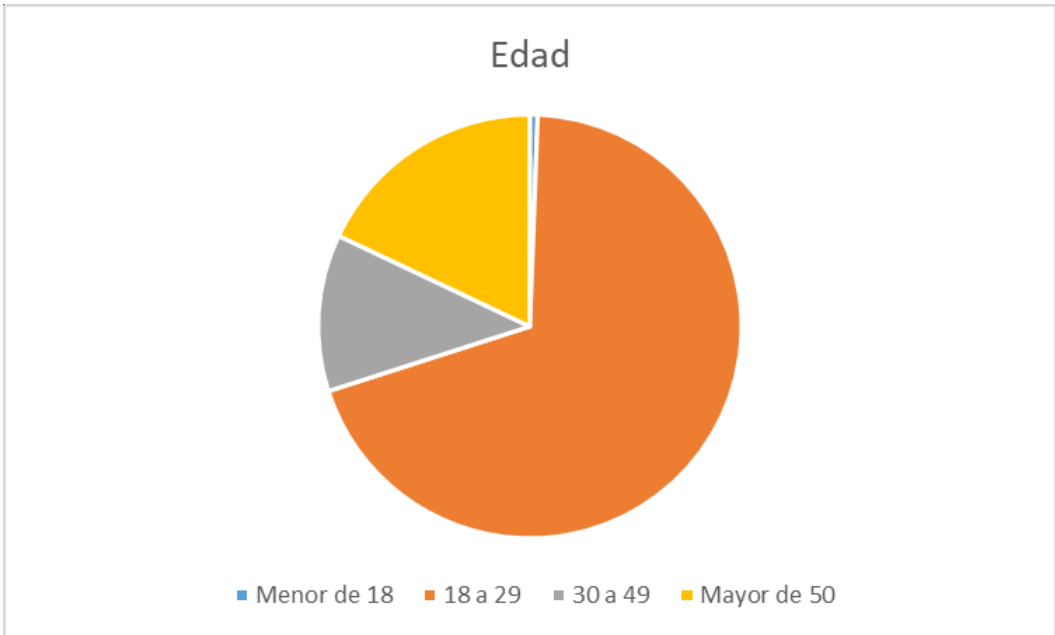


Gráfico 1: Edad

Luego de obtener el dato demográfico de las personas encuestadas con la primera pregunta se buscó indagar en el conocimiento acerca de la tipología de turismo estudiada. Es de gran relevancia para esta investigación saber si además de experimentar o conocer los destinos a través de la pantalla e ir a verlos en persona, se tiene idea de que el turismo cinematográfico forma parte de una de las ramas de la industria turística que en este caso es el turismo cultural. De acuerdo con las respuestas obtenidas se puede ver que la mayoría de los encuestados no estaban al tanto de la existencia del turismo cinematográfico (56%), mientras que el 44% si sabía de qué se estaba haciendo mención.

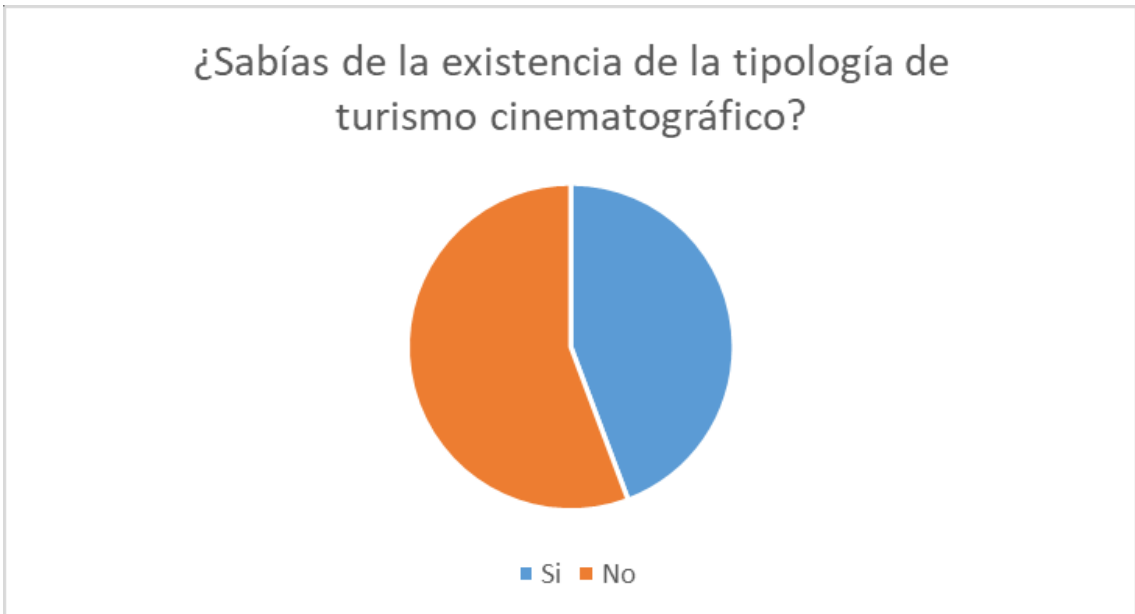


Gráfico 2: conocimiento sobre el turismo cinematográfico

En la actualidad, podemos decir que varias personas se encuentran inmersas en los medios audiovisuales, de forma directa o indirecta. Hay quienes tienen la costumbre y la preferencia de elegir una película o serie en alguna de las plataformas, quienes

aguardan la cartelera del cine para ver cuales son los próximos estrenos y vivir la experiencia más de cerca y quienes además de buscar, mirar y disfrutar un filme, quieren vivenciar dónde transcurrió, qué vivieron los protagonistas, y conocer un destino nuevo. Por otro lado, la manera indirecta de llegar al estreno de una película que desconocían, puede ser mediante la publicidad hecha en las redes, en la televisión, por las propagandas en las calles, etc. Sin embargo, pese a toda esa información que circula y cuyo objetivo es llegar a la vista de los potenciales espectadores, existe un gran porcentaje de personas que desconocen todo aquello que es planificado, pensado y confeccionado para un público objetivo: aficionados al cine que quieren ir más lejos, que quieren conocer cada rincón de la película que sea posible.

Es habitual que las personas en el mundo cuando viajan a alguna playa, una capital o algún pueblo se encuentren con lugares que sus ojos ya habían reconocido en la escena de una película o una serie; ese es el efecto de los medios audiovisuales y uno de los objetivos. Pero las personas se quedan solo con lo que las productoras de cine quieren obtener: espectadores, salas de cine llenas, rating en las plataformas y ganancias para recuperar lo invertido. Por lo tanto, no profundizan en el tema de que para la mayoría de los destinos también es un beneficio aparecer aunque sea unos minutos en un filme si la escena es importante porque es lo que queda grabado en la retina de cada uno de los espectadores. Cuando se decide realizar un viaje por la motivación que generó una película hay que tener en cuenta que el destino se preparó para eso después del rodaje, para atraer turistas a una visita cultural. Abundan los ejemplos que se pueden mencionar en todas partes del mundo pero lo que se deja ver es que hay poca información acerca de las medidas y políticas públicas que se vienen desarrollando hace años para que el turismo cinematográfico crezca y tenga relevancia. Son pocas, pero ya existen, las agencias de viaje que se especializan en paseos y rutas de una película en particular, y es algo de lo que poca gente está al tanto.

A su vez, de esta muestra se pudo extraer datos acerca de si las personas se encuentran interesadas por el cine y cuánto tiempo le dedican. Esto proporcionará una información más certera acerca del porcentaje de personas que pueden haberse visto atraídas por un destino a través de la pantalla. También nos brindará información acerca de los gustos y preferencias de las personas.



Gráfico 3: frecuencia con la que miran películas

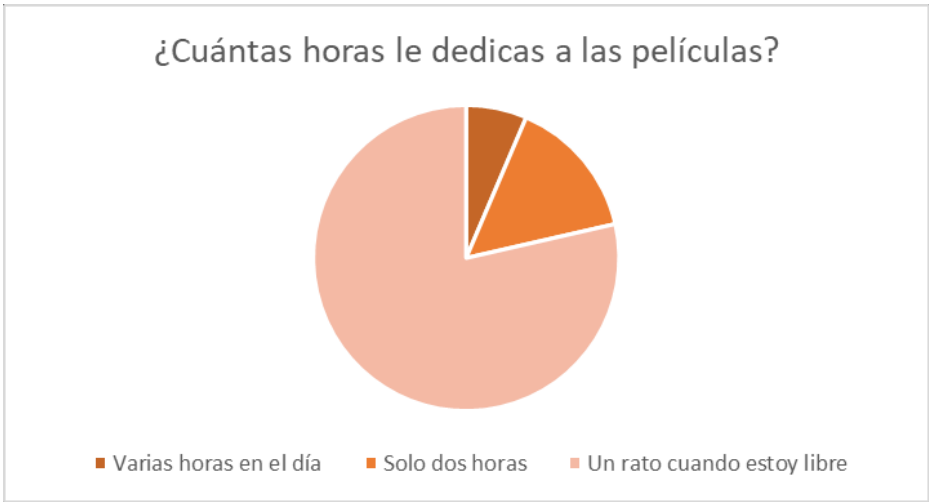


Gráfico 4: horas dedicadas a las películas

Se puede ver que el 73,6 % de las personas entrevistadas miran habitualmente películas y que el 78,6 % de esta muestra le dedican tiempo solo cuando tienen un rato libre. Por otro lado, el 15% le dedica solo dos horas al día y el 6,4 % si le dedica varias horas más. Como se mencionó anteriormente, esto es un indicador de las preferencias de las personas que componen esta muestra, y con esto se puede entender que hay un 26,4% que directamente no suele mirar películas, por lo tanto, se podría considerar que tal vez acceden a menos información, o que acceden a través de otros medios o plataformas, a diferencia de aquellos que sí son espectadores, y consecuentemente desconocen destinos poco frecuentados o simplemente no les surge ningún tipo de motivación de desplazarse hacia otro sitio.

Por último, antes de profundizar en el tema de investigación sobre las motivaciones y las películas filmadas propiamente en la ciudad de Nueva York, se indagó en los géneros que más miraban o más le gustaban a las personas encuestadas.

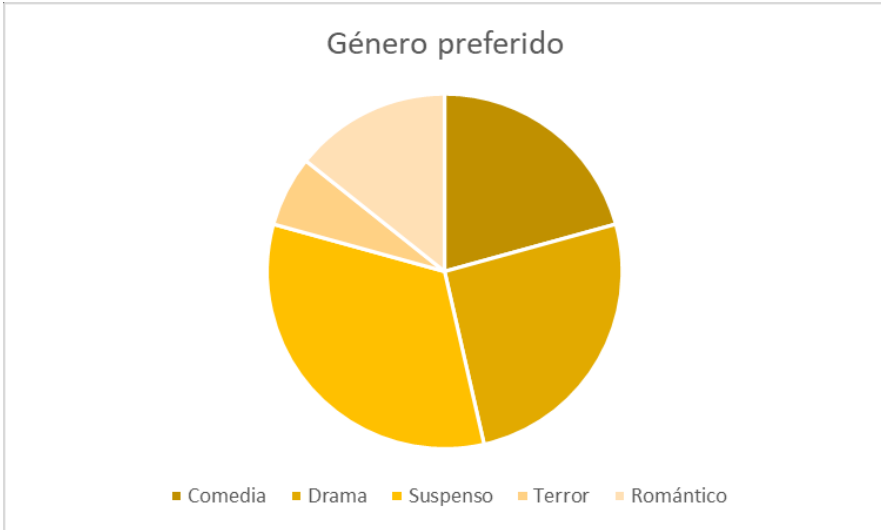


Gráfico 5: género de películas preferido

Se vió que el 32,9% le gustan las películas de suspenso; al 25,7% las películas de drama, al 20,7% las películas cómicas, mientras que hay una minoría que está dividida entre las películas románticas, que le gustan al 14,3% y solo un 6,4% tienen preferencia por las de terror.

Luego para empezar a ahondar en las motivaciones de las personas que les gusta realizar viajes motivados por la cultura, se realizó una pregunta sobre quienes habían visto por lo menos una película filmada en la ciudad de Nueva York. Debido a que la ciudad mencionada ha sido un gran centro cinematográfico desde hace muchos años, la respuesta de las personas encuestadas ha dado un 99,3% que sí han visto películas rodadas allí y solo un 0,7% de respuesta negativa.

