
CINEMA I TURISME A GIRONA:

*ANÀLISI DE 14 PEL·LÍCULES RODADES A GIRONA I
COMPARATIVA AMB LA PROMOCIÓ TURÍSTICA
DE LA CIUTAT*

Autora: Marta Coll i Rovira
Tutora: Dra. Dolors Vidal i Casellas

Treball Final de Grau en Turisme – Defensa setembre 2015


Universitat de Girona
Facultat de Turisme


“El cine es una unión de arte e industria, por ello es en sí un producto, pero que si es de calidad, es una obra de arte” Riccioto Canudo (1911)

ÍNDIX

1. INTRODUCCIÓ.....	5
2. OBJECTIUS	6
3. METODOLOGIA.....	8
4. ANTECEDENTS I MARC TEÒRIC.....	12
4.1. ANTECEDENTS DEL CINEMA A CATALUNYA.....	12
4.2. ANTECEDENTS DEL CINEMA I TURISME	14
4.2.1. LONDRES.....	18
4.2.2. MALTA	20
4.2.3. IRLANDA.....	21
4.2.4. NOVA ZELANDA	23
4.2.5. ALTRES	24
4.3. ANTECEDENTS DEL CINEMA, TURISME I GIRONA.....	25
5. ANÀLISI	31
5.1. PEL·LÍCULES.....	32
5.1.1. DOS A LA CARTA	32
5.1.2. EL PERFUME: HISTÒRIA DE UN ASESINO	33
5.1.3. PANDORA Y EL HOLANÉS ERRANTE	34
5.1.4. MI GENERAL.....	35
5.1.5. SOLDADOS DE SALAMINA.....	36
5.1.6. LAS VOCES DE LA NOCHE.....	38
5.1.7. LA LAPIDATION DE SAINT ÉTIENNE	39
5.1.8. PAS A NIVELL.....	39
5.1.9. EL JUEGO DEL AHORCADO.....	40
5.1.10. EL MONJE.....	42
5.1.11. TENGO GANAS DE TI.....	43
5.1.12. EL CANTO DEL GALLO	44
5.1.13. TRES DIES AMB LA FAMÍLIA	45
5.1.14. LOS PELAYOS.....	46
5.2. PROPAGANDA TURÍSTICA	49
6. RESULTATS DE L'ANÀLISI	53
6.1. TEMPORALITAT A GIRONA.....	53
6.2. NÚMERO DE NODES TURÍSTICS	55
6.3. REPETICIÓ DE NODES.....	57
6.4. PROPOSTES DE CONTINUÏTAT	59
7. CONCLUSIONS	61
8. LÍNIES FUTURES	63

9. BIBLIOGRAFIA	65
10. WEBGRAFIA	67
11. ANNEXES.....	74

ÍNDEX IL·LUSTRACIONS

IL·LUSTRACIÓ 1	16
IL·LUSTRACIÓ 2	17
IL·LUSTRACIÓ 3	22
IL·LUSTRACIÓ 4	23
IL·LUSTRACIÓ 5	27
IL·LUSTRACIÓ 6	28

ÍNDEX TAULES

TAULA 1	19
TAULA 2	20
TAULA 3	24
TAULA 4	26
TAULA 5	50
TAULA 6	51