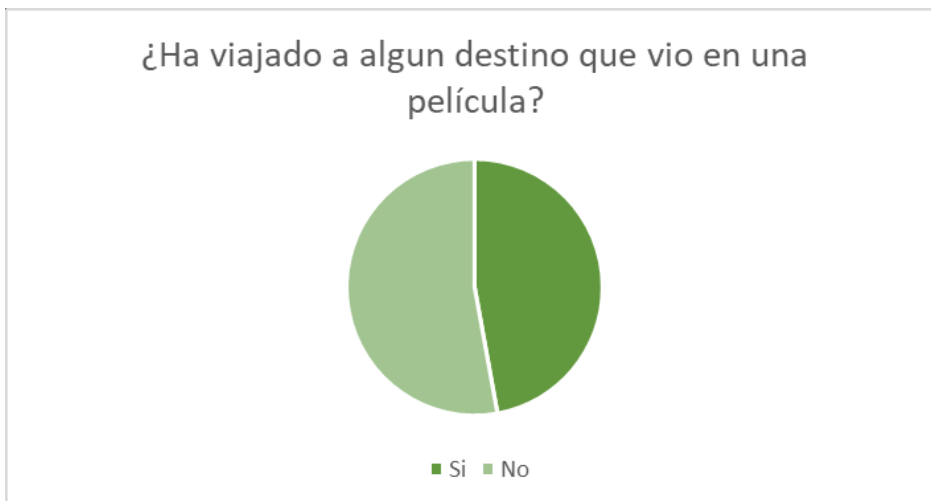


Gráfico 6: viajes a destinos que han sido locaciones de películas

Esta pregunta tuvo como respuesta positiva un 47,1% de personas que sí han viajado a destinos que vieron en una película, lo que no implica que haya sido la motivación principal pero que sí pudieron conocer lo que ya habían visto en alguna escena. Mientras que el otro 52,9% respondieron que nunca lo han hecho, de lo que podemos deducir que sí han realizado viajes pero que aún no han frecuentado un lugar donde se haya rodado alguna película, o también puede ser que hayan conocido un sitio que ha sido parte fundamental de alguna escena pero de lo que no estaban al tanto por no haber visto la película donde eso transcurría.



Gráfico 7: influencia del cine en la decisión de viaje

Al hablar de las motivaciones de viaje, las personas se encuentran inmersas en un tema muy amplio, que a su vez algunos autores han optado por fragmentar o clasificar según las diferentes preferencias de los viajeros. Según Dias & Cassar (2005) existen

motivaciones a las que llaman genéricas porque se aplican a todos los turistas. Entre ellas están: escapar de la rutina diaria, la recompensa por el trabajo realizado, un modo de liberación de las convenciones y una contribución al desarrollo de valores espirituales. A pesar de que se relacionan de manera más directa con el día a día de las personas, las motivaciones mencionadas no dejan de ser parte de ese ideal o ese deseo que se empieza a desarrollar en las personas que quieren hacer un viaje del tipo cultural. Gran parte de las películas han sido creadas, en un plano secundario, para mostrar paisajes y activar el deseo en las personas de conocer un destino, resaltando en cada escena los rincones más atractivos. Por lo tanto, es de esperar que en el momento que uno está mirando una película piense en escapar de la vida cotidiana, de buscar un momento de descanso al trabajo de cada día, de cambiar de aire, de conocer y adquirir esa cultura que fue transmitida por los medios audiovisuales.

Como respuesta a esta pregunta, se obtiene que para un 44,3% influye bastante lo que se ve en una película a la hora de elegir un destino para el próximo viaje. Y por otro lado se obtiene un 43,6% de la población encuestada a la que le influye poco, mientras que al 12,1% no le influye en nada un filme para viajar a determinado lugar.

Entrelazando este dato con el anteriormente analizado sobre los gustos de género de películas de las personas, se puede mencionar un factor como una de las causas de la influencia que tiene o no una película a la hora de viajar como es la existencia parcial o en su totalidad del sitio. Es decir, para alguien que tiene como preferencias películas de romance o de drama es más factible que todo lo que ve lo encuentre en el destino que visite, que no hayan necesitado en ese rodaje de un montaje. En cambio, para gran parte de las películas de terror, suspenso, ciencia ficción o incluso, aunque parezca increíble, para las comedias, se montan escenografías inventadas, elementos fuera de lo normal y que uno no encontraría en una ciudad, playa o pueblo aunque fuera a visitarlo. Esto último también depende de la repercusión que tenga el filme sobre los espectadores. Sobre esto se pueden nombrar casos como:

- Avatar: esta película fue filmada en Wellington (capital de Nueva Zelanda) y elegida por su enorme naturaleza salvaje. Sin embargo, el 60% de las escenas fueron realizadas por un ordenador. Pese a esto, las personas eligen como destino de visita esta ciudad simplemente por haber visto la película. Y además, se sabe que el director se inspiró en un lugar real para crear "Pandora" que se encuentra en China y es el Parque Forestal Nacional de Zhangjiajie, el cual también recibe turistas que quieren aproximarse más a lo visto en las escenas.
- El señor de los anillos: la sede elegida para este filme también fue el país de Nueva Zelanda, por su gran diversidad de paisajes. Las escenografías están repartidas en diferentes pueblos o parques del país y fueron montadas con ayuda de animación y retoques digitales.
- Pixels: este filme se estrenó en el año 2015 y si bien tiene escenas rodadas en la ciudad de Nueva York, la gran parte de la película fue filmada en el país de Canadá. Lo que se ve en las escenas es un gran montaje de todos los videojuegos tales como Galaga, Ping-pong y hasta Pac-Man. Es una producción que, a más de un espectador aficionado a los juegos, debe haber motivado a través de sus lentes 3D.

Los motivos de viaje de las personas son innumerables. No siempre el factor cultura está entre ellos, por eso fue de ayuda para esta investigación diferenciar quienes tenían en mente por completo un destino por haberlo visto a través del cine, quienes en su recorrido por algún sitio se cruzaron con un lugar o un elemento que habían visualizado en alguna película y quienes no tuvieron en cuenta ningún filme en ninguna de las etapas de su viaje.



Gráfico 8: consumo de objetos relacionados a una película en el destino donde se filmó

Cuando uno viaja a destinos turísticos, que tienen un gran flujo de turistas y que además, es centro de gran parte de las grabaciones de películas o series, lo más común es encontrarse con tiendas que además de vender los típicos recuerdos del sitio, comercializan objetos de todo tipo relacionados con las películas que allí se rodaron. La respuesta de los encuestados fue positiva en un 24,3% y negativa en un 75,7%. Esto quiere decir que, aunque haya una cantidad de personas que viajan por motivos de turismo cinematográfico, no todos consumen absolutamente todo lo que se encuentra referido al mismo. Un claro ejemplo es la ciudad de Nueva York, donde se pueden encontrar recuerdos y merchandising relacionados a películas como SpiderMan, The Avengers, Sex and the City.

De acuerdo con la mercantilización y comercialización de la que se hacía mención anteriormente, la siguiente pregunta en la entrevista cerrada refleja un poco más el interés cultural, y la disposición de las personas a vivir todas las experiencias que sean posibles sobre una película que los incentivó a conocer un sitio.

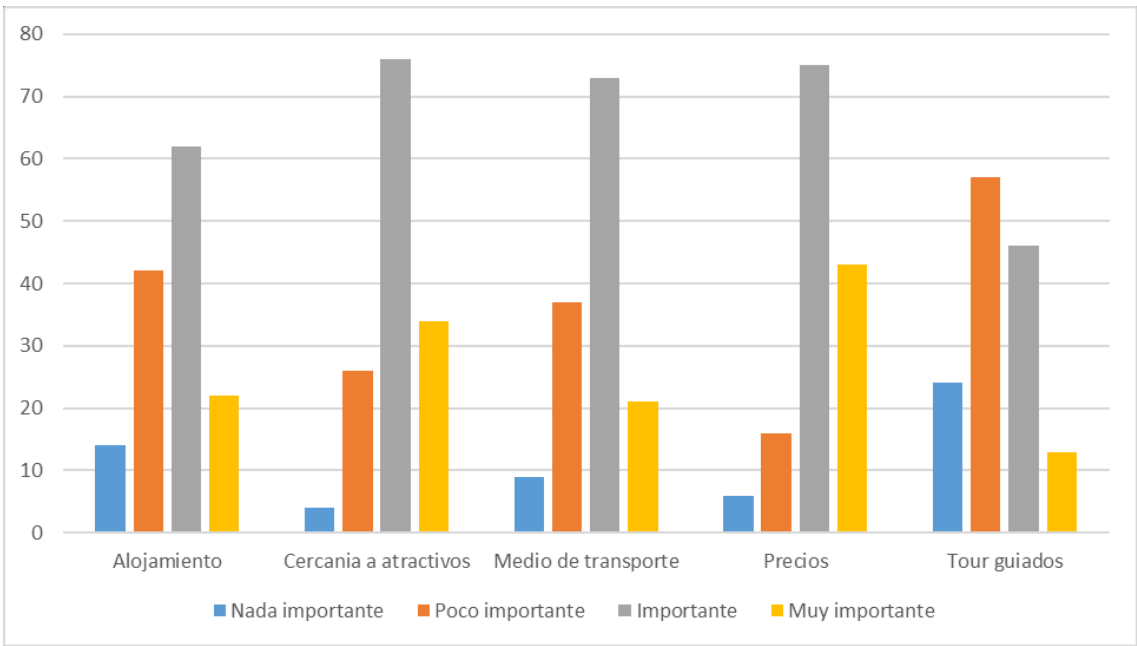


Gráfico 9: importancia que se le da a ciertos aspectos en el destino

Como se mencionó anteriormente en este trabajo de investigación, desde el momento en que el público mira una película y se siente atraído por todo aquello que ve en pantalla relacionado con el lugar donde transcurre, empieza un proceso de toma de decisiones. Nace el deseo y esa necesidad que pretenden satisfacer, buscan, en la mayoría de los casos, la manera más accesible para poder hacer realidad ese sueño de trasladarse al destino en cuestión, y también, en esa decisión de viajar tienen en cuenta unos cuantos aspectos referidos al destino y la movilidad que van a tener en él. En esta pregunta lo que se tuvo en consideración fue el alojamiento, la cercanía a atractivos, el medio de transporte, los precios y la existencia de tour guiados. Las respuestas obtenidas con respecto al alojamiento fueron que para 62 personas es importante tenerlo en cuenta, mientras que para 14 personas es algo que no es nada importante. Luego para la cercanía a atractivos, que usualmente es lo que las personas más atención le ponen a la hora de planear un viaje por cuestiones de movilidad y gastos, se obtuvo como respuesta que para 76 personas es importante esa cercanía mientras que para solo 4 personas no es nada importante. Con este último resultado se refleja lo que se venía mencionando, que lo principal cuando un turista viaja a conocer un destino con una motivación como es la del cine, busca estar medianamente cerca de los atractivos que quiere conocer. Otro aspecto al que se le da suma importancia es la movilidad, el medio de transporte utilizado en destino, para lo cual también los encuestados respondieron que, a 73 personas les parece importante considerar el medio de transporte con el cual se van a trasladar de un lugar a otro en el destino, mientras que para 9 personas no es nada importante. Después se preguntó por la importancia que le daban a los precios, en general, en destino. Las respuestas fueron de 75 personas que dijeron que es importante tenerlo en cuenta, mientras que para 6 personas no es nada importante. Y por último, se preguntó también por la existencia de tour guiados, lo que para algunos es sumamente relevante y es el principal paseo que quieren hacer una vez que están en el destino. Los resultados fueron de 57 personas para las que es poco importante, solo 46 personas para las que es importante y 24 personas para las que no es nada importante, es decir que no influye en su decisión de viaje.

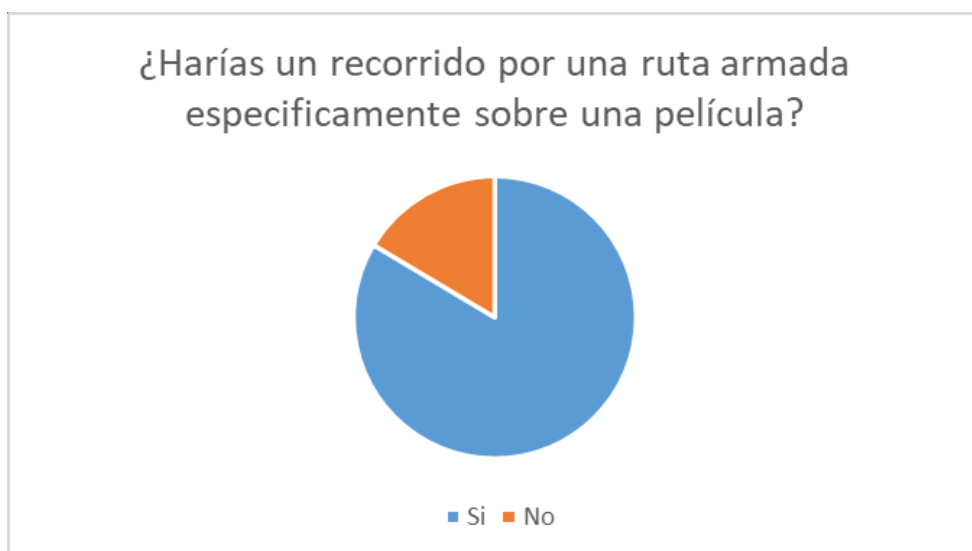


Gráfico 10: recorridos de turismo cinematográfico

Los datos arrojados dicen que si existiera un mapa turístico en un destino que hiciera un recorrido específico por las locaciones de una película en particular, el 83,6% lo realizaría. Mientras que el restante 16,4% no. Esto diferencia aquellas personas que, en base a sus gustos y preferencias a la hora de hacer un recorrido turístico, tienen en mente conocer todo lo que se les presente sobre un filme en particular. Por otro lado,



las personas que no realizan ese tipo de recorridos puede ser que tengan preferencias sobre otros tipos de tour guiados y de destinar su tiempo y dinero a vivir otras experiencias en el destino, que no estén directamente relacionadas con el cine.

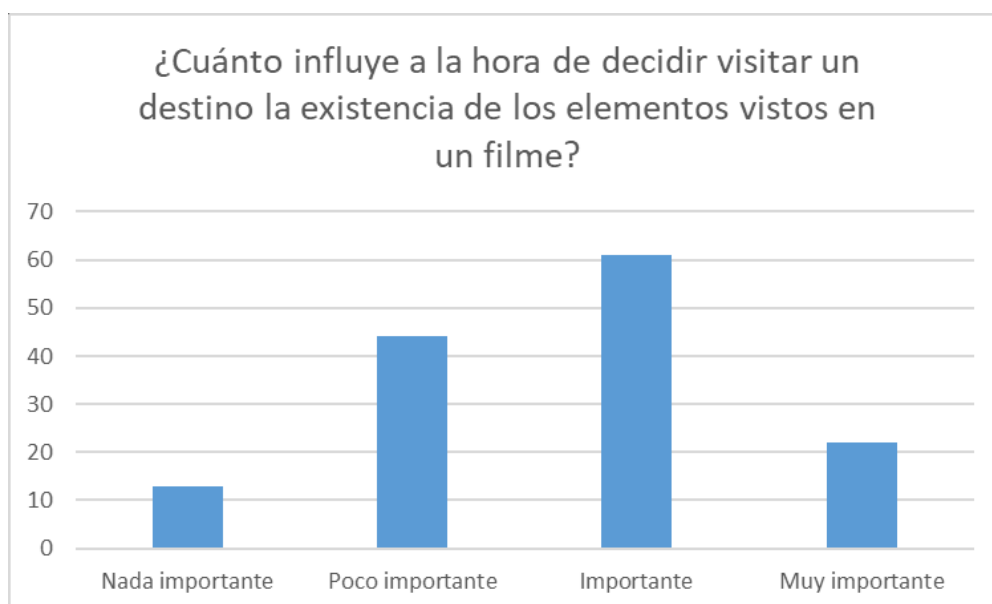


Gráfico 11: influencia de la existencia de elementos vistos en la película en la elección del destino

Con esta respuesta se ve reflejado en profundidad lo que se mencionaba anteriormente sobre la importancia que tiene para los espectadores el saber si todo lo que ven en cada escena es real o inventado. Y más valor tiene cuando se planea hacer un viaje motivado por el cine. Para la mayoría de los entrevistados es importante que al llegar al destino puedan recorrer cada rincón donde estuvieron los personajes o poder ver los elementos que formaron parte de las escenas más importantes de la película. En muchos casos los elementos a los que se les da esta importancia son simplemente un banco de plaza, un cartel, una pelota, algo que sería insignificante ver en un recorrido si no tuviera el valor que le dio una escena.

Por último, se realizó a los encuestados una pregunta que, si bien era del tipo cerrada como el resto de la entrevista, podían justificar su respuesta y brindar una opinión. La misma hace referencia a cómo perciben el turismo cinematográfico, si creen que ya alcanzó la importancia y reconocimiento que se esperaba o si podría seguir creciendo aún.

De 140 personas encuestadas 14 personas respondieron de manera negativa y, en general, los argumentos fueron que se dificulta que el turismo cinematográfico se siga expandiendo porque sigue habiendo gente en el mundo que no sabe de esta tipología, por otro lado que la tecnología va a seguir avanzando y no habrá que preocuparse por ir a visitar los destinos reales de las películas, y otros pocos que no sabían ni tenían una información suficiente como para fundamentar su respuesta. Sin embargo, las restantes 126 personas encuestadas dieron una respuesta afirmativa, argumentando sobre los destinos más conocidos y haciendo mención, por ejemplo, a que la ciudad de Nueva York para muchos es más conocida por las películas que por haber ido a visitarla, lo que quiere decir que hay destinos que ya han alcanzado esa relevancia en esta rama del turismo cultural. Pese a eso, se hace mención también de los otros miles de destinos alrededor del mundo que no son conocidos, algunos pueblos o playas de los que las personas no saben y a los cuales el turismo cinematográfico podría ayudar de manera

significativa, y traerles beneficios desde el lado de las visitas. Según los encuestados también entran en juego varios países latinoamericanos, que aún no han sido lo suficientemente explotados en lo que respecta a la industria del cine entonces, son visitados por otras razones u otros tipos de turismo pero no por la existencia de filmes donde se muestran los paisajes, la cultura y las costumbres del lugar, como pasa en países como Estados Unidos o muchos de los países europeos.

### 3.2 Análisis de las entrevistas en profundidad

Para poder realizar un análisis un poco más exhaustivo y lograr el objetivo general de este trabajo de investigación, conocer la elección de atractivos turísticos en la ciudad de Nueva York por parte de los ciudadanos platenses que han viajado al destino entre los años 2010 y 2019, se realizaron cuatro entrevistas en profundidad para conocer a qué se dedican, su forma de vida, el tiempo que le pueden y quieren dedicar a los viajes durante el año teniendo en cuenta factores como el tiempo y los gastos, y cuáles son sus preferencias en cuanto a la elección de destinos. También dentro de esa elección, se indagó la causa y las motivaciones. Además, al ser entrevistas en profundidad cada uno de los ciudadanos platenses entrevistados pudo detallar y explayarse contando todo lo que recordaba de sus viajes, experiencias, momentos buenos y malos, condicionantes a la hora de conocer un atractivo, si se le presentaron dificultades a la hora del viaje, tanto en el armado del mismo, como en la estadía y también su punto de vista de la experiencia a la vuelta.

Lo que se verá a continuación es un breve detalle de las respuestas de cada uno de los entrevistados pero a la vez haciendo un análisis comparativo, ya que algunas preguntas tuvieron más factores en común que otras que eran muy personales o subjetivas a la hora de responder.

Hay que aclarar que la elección de las personas a las que se entrevistó no solo fue basándose en que hayan viajado a Nueva York, sino también que sean estudiantes de carreras afines al turismo o a la creación de producciones audiovisuales.

La selección de los entrevistados es mediante la técnica de bola de nieve, un procedimiento de muestreo cualitativo arbitrario que se utiliza para encontrar sujetos o unidades muestrales con características especiales. Esta técnica comienza a contactar a conocidos a un sujeto con las características buscadas y luego cada uno de los indagados da referencia de otro con características similares.

Para la realización de estas entrevistas fue necesario contar con la disponibilidad de las personas entrevistadas y su predisposición y así poder pactar fecha y horario para la misma. De las cuatro entrevistas, tres fueron hechas personalmente con encuentros en departamento en uno de los casos y en los otros dos en restaurantes, mientras que la cuarta entrevista se realizó de manera virtual por la distancia, ya que la persona no se encuentra viviendo en la ciudad actualmente. En cuanto a las dos entrevistas que se realizaron en restaurantes, se pudieron concretar en un marco adecuado. Y en cuanto a la entrevista virtual se pactó día y horario para armar una reunión por Google Meet.<sup>1</sup>

Cabe aclarar que se conservará el anonimato de los entrevistados, a los fines de garantizar la confidencialidad (como se les explicó a ellos al momento de pactar el encuentro para realizarla).

A continuación se analizarán las respuestas dadas por cada uno de los entrevistados:

---

<sup>1</sup> Ver las entrevistas completas en la sección de Anexos

*¿Cuánto tiempo le dedicas en el año a viajes, paseos, ya sea dentro o fuera del país?  
¿Y cuánto te gustaría dedicarle?*

Como se mencionó anteriormente en las entrevistas en profundidad se intenta conocer lo más que se pueda de la vida de la persona, como consecuencia las respuestas a preguntas de este tipo suelen ser muy personales. Pese a eso, entre los cuatro entrevistados se encontró en común el factor tiempo, ya sea por trabajo o por estudio. Uno de los entrevistados dijo que dependía de las vacaciones que le daban por año en el trabajo y que eso era lo que dificultaba que pueda aprovechar algún que otro fin de semana largo. Y además, todos coincidieron en que les gustaría poder dedicar más tiempo a realizar viajes, sobre todo internacionales.

El entrevistado n°1 respondió que viaja una sola vez al año, pero que le gustaría dedicarle más tiempo, aunque sea dos o tres veces por año pero que depende del trabajo. Dijo que desearía poder irse aunque sea algún fin de semana, poder tener más descansos durante el año, y que no sea todo en una sola fecha.

El entrevistado n°2, en cambio, respondió que le dedica bastante tiempo en el año a los viajes dentro del país ya que, además de las vacaciones, puede hacer varias escapadas durante los fines de semana. Sin embargo, fuera del país le gustaría poder dedicarle más tiempo pero que por una cuestión de dinero se le imposibilita.

El entrevistado n°3 también comentó que le gustaría viajar mucho más de lo que viaja en el año pero sus trabas son el tiempo o la plata. Pese a eso, contó que suelen organizar escapadas durante un fin de semana cuando es el cumpleaños de alguno de sus familiares, como su padre, madre o hermana.

El entrevistado n°4, por último, contó que siempre viaja a algún destino nacional en las vacaciones de verano, y que suele hacer escapadas durante el año con los amigos. Y con respecto a los viajes al extranjero dijo que no todos los años puede hacer alguno, y que le gustaría dedicarle mucho más tiempo al año a seguir conociendo los paisajes que hay en Argentina.

*¿Podrías contar un poco acerca de tus viajes, tanto dentro del país como en el exterior?*

En el caso de estas preguntas las respuestas obtenidas fueron variadas debido a los distintos destinos que conocieron los entrevistados a nivel nacional e internacional pero teniendo en común el destino objetivo de esta investigación que era Nueva York, Estados Unidos.

Entrevistado n°1 contó que, dentro del país, recorrió bastantes lugares de la costa como Mar del Plata, Mar de Ajó y San Bernardo y también fue en varias ocasiones a Bariloche, en el sur de la Argentina. Luego contó que en el exterior solo conoció un país que es Estados Unidos, donde conoció Orlando, Miami y Nueva York.

Entrevistado n°2 respondió que, en Argentina, tuvo la oportunidad de conocer varios destinos, entre ellos Salta, Jujuy, Misiones, Mendoza, San Luis, Córdoba, y en el sur del país ciudades como Bariloche, San Martín de los Andes, Villa La Angostura, Esquel, Puerto Madryn y Las Grutas. Y después nombró los destinos del exterior que conoció, que fueron Brasil, Colombia y Estados Unidos.

Entrevistado n°3 contó, explayándose un poco más que los demás entrevistados, que en Argentina suele veranear con la familia en Mar del Plata, salvo algunos años cuando van a la ciudad de Villa Carlos Paz. Y también agregó que gracias a la facultad conoció las ciudades de Mendoza y también Córdoba Capital. Hablando de los viajes al exterior comentaba que conoció Estados Unidos con la familia y México con los amigos, más específicamente Cancún. En el país norteamericano recorrió Nueva York y Washington DC.

Entrevistado n°4 habló de sus viajes nacionales haciendo mención de las sierras, tanto de Tandil como Sierra de la Ventana, donde tiene familiares y suele ir muy seguido a visitarlos. Y contó que conoce la costa atlántica, y en el sur, la ciudad de Bariloche, que la visitó cuando fue de viaje de egresados. En cuanto a otros países contó que conoció Italia y Estados Unidos. Por lo que contó, en Italia visitó las ciudades de Roma, Florencia, Venecia y los pueblos de Cinque Terre. Y por otro lado, en Estados Unidos conoció Disney en Orlando y Nueva York.

*¿Cuál fue la primera motivación por la que visitaste Nueva York?*

El fin de esta pregunta era saber específicamente qué era lo que había llevado a los entrevistados a conocer esta ciudad pudiendo haber elegido tantas otras del país norteamericano. Saber si eran motivaciones culturales, de negocios, si realizaban el viaje para visitar familiares/amigos, de tipo alternativo, etc. ya que existen diversas opciones por las que se puede elegir como destino la ciudad de Nueva York.

El entrevistado n°1 contaba que, como conoció Orlando y Miami además de Nueva York, eligió en principio los tres lugares porque tenían sus diferencias y había bastante para recorrer. Sin embargo, cuando mencionó los motivos por los que visitó la Gran Manzana dijo que era una ciudad que siempre quiso conocer porque es impactante su arquitectura, y que siempre le llamó la atención cómo veía a la ciudad en las películas y series, y que pretendía comprobar si era realmente así.

Después el entrevistado n°2 contó que viajó a la ciudad porque le daba intriga cómo era y que simplemente tenía ganas de conocerla.

El entrevistado n°3 contó que con su familia siempre tuvieron el deseo de conocer tanto Nueva York como Washington DC por lo que siempre vieron en películas y series, coincidiendo con el entrevistado n°1.

Por último el entrevistado n°4 dijo que su principal motivación en el viaje a Estados Unidos fue conocer Disney, sin embargo, Nueva York les parecía una parada obligada ya que habían tenido la oportunidad de hacer el viaje y que se asombró de la cantidad de lugares que reconoció cuando estuvo allí.

*¿Qué fue lo que más te gustó de Nueva York?*

En esta pregunta lo que destacó particularmente el entrevistado n°1 fue que, además de los paisajes y lo imponente de los edificios rascacielos que hay por toda la ciudad, los ciudadanos son muy serviciales y estaban dispuestos a ayudar todo el tiempo, más que nada teniendo en cuenta que a veces el idioma es una dificultad para la comunicación o para llegar a algún lugar. Además, contó que le gustó la inmensidad de todo lo que hay para ver y que si quieres ver atractivos en particular hay que organizarlos con tiempo para poder recorrerlos porque algunos llevan un día entero y no todo está cerca.

Mientras que el entrevistado n°2 contó que se sintió impresionado por las luces y cantidad de edificios de la ciudad, el ritmo de la gente y también que al ir se encontró con lo que esperaba y más, es decir, que superó sus expectativas.

Por otra parte la respuesta del entrevistado n°3 coincidió bastante con el entrevistado n°1 contando que le gustó la cantidad de cosas que hay para hacer y visitar y que si bien él había organizado con una agencia los lugares que iba a recorrer, cuando estas ahí siempre encuentras algo más conocer y buscas el tiempo para hacerlo todo.

Y por último el entrevistado n°4 contó que justo cuando fue a la ciudad era la semana de la moda de Nueva York, y le gustó mucho toda la preparación y el movimiento de

gente que había por la misma. Además dijo que le gustó mucho todo lo que es Manhattan y Brooklyn, y particularmente el Puente de Brooklyn en el cual pudo hacer el cruce completo (ya que es muy largo).

*¿Hubo algo en particular que te haya llamado la atención dentro de los principales atractivos?*

En este caso las respuestas de los entrevistados tuvieron grandes coincidencias ya que mencionaron al Times Square, el Puente de Brooklyn y el Central Park como los principales lugares y edificaciones que les llamaron la atención y los sorprendieron en su estadía en Nueva York. En casos como los del entrevistado n°1 y n°3 coincidieron en que el lugar que hicieron en homenaje a lo ocurrido el 11-S es impactante, emocionante y que se ponen los sentimientos a flor de piel al pasar por ahí, y que todos los visitantes lo miran y sacan fotos con mucho respeto. Y por otro lado, los entrevistados n°2 y n°3 mencionaron atractivos como el paseo a la Estatua de la Libertad y el edificio, que es bastante nuevo, llamado Vessel, que según sus respuestas es un mirador increíble de la ciudad.

*¿Reconociste lugares o elementos que habías visto en alguna película?*

Con esta pregunta y la anterior, en la entrevista, se buscó cumplir con el objetivo general a través de las respuestas y vivencias de las personas que viajaron a Nueva York, el destino elegido en este trabajo de investigación.

En el caso del entrevistado n°1 respondió que sí reconoció varios lugares por haberlos visto en películas, que no podía especificar de todas pero que, al ver el edificio Flatiron se acordó instantáneamente de la película de Spiderman, aunque según dice, también había una gran cantidad de personas sacándose fotos y haciendo videos en alusión a dicha película.

Por su parte, el entrevistado n°2 aseguró que reconoció muchas locaciones de películas también, incluso de algunas que no fueron completamente filmadas ahí. Coincidió con el entrevistado n°1 en cuanto al edificio Flatiron y contó que también tuvo la oportunidad de ver uno de los edificios donde estuvo Leonardo Di Caprio en la película El Lobo de Wall Street.

El entrevistado n°3 en cambio, habló del Puente de Brooklyn como escenario principal de algunas de sus películas favoritas como Godzilla y Cloverfield. Y también contó que en el Central Park reconoció y recordó varias escenas más que nada de películas románticas o comedias como Mi pobre Angelito y Si tuviera 30.

Y el entrevistado n°4 contó que tuvo la suerte de conocer la casa de Sarah Jessica Parker en Sex and The City, que es una de sus producciones favoritas. Y además mencionó el Central Park y dijo que cuando pasó por el Hotel Plaza se acordó enseguida de la película de Mi pobre Angelito.

Con las respuestas obtenidas se puede decir que, aquellas personas entrevistadas que tuvieron como motivación el cine para viajar, pero que no fue lo principal, se encontraron igual con muchas representaciones de la ciudad anteriormente vistas en producciones cinematográficas. Como se ha dicho a lo largo de este trabajo de investigación, se sabe que enaltecer la ciudad, su estructura y sus vistas privilegiadas desde los rascacielos, está dentro de los objetivos al momento de rodar una película o serie. Todo queda grabado en la retina del espectador y aunque después, la persona viaje por diversos motivos, o esté de pasada en la ciudad, cuando vea algunos de los atractivos se va a acordar instantáneamente que, de alguna forma, ya lo conocía.

*¿Alguna de las razones por la elección de esa ciudad se debió a alguna escena conocida gracias a los medios audiovisuales?*

Para el entrevistado n°1 una de las razones fueron todas las escenas de la serie de Friends, aunque algunos lugares de la misma no existan realmente y solo hayan sido montajes. Y después dijo que todas las películas que muestran esas calles con las casas de ladrillo con escaleras te dan ganas de ir a conocerlas. Y destacó que en muchas películas había visto la Estatua de la Libertad y siempre le llamó conocer la ciudad por ese motivo, entre otros.

El entrevistado n°2, en cambio, contó que siempre le atrajo por diferentes motivos conocer la ciudad de Nueva York, pero que ese deseo de querer comprobar si es real lo que se ve en la pantalla todo el tiempo lo provocan las películas y las series. Además dijo que no podría nombrar películas en específico porque no se acordaba de todas las que había visto pero, por ejemplo, Spiderman y El Lobo de Wall Street eran sus preferidas, y también Taxi Driver y El bebé de Rosemary, aunque aseguró que son incontables las películas que vio hechas ahí.

Similar a la respuesta del entrevistado n°2, el entrevistado n°3 dijo que los medios audiovisuales no fueron la razón principal de su viaje a ese destino en específico pero que admitía que sentía que ya conocía todos los lugares cuando recorrió la ciudad y eso era por haberla visto en tantas películas desde hace tantos años. Y también cree que no debe haber persona que no haya visto una película hecha ahí y no se haya maravillado con algo.

Y el entrevistado n°4 confirmó que las películas fueron en gran parte un motivo para conocer la ciudad porque, con su familia, siempre fueron fanáticos de las películas de Marvel, por lo que prácticamente Nueva York era parada obligada en su paseo por Estados Unidos. También destacó que no solo las películas o series muestran lo mejor de la ciudad, sino que también veía propagandas con la ciudad de noche toda iluminada o videos en las redes que lo motivaban aún más en su decisión de viaje.

La siguiente pregunta estuvo relacionada con la comparación de la lejanía de los atractivos con respecto al tiempo con el que contaban durante su estadía en la ciudad. Se sabe que Nueva York es inmensa, hay miles de atractivos distribuidos en los cinco distritos que la componen y es tan a una distancia considerable una respecto a la otra.

*¿Crees que te quedaron atractivos por conocer durante la estadía?*

En este caso los cuatro entrevistados coincidieron en su respuesta de que sí le habían quedado cosas por conocer, algunos contando con más detalle qué les hubiese gustado poder visitar, otros no especificaron algún atractivo en especial y otros sin tanto conocimiento pero pensando que, al ser tan grande la ciudad e ir por pocos días, seguramente le debieron quedar pendientes lugares para conocer.

El entrevistado n°1 contó que le hubiese gustado conocer por completo el Central Park, pero que fue imposible debido a la cantidad de días que estuvo en la ciudad y que creía que, para poder recorrerlo todo hubiese tenido que dedicarle un día entero al menos. Además agregó que, la dificultad no fue solo por lo grande que era el parque sino también porque el hotel donde estaba alojada estaba lejos y los micros turísticos con los que se manejaba tenían pocas paradas y te permitían bajar al lugar muy poco tiempo. Y también contó que cuando visitó la Estatua de la Libertad, hizo un paseo en ferry que era rodeándola pero sin acercarse, y que le hubiese gustado hacer la otra excursión que es llegando ahí y bajando para verla de cerca, pero también el clima y el tiempo dificultaron eso.

Luego el entrevistado n°2 dijo que lo que le hubiese gustado es haber tenido más tiempo para recorrer cada barrio en sí, para conocer más de lleno su cultura y cómo viven, y que eso es lo que está dentro de sus pendientes para un próximo viaje.

En cambio, el entrevistado n°3 sí cree que le faltaron atractivos y lugares por conocer porque la ciudad en sí es enorme y solo estuvo ahí unos pocos días, pero que todo lo que tenía planeado y programado para ver lo pudo hacer, por lo tanto sus expectativas fueron superadas. Y coincidiendo con el mismo, el entrevistado n°4 también afirmó que todo lo que tenía planificado lo pudo hacer y disfrutar, pero que obvio que en otro viaje trataría de recorrer todo lo que no le dio el tiempo en el anterior.

*¿Se encontró con puntos de venta para turistas con objetos creados sobre películas filmadas allí? ¿Cree que hay mucha mercantilización sobre el cine o poca?*

Anteriormente, en este trabajo de investigación, fue mencionada la mercantilización de la cultura y también explicada debido a sus efectos y consecuencias para el destino. Nueva York posee una muy diversa cultura, con una gran mezcla de ciudadanos que provienen de diferentes partes del mundo y han puesto su impronta en cada rincón neoyorkino. La ciudad es una mezcla imponente de cultura anglosajona, latina, africana, caribeña y asiática, por esto mismo existen tantos perfiles culturales y costumbres allí. Además de eso, se puede decir que Nueva York es la cuna del cine y el gran complejo donde allí fueron filmadas miles de las películas más famosas de la historia cinematográfica. Y siguiendo el análisis de este trabajo y acorde a las respuestas de los entrevistados se puede ver que Nueva York es igual a decir “películas” o ver algunos de sus edificios es recordar momentos tal como si hubieran sido reales y no solo parte de alguna escena.

Por esto mismo, con tantas películas rodadas en los paisajes y barrios neoyorkinos, y con tanto flujo de turistas entrando y saliendo, llegando de a miles día tras día, se puede decir que existe una comercialización sobre todo lo que respecta a la cultura de la ciudad y también, por qué no, a las escenas más importantes de cada película famosa que se haya filmado por esas calles. El fin de esta pregunta era confirmar si aquello por lo que todos viajan y visitan el destino, también está plasmado en objetos para llevarse como recuerdo, postales, cuadros, imágenes, todo referido a los lugares que transitaron los personajes (ya sea ficticio o real)

De acuerdo a esto las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes: el entrevistado n°1 contó que hay varias tiendas en la ciudad pero con recuerdos sobre edificios, monumentos o estatuas importantes allí, como por ejemplo, el Toro de Wall Street, La estatua de la Libertad, la corona sola, etc., pero en cuanto a películas solo había visto tazas, alguna remera o buzo y nada más. Sin embargo, afirmó que hay muchos recovecos en la ciudad a los que no llegó y tal vez ahí haya más tiendas sobre películas.

En cambio, el entrevistado n°2 dijo que no buscó mucho esas tiendas pero que fue a un lugar por una recomendación que le había hecho, que era una tienda donde encontras todo sobre las películas de Superhéroes, que es la Tienda de Comics en la séptima avenida.

Según el entrevistado n°3, debido a la cantidad de películas tan famosas que se hicieron en Nueva York debería haber muchas más tiendas especializadas en la comercialización de productos relacionados a las mismas. Coincide con el entrevistado n°1 asegurando que en las calles de los barrios que uno no frecuenta tal vez haya más tiendas de este tipo, pero que lo único que vio fueron productos como remeras y buzos de la película Spiderman y de series como Friends y Gossip Girl.

Y por último el entrevistado n°4 contó que vio en su viaje bastante comercialización de la película Sex and the city, como tazas, llaveros, cuadros y remeras. Y que también vio algunas cosas sobre Marvel pero tiendas específicas de esas películas, es decir, no estaban mezcladas entre los productos de las tiendas más frecuentadas en las avenidas principales de la ciudad, pero que pudo comprarse recuerdos como el edificio Flatiron

en miniatura de la película Spiderman. Además dijo que le parecía que debería haber mucha más venta de estos productos ya que cree que muchos de los turistas que viajan a Nueva York van por películas que vieron y tal vez se quieren llevar un recuerdo de ese tipo pero no hay oferta.

*¿Sabes de la existencia de algún recorrido por los lugares más famosos del cine en Nueva York?*

El propósito de esta pregunta es saber si, además de que las personas viajen motivadas por el cine, también usan el medio de recorridos turísticos basados en películas como un transporte para recorrer y conocer a fondo la ciudad, ya que en la mayoría de las producciones cinematográficas que se han rodado allí han explorado y se han acercado a lugares o calles que de otra forma los espectadores y potenciales turistas no reconocerían, como sí pasa con las calles céntricas y avenidas principales.

Además se trataba de poder identificar si se han desarrollado planes o políticas en cuanto a la cantidad de turistas que reciben como consecuencia directa del cine. Se puede afirmar, no con exactitud, que un gran porcentaje de las personas que viajan a Estados Unidos, visitan Nueva York y son incentivados y motivados a ir por todo lo que ven en la pantalla, entonces sería lógico que existan diferentes excursiones o paseos turísticos por la ciudad dedicados exclusivamente al cine en su totalidad, a películas que solo se filmaron en determinado espacio o a una película específica.

La respuesta a esta pregunta por parte del entrevistado n°1 fue que, sabe de la existencia de agencias de viajes que arman este tipo de recorridos pero que no podía mencionar alguno en particular porque en su viaje no realizó ni buscó ninguno.

A diferencia del entrevistado n°1, el entrevistado n°2 supo de la existencia de un recorrido sobre los puntos más importantes de la película de Spiderman pero que por tema de tiempo y costo no lo realizó, y que igualmente cree que debe ser muy interesante ese paseo.

Coincidiendo con el entrevistado n°1, el entrevistado n°3 aseguró que si sabía de esos recorridos, de todos los que hacen pero no de uno de alguna película en particular, aunque no realizó ninguno.

En cambio, el entrevistado n°4 contó que realizó con su familia el recorrido por las locaciones donde tuvieron lugar las filmaciones de las películas de Spiderman, aunque, como todo su viaje, era algo que ya tenía planeado. Sin embargo, desconoce de otros tours como este pero cree que debe haber.

*¿Alguna dificultad que se haya presentado en la visita a la ciudad? clima, transporte, atractivos, etc.*

En cuanto a las dificultades durante la estadía, el entrevistado n°1 contó que con el clima le pasó que cuando hizo la excursión de la Estatua de la Libertad en el ferry, el día estaba muy nublado y lloviznando, por lo que no se pudo disfrutar de la misma manera que si hubiera estado soleado, además de que las fotos no quedaban lindas. También agregó que, cuando organizó el viaje le recomendaron que lleve poca ropa y que era accesible de comprar y eso no fue así, y hacían días fríos. En cuanto al transporte, contó que los taxis eran muy caros y que, aunque había que asesorarse bien, tomarse los subtes era mucho más accesible. Y por último comentó que para ir a los atractivos utilizaba el micro turístico pero que hacía paradas y si vos bajas seguía de largo, no esperaba, por lo que cada vez que bajabas a tomar fotos tenías que volver a esperar el micro en la parada y eso le quitaba mucho tiempo.

Luego, el entrevistado n°2 contó que tuvo bastante suerte con el tema del clima, le tocaron buenos días, y también supo manejarse con el transporte utilizando el subte.



Además, como ya tenía planeados que atractivos visitar, no tuvo inconveniente en cómo llegar y había sacado entradas con anticipación, por lo que tampoco tuvo que hacer filas de horas para entrar.

Por su parte el entrevistado n°3 dijo que el clima no acompañó durante su viaje pero que con toda la adrenalina y emoción por estar viviendo el estar en Nueva York no lo sintió tan mal. Y en cuanto a los atractivos y transporte se pudo manejar correctamente, no se le presentaron inconvenientes.

Y en el caso del entrevistado n°4 contó que con el transporte fue con lo que más dificultad tuvo durante su viaje porque estaba muy perdido, y a veces, aunque consultaba y pedía ayuda, se terminaba yendo en la dirección equivocada, lo que le robaba tiempo y dinero.

Si bien el clima es algo que no se puede manejar cuando uno programa un viaje, o cuando ya está allá, el tema del transporte y la cercanía o lejanía hacia los atractivos es parte fundamental del post viaje y la evaluación que uno hace de cómo la pasó y en qué porcentaje se superaron sus expectativas o cuál fue el grado de satisfacción de las necesidades que esperaba cumplir.

Por eso es importante saber si la ciudad que tanta repercusión tiene y que tan alto ha llevado su imagen el cine, cuenta con las herramientas necesarias para que el turista llegue y pueda trasladarse con facilidad y que haya señalamientos para ubicar los atractivos a los que se quiere llegar. Las entrevistas ayudaron en gran cantidad para poder ver también cómo es la experiencia o con qué se encuentra el turista cinematográfico.

*¿Crees que efectivamente en cada esquina de la ciudad hay una escena de alguna película?*

Esta fue una pregunta clave sobre el tema central de este trabajo de investigación donde se ahonda sobre el cine como impulsor del turismo propiamente en la ciudad de Nueva York. Hay miles de ciudades en el mundo, o algunas de las capitales más importantes donde se hicieron películas claves para el mundo cinematográfico, sin embargo, como se explicó a lo largo del presente trabajo, se enfocó la atención en esta ciudad norteamericana debido a la importancia que los medios audiovisuales le han otorgado, ya sea con series, películas o distintas publicidades. Por ese motivo, era importante preguntar a quienes habían viajado por razón al cine principalmente, sin ningún otro tipo de motivación más que esta, si lo que vieron al llegar había sido igual a lo representado constantemente en la pantalla.

Por lo que las respuestas según sus experiencias vividas fueron las siguientes:

En el caso del entrevistado n°1 contó que la Biblioteca Nacional donde se filmó la escena de la película Los Cazafantasmas la reconoces enseguida y está cerca de todo, es decir, tenes la Estación Central y a dos cuadras ya encontras la Biblioteca. Además mencionó Manhattan y Brooklyn como los distritos más conocidos vistos en películas o series, también algunas calles que si viste la serie de Friends se reconocen fácilmente. Y comentó que, pese a que debe haber muchas películas que desconoce, cree que la ciudad tiene una escena en cada esquina.

El entrevistado n°2 aseguró ser un apasionado por las películas y que afirma totalmente que en Nueva York se vive una experiencia increíble y única porque cada lugar que visitas te hace acordar a alguna película y sentís que ya habías estado antes ahí.

El entrevistado n°3 dijo que cree que ya todos conocen las calles de Nueva York antes de visitarla y que no cree que haya alguien que no haya visto una película hecha ahí. Al igual que el entrevistado n°4 que dijo que efectivamente cree que es una ciudad llena

de recuerdos de películas, como lo deben ser también otras ciudades del mundo, pero más que nada Nueva York.

Finalmente para cerrar con las preguntas, donde los entrevistados pudieron explayarse y contar sus experiencias, se les hizo la siguiente pregunta referida al momento en el que uno finaliza su viaje y hace dentro suyo una autoevaluación y decide si las expectativas fueron superadas o no, o si hubo cuestiones que faltaron o fallaron.

*¿Repetirías el viaje a Nueva York?*

La respuesta de los cuatro entrevistados fue positiva, asegurando que les quedaron lugares y experiencias por conocer y vivir, que sienten que les quedan asuntos pendientes por los que volverían. También entre las respuestas se encontró como motivo principal el querer conocer a fondo la ciudad, poder ver más de cerca algunos barrios, recorrerlos y conocer sus costumbres y cultura. Además dos de los entrevistados dijeron que, aunque les gustaría en un próximo viaje conocer otro destino, sin duda volverían a Nueva York porque es igual a decir “cine”.

## **Conclusiones**

En el presente trabajo se realizó una investigación en base a datos cualitativos y cuantitativos. Brindó un gran número de respuestas acerca de la influencia que la industria del cine tiene sobre los destinos, incentivando a las personas a viajar a los mismos, específicamente a la ciudad de Nueva York. Además, el propósito de este estudio, fue poder dar cuenta si la tipología de turismo cinematográfico sigue en potencial crecimiento o ya es una rama del turismo que las personas conozcan. Para responder el interrogante principal se realizaron entrevistas en profundidad y encuestas con preguntas cerradas a fin de poder cumplir con el objetivo general: analizar los atractivos del turismo cinematográfico elegidos por personas de La Plata en la ciudad de Nueva York, y sus motivaciones de elección entre los años 2010 y 2019.

Luego de la recopilación de toda la información necesaria para sustentar esta investigación, a partir de las respuestas de las personas respecto a sus gustos y preferencias y también con sus experiencias en la ciudad norteamericana, se puede concluir, en primer lugar, que el turismo cinematográfico sigue arraigado a la tipología de turismo cultural y aún no es conocido independientemente como un motivo para realizar un desplazamiento de un destino a otro. Los turistas saben que viajan motivados por alguna producción de los medios audiovisuales pero lo piensan en un aspecto más general, como una visita cultural al destino. A la hora de hablar sobre el conocimiento que tenían acerca del turismo cinematográfico, más de la mitad de las personas no sabían de qué se estaba hablando, ni de que ya existiera un tipo de turismo específico sobre el tema. Además, ante el desconocimiento, se deja ver que, si bien las películas y series son grandes influyentes en las decisiones de las personas de conocer un destino hoy en día, no se han tomado las medidas suficientes o aplicado políticas determinadas que den a conocer el turismo cinematográfico y lo exploten aún más. Incluso cuando se hacían referencias a paseos específicos sobre películas o recorridos armados por agencias, eran muy pocas las personas que sabían que se podían realizar o que estaban a la venta en las mismas, siendo la ciudad de Nueva York el epicentro de la industria cinematográfica.

Se concluye entonces que, si con poca información igualmente las personas deciden armar un viaje referido a una producción vista en pantalla, tienen el deseo de conocer

los lugares que han visto miles de veces y van buscando satisfacer una necesidad referida a atractivos conocidos en una película, se podría inferir que sería aún mayor el flujo de turistas que se desplazaría a determinado lugar del mundo de haber más acceso a la información referida a esta tipología de turismo emergente.

Por otro lado, con el resto de la información analizada a partir de las entrevistas y encuestas se pudo llegar a la conclusión de que efectivamente las producciones cinematográficas despiertan un deseo y una necesidad a satisfacer en los espectadores, y que, en muchos de los casos ese es uno de los objetivos principales de la realización de un filme. Es decir, en varias películas la trama y los personajes son lo principal pero en otros, casi todo el protagonismo se lo llevan los lugares de rodaje, incluso los que están creados en un sitio con efectos especiales y los que simulan ser un lugar cuando están dentro de un estudio de grabación.

Se sabe que la industria turística mantiene relación con diversos aspectos de la vida cotidiana de las personas, de sus culturas y sus costumbres, e incluso de sus religiones; y entre ellas se encuentra lo relacionado al arte audiovisual. En los últimos años, específicamente en los estudiados en este trabajo de investigación de la década del 2010, se han estrenado películas y entregas de sagas muy importantes, famosas y taquilleras para el cine, lo que ha dado lugar a incentivar e inducir a las personas a querer viajar a los lugares de rodajes. Como se puede ver en el capítulo 3, más de cien personas han sido encuestadas para saber, entre otras cosas, cuánto tiempo le dedican al cine, cuánta importancia le dan en su día a día a mirar una película o si están expectantes a algún estreno; para luego conocer un poco más acerca de sus decisiones de viaje, sus motivaciones y si tienen como principal finalidad visitar algún lugar por haber llamado su atención en un filme. La conclusión a la que se llega es que no está directamente relacionado el hecho del tiempo que cada persona puede dedicar a mirar una película en su rutina de la semana con el poder armar un viaje y decidir hacerlo en base a una producción en particular o a un destino que les haya llamado la atención por su aparición en varias películas ya vistas. Es decir, de todas las personas encuestadas un 78% ha respondido que solo mira películas si tiene algún rato libre, lo que no afecta más tarde sus respuestas a los interrogantes sobre sus viajes y la importancia que le da a los atractivos que encuentra en los destinos. Por la información recogida de las entrevistas en profundidad se puede ver que los turistas cinematográficos no solo van simplemente al lugar, sino que buscan vivir una experiencia un poco más profunda de acuerdo a lo que el filme le provocó; es decir, quieren sentir lo que los protagonistas sintieron, dar los mismos pasos y entrar a los mismos sitios.

Por otro lado, con las entrevistas en profundidad se logró cumplir los objetivos específicos planteados acerca de: las motivaciones que los ciudadanos de La Plata encuentran en los elementos y paisajes vistos en los medios audiovisuales que los impulsan a realizar un viaje al destino, la importancia que le dan a los elementos utilizados por los personajes en las películas y saber si están realmente o fueron montados, saber por cuál género de películas se sienten más atraídos, y por último, indagar acerca de los atractivos que son más promovidos turísticamente en la ciudad de Nueva York en lo que respecta al consumo cultural. De todas las personas entrevistadas, en sus respuestas los atractivos destacados de la ciudad norteamericana fueron Central Park, el edificio Flatiron y el Puente de Brooklyn. Los entrevistados aseguran que esos han sido los puntos más importantes por los que ellos se vieron motivados a realizar el viaje y que, las películas que más les gustaban habían tenido esa repercusión a la hora de decidir hacerlo. Además, mediante la información recogida con cada respuesta acerca de qué atractivos llamaron más su atención y cuál fue la producción con la que se motivaron a conocer el destino, se llega a la conclusión de que los géneros de películas preferidos han sido los de super héroes, fantásticos, y comedias o comedias románticas. A lo largo de las entrevistas se dejó ver que, más allá de sus gustos, los entrevistados sabían que los atractivos que nombraban tenían una

importancia arquitectónica y cultural para la ciudad de Nueva York y que, esa era una de las razones por las que se les daba el protagonismo y la importancia justa en las escenas de cada una de las películas que mencionaban.

Además de la metodología aplicada, se realizó durante el trabajo un análisis de algunas de las películas consideradas como las más taquilleras, importantes e influyentes en el cine norteamericano y que fueron las que le dieron mayor impulso al turismo cinematográfico en Nueva York. Se pudo ver que hubo películas, incluso de décadas anteriores, con tramas de drama o suspenso que marcaron un antes y un después en la imagen de la ciudad y la manera de percibir de los visitantes. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, se puede ver una gran influencia por parte de las películas de Marvel, que han tenido efectos positivos sobre los espectadores, el destino y el flujo de personas que se mueve cada día del año por Nueva York para visitar los sitios emblemáticos en los que estuvieron superhéroes como El hombre araña. Y es tanta la importancia que se le da y las consecuencias que tuvo con respecto a la cantidad de visitantes en el año que se desplazan por esa razón, que hay paseos armados exclusivamente sobre los lugares de las películas y tiendas especializadas sobre Marvel.

De acuerdo a la investigación realizada se encontró que las personas que viajaron durante la década del 2010 a Nueva York, pese a que no tenían información sobre el turismo cinematográfico, viajaron al destino motivados por los atractivos vistos en alguna película. En líneas generales se puede decir que, tanto en Nueva York como en varias partes del mundo, entre las principales intenciones de una producción cinematográfica se encuentra la de dar a conocer un lugar y atraer así a turistas de todas partes; por lo que podemos deducir que el turismo cinematográfico se trata de un trabajo en conjunto entre ambas industrias.

A modo de conclusión general se puede decir que, la industria del cine tiene una influencia y un poder sobre los espectadores que generan, entre otras emociones y sentimientos, un deseo de desplazamiento y de hacer turismo basado en lo que se ve en los medios audiovisuales. Pese a esto, aún no se habla mucho de lo que las películas o series generan, de la capacidad de mostrar la imagen de un destino que quieren (y que, a veces, no es realmente así); Además, hay ciudades alrededor de todo el mundo que han sido sede de grabación de varias películas pero que no cuentan con la infraestructura y el desarrollo para que los espectadores vayan a conocerlo. En ese sentido, Nueva York hace décadas que se prepara para la llegada de turistas de esta tipología, tanto nacionales como internacionales, habiendo sido sede de las películas más importantes de la historia del cine. Concluimos también señalando que hay un vacío de conocimiento respecto al tema. Podemos decir que, en el recorte temporal abordado, y tomando los resultados de las encuestas y entrevistas como un recorte, que no puede generalizarse sus resultados, permite brindar una primera aproximación al tema y plantear a su vez nuevos interrogantes.

A partir de este trabajo se invita a que se puedan abrir otras líneas de investigación orientadas al concepto del turismo cinematográfico como una nueva motivación fuera de lo que es el turismo cultural y su forma de darse a conocer mundialmente, ya que por lo estudiado aún está siendo poco explotado. Además, en el presente estudio solo se investigó en la ciudad de Nueva York la entrada y salida de turistas cinematográficos en un período determinado en el cual fueron avanzando a grandes escalas las producciones con el avance de la tecnología desde el año 2010 hasta la actualidad, por lo que se podrían seguir estudiando cómo las nuevas formas de producir en un determinado lugar impacta en los espectadores.

Por último, las recomendaciones a partir del presente trabajo de investigación son que se puedan desarrollar más estrategias y políticas que las ya existentes para dar a conocer aquellas ciudades o pueblos del mundo que son poco conocidos con la ayuda

de los medios audiovisuales. Son varios los ejemplos de pueblos que han pasado de ser olvidados a tener un gran flujo de turistas durante el año gracias a la relevancia, fama y viralidad de una película o serie. No solo terminaría obteniendo beneficios la productora cinematográfica sino también el destino y sus habitantes, ya que, como se mencionó anteriormente, generaría empleo e ingresos para el mismo.

## **Bibliografía**

Audelo Medina, Ricardo (2019) *Imaginario sociodiscursivo: la integración sociocultural de los inmigrantes latinoamericanos en Nueva York*

Bauzá Illán, R. (2015) *Turismo cinematográfico: evolución y presencia en España*

Bernal, Cesar A. (2010) *Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales.*

Bernardi Milagros (2016) *Turismo cinematográfico. La influencia del cine como motivador turístico.*

Bertoncello Rodolfo (2002) *Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas.*

Brunetta, Gian Piero (2011) *Historia mundial del cine*

Cammarata, Manuel (2006) *Cine y Geografía: espacio geográfico, paisaje y territorio en las producciones cinematográficas*

Canclini Néstor García (1999) *El consumo cultural: una propuesta teórica.*

- Camprubí, R., Guia, J., Comas, J. (2009) *La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual*.
- Dias, R. & Cassar, M (2005) *Fundamentos do marketing turístico*.
- De la Ballina Ballina, Francisco Javier (2017) *Marketing turístico aplicado*
- Foucault, Michel (1990) *La Arqueología del saber*
- Flores Ruiz, D. Sánchez López, C. De la O Barroso Gonzáles, M. (2015) *Segmentación del turismo cultural. El turismo cinematográfico de festivales*.
- Garay, C. (2019) Técnicas usuales de investigación en turismo. En Garay, C (Comp). *Investigar en Turismo: una introducción*. (pp. 70-72). La Plata, Argentina; EDULP
- García García, P. J. (2010) *Nueva York como marca promocionada por las series de televisión*. Universidad de Sevilla
- González Conde, A. Araújo Vila, N Rodríguez Campo, L (2015) *Turismo cinematográfico: la conquista online de nuevos mercados*
- González Monclús, A., (2008) *El paisaje urbano en el cine*
- Goycoolea Prado, Roberto (2008) *Los imaginarios turísticos en la configuración urbana*
- Hiernaux, D. (2002) *Turismo e imaginarios. En Imaginarios sociales y turismo sostenible*.
- Hiernaux, D. (2015) *Turismo, sociedad y territorio: una lectura crítica*
- Higuita Gonzáles, A.M., (2019) *Descubriendo territorios: locaciones y paisaje geográfico en el cine colombiano de ficción*.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García de Madariaga, J., Flores Zamora, J (2011) *Marketing turístico*
- Lizárraga, O. (2014) *Percepción cultural entre residentes extranjeros y habitantes locales en un destino turístico mexicano. El caso de estadounidenses en Mazatlán, Sinaloa*.
- Marzal, E. (2016) *La imagen turística de Barcelona a través de las películas internacionales* (Revista PASOS Vol 14, N° 4 Pags, 843-858)
- Nieto Malpica, J. (2014) *Las comisiones filmicas. Un dispositivo para la promoción y el desarrollo de ciudades y territorios*.
- Noguero Mendiz, A (2011) *Emplazamiento de ciudades en el cine ("City Placement"): una estrategia de doble sentido en la producción cinematográfica y la industria del turismo*.
- UNWTO (2021) *Tourism Definitions*
- Plasencia Lozano, P. (2011) *El Puente de Brooklyn y el cine. Análisis filmico-estético de la estructura*
- Prayag G, Ryan, C. (2011). *The relationship between the 'push' and 'pull' factors of a tourist destination: The role of nationality – an analytical qualitative research approach*.
- Richards, G. (2000) *"Políticas y actuaciones en el campo del turismo cultural europeo" en El turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza, fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Vallaloid, 2000*.
- Rita P., Brochado A, Dimova, L. (2018). *Millennials' travel motivations and desired activities within destinations: A comparative study of the US and the UK*.

Rodríguez Campo, L. Fraiz Brea, J. González, E. (2014) *El turismo cinematográfico como tipología emergente del turismo cultural*

Ruiz López, C. Alvarado Rosas, C. Saldaña Fernández, MC. Valenzuela Aguilera, A. (2017) *Imaginario turístico y las prácticas cotidianas en Tepoztlán, Morelos.*

Sadoul, Georges. (2004) *Historia mundial del cine desde sus orígenes*

Santillán López, A., Guardado Marín, G. (2010) *Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura.*

Tedesco, Juan Carlos (2003) *Educación y hegemonía en el nuevo capitalismo.*

## Sitios Web

Guía de viajes en Nueva York. <https://www.nuevayork.net>

Queens <https://www.turismonuevayork.com/queens/>

Locación de Iron Man 2 <http://movie-locations.com/>

Flatiron <https://www.voyanyc.com/>

Rockefeller Gardens <https://www.fantrippers.com/fr/>

Rockefeller Center <https://onlocationtours.com/>

Puente de Brooklyn <https://www.espinof.com/>

Puente de Brooklyn <http://www.harmonicacinema.com/saturday-night-fever/>

<https://elordenmundial.com/mapas-y-graficos/que-pais-hace-mas-peliculas/>

Locación Escuela de Rock <https://wagner.edu/about/>

<https://www.sensacine.com.mx/peliculas/pelicula-128188/>

<https://www.edreams.es/blog/lugares-lobo-wall-street-nueva-york/>

<https://es.statista.com/>

Ubicación de Nueva York en el mapa <https://dondeesta.net/donde-esta-ciudad-de-new-york/>

Localización de los distritos de Nueva York

<https://viajes.chavetas.es/guia/nuevayork/barrios-de-nueva-york-mapas/>

Tour de luces navideñas y sitios de películas <https://www.viator.com/es-ES/tours/New-York-City/Private-Holiday-Lights-and-Movie-Sites-Tour-On-Location-Tours/d687-2218P24>

Tour a pie de Superhéroes en Nueva York <https://www.viator.com/es-ES/tours/New-York-City/Superheroes-in-New-York-Walking-Tour/d687-31003P22>

## **Anexos**

Entrevistas en profundidad completas

Los seleccionados para realizarla fueron cuatro personas que tenían el factor común de haber viajado a la ciudad de Nueva York, Estados Unidos., y además ser estudiantes de carreras afines al turismo y al cine.

Preguntas:

1. ¿De dónde sos?
2. ¿Qué edad tenes?
3. ¿Estudias o estudiaste algo?
4. ¿Trabajas? Si es afirmativo, ¿en qué rubro?
5. ¿Podrías contar algún hobby que tengas en tu tiempo libre?
6. ¿Cuánto tiempo le dedicas en el año a viajes o paseos, ya sea dentro del país o en el exterior? ¿Y cuánto te gustaría dedicarle?



7. Contar un poco de viajes que hayas hecho nacionales e internacionales
8. ¿Cuál fue la primera motivación por la que visitaste Nueva York?
9. ¿Qué fue lo que más te gustó/impactó de Nueva York?
10. ¿Hubo algo en particular que te haya llamado la atención dentro de los principales atractivos?
11. ¿Reconociste lugares o elementos que habías visto en alguna película? Especificar de ser posible.
12. ¿Alguna de las razones por la elección de esa ciudad en particular se debió a alguna escena conocida gracias a los medios audiovisuales?
13. ¿Crees que te quedaron atractivos por conocer durante la estadía?
14. ¿Se encontró con puntos de venta para turistas con objetos creados sobre películas filmadas allí? ¿Cree que hay mucha mercantilización sobre el cine o poca?
15. ¿Sabes de la existencia de algún recorrido por los lugares más famosos del cine en Nueva York?
16. ¿Alguna dificultad que se haya presentado en la visita a la ciudad? En cuanto a clima, transporte, atractivos, etc.
17. ¿Crees que efectivamente en cada esquina de la ciudad hay una escena de alguna película?
18. ¿Es un viaje que repetirías?

#### **Entrevistado n°1:**

Esta entrevista se realizó personalmente en un departamento con la grabadora del celular y no tuvo ningún tipo de dificultad o complicación en el proceso.

1. Oriunda de La Plata
2. 23 años
3. Estudié la carrera de Técnica Superior en Turismo en Universitat
4. Yo trabajo en la parte gastronómica, en un restaurante que se llama Paessano en City Bell. Y estoy ahí desde hace tres años.
5. Me gusta escuchar música, me gusta estar sola para ordenar y hacer mis cosas, y también mirar series y películas.
6. Depende, una vez al año como mucho o dos porque dependo de las vacaciones de mi laburo. Me gustaría dedicarle más, por lo menos, dos o tres veces al año. No viajes largos, pero irme algún fin de semana a algún lado, poder tener más descansos en el medio del año, que no sea todo en una sola fecha digamos.
7. Acá en el país recorrí todo lo que es la costa digamos durante los años anteriores, fui a Mar del Plata, San Bernardo, Mar de Ajó. Después con mi familia viajamos al sur, a Bariloche, hace dos años. De hecho, el verano pasado volví a ir para allá. Y después, fuera del país, que fue el único viaje que hice fuimos a Nueva York con mi familia y también lo combinamos con Orlando y Miami, Estados Unidos.
8. Primero que nada, pensamos en Nueva York porque los tres destinos son muy distintos. Nueva York lo pensamos por el lado de lo que es. Es una ciudad super impactante en el sentido de todo lo que es la estructura, arquitectura, por todo lo que vemos en las películas y siempre lo que muestran en la televisión es muy imponente. Y fue el destino que elegimos para ver si realmente era como lo mostraban.

9. Bueno cuando llegué la verdad los edificios son rascacielos, imponentes, es mucha la altura, está todo muy organizado, es distinta la gente, son como muy serviciales todo el tiempo. Me acuerdo que una vez nos perdimos en la calle y un policía nos acompañó hasta la cuadra que buscábamos. Saben que no entendes el idioma, que te cuesta. Era complicado porque teníamos que manejarnos bastante con el traductor o hacer señas para hacernos entender. Me gustó un montón que estaban predispuestos para ayudar. Más que nada todo lo que es paisajes, no te cansas de sacar fotos, es como que cinco días no alcanzan para recorrer todo, es muy grande el lugar. Hay lugares que están cerca, otros no, están lejos y tienes que dedicarles un día entero. Esta bueno de saber que si vas a ese lugar y más que nada si te quieres inspirar en lugares puntuales ir con tiempo, por lo menos una semana, para conocerlo más a fondo. Es todo hermoso igual que en las películas.
10. Si, el Empire States cuando lo ves lo quieres conocer por las películas más que nada, porque el Puente de Brooklyn también es como un símbolo de la ciudad que lo ves por foto y tienes dos formas de recorrerlo por auto o caminando y es inmenso, no te dan los ojos. Y después había un edificio que era un mirador al que subimos que es el World Trade Center que es gigante, tiene como más de 100 pisos. Hermoso porque es todo espejado. Después donde fue lo de las torres también es un lugar muy impactante, es como decirte un museo donde la gente deja flores, el 11 de septiembre de todos los años se hace siempre un acto en homenaje a los fallecidos. La gente saca fotos, pero con respeto, no tipo selfies. El Times Square, todo lo que es el centro, que hay todos carteles con luces eso también es impresionante. Después también cerca de lo que es el centro está el edificio Flatiron, que se ve en perspectiva, que ahí se ve a la gente sacándose fotos por la película de Spiderman. Después también frente al Central Park el edificio Dakota donde murió John Lennon. Es como que todo te trae un recuerdo de algo. Tiene su lado de historia, en cuanto a música, películas, todo.
11. Como dije recién el edificio Flatiron de la película de Spiderman y bueno en todas las esquinas de Nueva York básicamente hay una película. En el Puente de Brooklyn también reconoces muchas escenas.
12. Si, las escenas por ejemplo de la serie Friends te dan ganas de conocer, de ir directo al café que muestran durante toda la serie. Todo lo que es el recorrido, las casas de ladrillos rojas con las escaleras, es todo igual a lo que se ve en las películas. También por las redes sociales, que ahora hay muchos reels que muestran la ciudad y te dan ganas de conocer, de estar ahí. Es ver si lo que realmente ves por la pantalla es igual. La Estatua de la Libertad también es ver que es igual de inmenso que como se ve en la pantalla.
13. Si, bueno el Central Park me quedé con muchas ganas de conocerlo bien, imagínate que nosotros teníamos un micro que nos pasaba a buscar a las 8 am y a la tarde nos volvía a dejar en el hotel. Era lejos y para bajar en una de las paradas a conocer como máximo tenías hasta las 6pm que te pasaban a buscar. Y la última para fue el Central Park y ya teníamos solo una hora para volver a subir al micro y que nos lleve de vuelta. Entonces la verdad es que lo rodeamos, fuimos directamente al punto del "Imagine" porque queríamos ver eso, porque para el centro del parque ya no llegábamos. Me quedé con ganas, también, de recorrerlo en bicicleta. Era caro, pero facilitó todo el recorrido. Cuando conocimos la Estatua de la Libertad me hubiera gustado hacer el ferry a la isla, la veía de abajo e incluso se podía subir a la Corona que es como un mirador. Eso me quedé con ganas de verlo más de cerca.
14. Tienes varias tiendas que venden recuerdos del lugar propiamente como por ej el Torito de Wall Street, tazas de películas había, pero ves más recuerdos de la ciudad como los edificios, la estatua, la corona, etc. Pero en cuanto a películas, tazas, remeras y buzos había bastantes. También hay muchos recovecos en la ciudad que yo no llegue a ver pero que también había muchas tiendas donde

vendían ese tipo de recuerdos. Podría haber un poco más de comercialización sobre las películas. Lo que si vi mucho en los restaurantes fotos de escenas de películas que se filmaron ahí.

15. Se que allá hay varias agencias de turismo que se dedican específicamente a armar esos recorridos, pero no sabría decirte alguno en particular porque yo no averigüé cuando fui.
16. Cuando conocimos la Estatua de la Libertad nos tocó un día feo, estaba nublado, es un bajón, porque te arruina la foto y la vista. También nos guiamos mucho por quien nos armó el viaje y le hicimos caso en no llevar tanta ropa porque allá era barata y al final no pasó, NY es muy caro. Fuimos con poca ropa y hacía frío al final. Y también en las fotos quedábamos con la misma ropa todos los días. Pensábamos que el clima era otra cosa al ser una fecha primaveral. Después con el transporte el taxi era muy caro, habría que asesorarse bien para poder manejarse en subte que es mucho más barato. En el micro turístico que utilizamos nosotros no estaba bueno que no hacía paradas, sino que vos te bajabas donde querías pero el micro seguía de largo, no te esperaba para sacarte una foto o algo.
17. La Biblioteca Nacional donde se filmó la película de los Cazafantasmas se reconoce fácilmente y está cerca de todo, vos tenes la Estación Central y a dos cuadras está la Biblioteca. Yo creo que si bien por ahí hay muchas películas que desconozco, cada rincón de la ciudad pertenece a una película. Incluso en un lugar tenes Manhattan que es todo lo que recorrí, pero ya después esta Brooklyn, Dumbo que son zonas que no vi directamente. Hay calles de la serie de Friends que si las ves las reconoces enseguida.
18. Si porque siento que me quedaron muchas cosas pendientes, y que iría por lo menos una semana. Y no hace falta combinarlo con otro lugar, me iría de nuevo solamente ahí. Es el lugar que más me gustó y que no te aburrís, siempre tenes algo para hacer.

## Entrevistado n°2

Esta entrevista también se realizó de manera personal en un restaurante para el cual se pactó fecha y horario con el entrevistado. Pese a que había un poco de barullo de la gente, en la grabación todo se entendió bien y sin problemas.

1. Oriundo de La Plata
2. Tengo 25 años
3. Estudié la carrera de Licenciatura en Artes Audiovisuales en la UNLP
4. Por el momento estoy sin trabajo
5. Suelo ir a ver recitales de las bandas que me gustan, también me junto con mis amigos y miro películas.
6. Dentro del país durante el año por suerte viajo bastante, ya que, además de las vacaciones siempre tengo tiempo para alguna escapada de fin de semana, o a veces durante los días de semana también puedo si coincido con alguien que viaja para la costa, ya que me gusta practicar surf. Y fuera del país me gustaría poder dedicarle más tiempo, pero además de eso, es una cuestión de plata lo que imposibilita que viaje más de una vez al año con suerte al exterior.
7. En Argentina conozco varios lugares, he viajado a Salta y Jujuy, conocí, también, en Misiones, las Cataratas del Iguazú. Conozco Mendoza y San Luis, también Córdoba. Bueno también he viajado por el interior de la provincia de Buenos Aires. Y después conozco algunos lugares del sur como Bariloche, San Martín de los Andes, Villa La Angostura, Esquel, Puerto Madryn, Trevelin, Las Grutas. Y del exterior he ido a Brasil, a las playas de Colombia, a México y a Estados Unidos. En Brasil conocí Río de Janeiro, en Colombia fui a las playas de San Andrés y conocí Cartagena de Indias. Y en Estados Unidos visité Nueva York, y en otro viaje anterior había ido a California.

8. Estados Unidos es un país que siempre quise conocer, siempre me dio intriga cómo era y me gustaría poder seguir conociéndolo en un próximo viaje.
9. Lo que más me gustó fue que no es como todas las demás ciudades, sino que va mucho más acelerada, el ritmo de la gente, la cantidad de luces y edificios, parece que nunca hay paz en el centro de la ciudad. Eso me atrajo mucho, y también que terminó siendo lo que esperaba y más también.
10. Uno de los atractivos que más me gustó fue uno de los edificios más nuevos, que es el Vessel, tuve suerte de conocerlo ya que cuando fui ya estaba inaugurado. En realidad, todos los edificios a los que te subis son miradores increíbles hacia la ciudad.
11. Si, incluso de películas que no son de ahí. Pero creo que como es una ciudad muy famosa y visitada igual hay cosas de películas por todos lados que se pueden encontrar. De las que vi en Nueva York el edificio de Spiderman y uno de los edificios de la película de El Lobo de Wall Street, que es una de las que más me gusta. Tuve la oportunidad de ir a ver dónde se encontraban ambos.
12. En realidad, siempre tuve muchos motivos para conocer Nueva York, era algo que tenía pendiente hace mucho y me gusta por muchos motivos la ciudad y cómo viven. Pero si, todo ese deseo de conocerla siempre fue consecuencia de lo que veía en las películas y series, veía todo y quería verla también en persona. No sabría nombrar una en particular, son muchas, y en todas se puede ver de diferente forma. Además de Spiderman y el Lobo de Wall Street me atraía cómo veía la ciudad en Taxi Driver y en el Bebé de Rosemary, pero como te digo son incontables las películas que vi que ahora no se me vienen a la mente.
13. Si, me hubiera gustado tener tiempo para conocer más barrios, ya que hay muchos rincones escondidos donde por ahí se puede ver más de la cultura de la gente que vive ahí y conocer algo diferente más que las avenidas principales y el Central Park.
14. En mi visita a la ciudad no es algo que haya recorrido mucho o buscado, al único lugar que fui porque me lo recomendaron y porque tiene todo sobre las películas de Superhéroes es la Tienda de Comics que está en la séptima avenida, y después lo que compré fueron recuerdos para traer, pero de la ciudad y los monumentos más importantes.
15. Solo supe de un recorrido armado sobre Spiderman, pero igualmente por un tema de plata y tiempo no lo realicé, pero pasaban por los edificios más importantes. Debe ser muy lindo e interesante ese recorrido.
16. Por suerte no, el clima estuvo lindo durante todo el viaje, aunque por momentos muy caluroso ya que estaba entrando el verano en la fecha que fui. Pero después con el tema del transporte me manejé bien y con los atractivos que visité también, incluso para algunos lugares había sacado con anticipación la entrada, asique no tuve que esperar en las filas largas que tenías que esperar como 2 hs para entrar.
17. Si, a mi me gusta mucho mirar películas, soy un apasionado de muchas de las que se hicieron acá y en todos los lugares ves algo que ya conocías por una de las películas, es increíble la experiencia de visitar un lugar donde sentís que ya habías estado antes.
18. Si obvio, Nueva York es enorme y como dije antes me encantaría conocerla a fondo, no solo las avenidas principales sino también poder meterme en los barrios, tener tiempo para recorrer todo. Me gustó mucho y el trato de la gente también, así que obviamente volvería.

### **Entrevistado n°3**

Esta entrevista fue la única que se realizó de manera virtual, mediante un Google Meet, para el que se pactó fecha y horario. Hubo algunos inconvenientes con la conexión, por

lo que terminó llevando un poco más de tiempo de lo esperado pero se entendió todo de manera muy clara.

1. Soy de La Plata, provincia de Buenos Aires, pero actualmente estoy viviendo en Mar del Plata.
2. Tengo 24 años
3. Estudio Licenciatura en Turismo en la UNLP
4. Estoy trabajando en un hotel del sindicato de empleados de comercio como recepcionista durante la mañana.
5. Ahora que estoy en Mar del Plata me gusta mucho ir a la playa a tomar mates, también escuchar música y salir a bares con amigos.
6. La verdad me gustaría poder dedicarle mucho más tiempo, y bueno también dependo de la plata y de las vacaciones de mi laburo. Aunque a veces solemos viajar algún fin de semana con mi familia cuando es el cumpleaños de mi mamá, mi papá o mi hermana.
7. En Argentina el lugar de veraneo con mi familia siempre fue Mar del Plata, salvo dos años que fuimos a Villa Carlos Paz, Córdoba. Y después conocí gracias a la facultad la ciudad de Mendoza y Córdoba Capital. Y de viajes fuera del país fui a Estados Unidos con mi familia y a Cancún, México con mis amigos. En Estados Unidos conocí Nueva York y Washington DC, y en México fui a las playas de Cancún a un all inclusive.
8. Con mi familia siempre quisimos hacer un viaje al exterior y cuando se nos dio la oportunidad elegimos Estados Unidos porque todos deseábamos conocerlo por algo en particular, por ejemplo, mis viejos siempre quisieron conocer Washington DC para ver algunos museos que tenían en mente, conocer el Capitolio también.
9. En Nueva York lo que más me gustó o impresionó fue que te perdes de la cantidad de cosas que hay para hacer y para conocer. Cuando llegamos no sabíamos para donde arrancar, si bien el viaje lo habíamos planeado con una agencia y la chica nos había indicado algunos lugares una vez que estas ahí quieres hacer todo al mismo tiempo. No te dan las piernas para lo que caminas, y por ahí quieres ver algo que está en la otra punta, pero estas tan entusiasmado que caminando llegas. Aunque obviamente usamos como transporte el subte, y alguna que otra vez algún taxi porque eran muy caros.
10. Me gustó mucho el Times Square y la excursión que hicimos para visitar la Estatua de la Libertad. Realmente es inmensa, y estaba ahí y no caía. El Puente de Brooklyn también era tal cual lo veía desde siempre en las películas y en un micro pudimos atravesarlo por completo, fue uno de los atractivos que más me gustó y superó mis expectativas.
11. Sí, bueno el Puente de Brooklyn que decía recién lo vi en un montón de películas, como la de Godzilla y Cloverfield. Y Central Park también lo reconozco de muchas películas, más que nada de comedias o románticas como Si tuviera 30 y Mi pobre angelito por nombrarte alguna porque ahora no recuerdo específicamente en todas las que lo vi.
12. No fue la razón principal pero creo que con esta ciudad en particular pasa mucho eso de que ya la conocemos por completo por haberla visto en alguna película. No creo que haya alguien que no haya visto una película con escenas en alguna parte de la ciudad, y películas de todo tipo porque, por ejemplo, a mi me gustan más las de tipo ciencia ficción o que tienen mucho efecto sobre los lugares pero son reconocibles cuando visitas Nueva York, te das cuenta donde se filmó.
13. Sí, yo creo que sí, que con un viaje de 7 días no alcanza para conocer todo Nueva York porque es inmensa la ciudad, pero igual cubrí mis expectativas y las superé también, porque los principales lugares que siempre quise ver los vi y también pude entrar a algunos edificios bastante nuevos que no sabía que estaban y tienen vistas impresionantes.

14. Creo que con todas las películas que se han hecho hace tantos años y que la mayoría son tan famosas debería haber mucha más venta de productos relacionados. No vi tanto, es verdad que igual no fueron las tiendas a las que más entré las de los recuerdos, y que por ahí en alguna calle escondida hay más comercialización de estas cosas pero bueno, lo que sí, productos como remeras y buzos si había de diferentes películas y series como Spiderman, Friends, Gossip Girl, etc.
15. Se de la existencia de esos recorridos pero tipo de un tour de varias películas juntas, o de los que pasan por lugares famosos por las películas, no de una en particular. De hecho, yo no hice ninguno de esos paseos.
16. Por ahí el clima no acompañó mucho. Pero realmente estábamos tan metidos en la emoción y la sensación de estar ahí que no nos dificultó nada, y después el transporte bien y los atractivos también. No nos costó llegar a ningún lugar. Usábamos el maps y nos ubicábamos bastante bien.
17. Si, claramente todas las calles de Nueva York las conocemos mucho antes de visitar el lugar, como dije antes, no creo que alguien no sepa cuál es su calle principal o que no haya visto nunca la ciudad tan iluminada con miles de carteles y edificios altos en alguna serie, película o publicidad.
18. Si, aunque me gustaría conocer otros países cuando tenga la oportunidad de volver a viajar al exterior. Pero obvio que volvería.

#### **Entrevistado n°4**

Esta entrevista se realizó de manera personal, también en un restaurante que se pactó con el entrevistado, incluida la fecha y el horario. Se entendió todo de manera clara y concisa.

1. La Plata, Buenos Aires.
2. Tengo 20 años
3. Estudio en Bellas Artes la carrera de Licenciatura en Artes Audiovisuales
4. En este momento estoy trabajando como secretaria en la oficina de mi papá, medio tiempo. Es un estudio jurídico.
5. Me gusta ir al gimnasio, tomar mates en alguna plaza con mis amigos, ir al cine.
6. Siempre me voy en verano de vacaciones a algún lado, acá dentro de Argentina. Aunque también si en el año puedo disfrutar los fines de semana largos los aprovecho para hacer escapadas con amigos. Fuera del país no tanto, no me puedo ir todos los años. Y si me gustaría poder dedicarle más tiempo, también para seguir conociendo más lugares de Argentina, que tenemos muy lindos paisajes.
7. De Argentina conozco las sierras de Tandil y Sierra de La Ventana, donde tengo familiares, entonces vamos siempre que podemos con mis papas y mi hermano. También conozco la costa atlántica, y del sur Bariloche por mi viaje de egresados. Fuera del país solo conozco Italia y Estados Unidos. Cuando viajé a Italia conocí Roma, Florencia, Venecia y Cinque Terre. Y en Estados Unidos fui a Disney en Orlando y a Nueva York.
8. Con Estados Unidos nos pasaba que siempre sentimos que teníamos algo pendiente que conocer y los destinos principales que nos gustaban eran justamente Disney y Nueva York.
9. En la fecha que fuimos pudimos presenciar todos los preparativos para la semana de la moda en Nueva York, asique es algo que disfruté porque me gusta mucho la ropa, también el maquillaje y los perfumes. Y después me gustó mucho Manhattan y Brooklyn. Tuvimos la oportunidad de cruzar el Puente e ir a la zona de Brooklyn que tiene también su encanto. El Puente me encantó.
10. Cuando pasamos por donde habían estado las Torres Gemelas me impactó y me gustó también el monumento que hicieron como homenaje y el museo sobre la historia. Muy emotivo.

11. Si, cuando pasamos por el Hotel Plaza me acordé automáticamente de la película de Mi Pobre Angelito 2, también en el Central Park. Y además vi la casa de Sarah Jessica Parker en Sex and The City. Eso es algo que me encantó porque realmente cuando lo ves parece que estuvieras en la escena.
12. A mi papá, a mi hermano y a mi nos gusta mucho Spiderman y todas las películas de Marvel, fue también una excusa para ver todo lo que habíamos visto en sus películas. Además de que la ciudad no solo la ves en series o en películas, sino que también hacen muchas publicidades ya sea de perfumes o de algún producto de ese estilo mostrandola toda iluminada y es algo que te entra directamente por los ojos y quieres verlo en vivo. También ahora en las redes sociales se muestran mucho en video algunos destinos y te provocan eso.
13. Si, puede ser que me hayan quedado varias cosas por conocer, pero lo que teníamos pensado recorrer lo pudimos hacer sin problema. Ya habíamos llevado todo armado.
14. Nosotros a las tiendas que fuimos de recuerdos vimos que, si había bastante de la película de Sex and the City, tipo tazas, llaveros, cuadros, remeras, etc. Y por ejemplo, de las películas de Marvel no había casi nada, pero tienen tiendas específicas en otras calles donde vendían todo sobre esas películas, que incluso nosotros pudimos comprar recuerdos de Spiderman en el edificio principal donde estuvo ahí en Nueva York. igualmente, si creo que podría haber más, ya que mucha gente viaja por motivo de películas o series, y por ahí quieres traerte un recuerdo o un regalo y no hay tanta oferta como podría haber, y sería buen negocio.
15. Con mi familia hicimos un recorrido por los principales lugares de las películas de Spiderman, pero porque como dije antes, teníamos ya todo planeado lo que queríamos hacer. Y la verdad desconozco si hay otros tipos de tours sobre películas, aunque por lógica supongo que sí.
16. Con el transporte era con lo que más perdidos estábamos, aunque preguntábamos y nos hacíamos entender, algunas veces nos pasaba que teníamos que tomar un subte para tal lugar y terminábamos tomando uno equivocado. Y eso la verdad te sacaba bastante tiempo. Pero fue lo único así que puedo decir que se nos complicó, después todo bien por suerte.
17. Si, totalmente. Como también debe pasar con muchas otras ciudades del mundo, pero sin dudas Nueva York es igual a cine y series.
18. Si, volvería mil veces más.

#### Encuesta:

1. Edad: menor de 18 / 18 a 29 / 30 a 49 / Mayor de 50
2. ¿Sabías de la existencia de la tipología de turismo cinematográfico?: Si / No
3. ¿Habitualmente mira películas?: Si / No / A veces
4. ¿Cuánto tiempo le dedicas a las películas?: Varias horas al día / Solo dos horas / Un rato cuando estoy libre
5. ¿Cuál es tu género preferido?: Comedia / Drama / Suspenso / Terror / Romántico
6. ¿Has visto películas filmadas en la ciudad de Nueva York?: Si / No
7. ¿Alguna vez hiciste un viaje a un destino que habías visto en una película? Si / No
8. ¿Cuánto influye una película en tu motivación de viajar a determinado sitio?: Bastante / Poco / Nada
9. ¿Has comprado objetos relacionados a una película en el destino en el que fue filmada?: Si / No
10. Al momento de conocer un sitio mediante un filme y decidir visitarlo, ¿qué importancia le da a?:

- Alojamiento: Nada importante / Poco importante / Importante / Muy importante
  - Cercanía a atractivos: Nada importante / Poco importante / Importante / Muy importante
  - Medio de transporte: Nada importante / Poco importante / Importante / Muy importante
  - Precios: Nada importante / Poco importante / Importante / Muy importante
  - Tour guiados: Nada importante / Poco importante / Importante / Muy importante
11. Si hicieran un mapa con las rutas que unen los destinos en los que se filmó una película, ¿harías el recorrido?: Si / No
  12. En las películas suelen aparecer elementos que toman cierta relevancia y que a lo largo de los años se convierten en algo icónico para los expectantes, aunque muchas veces nos enteramos de que eran inventados. ¿Cuánto influye a la hora de decidir visitar el destino la existencia de esos elementos?: Nada importante / Muy importante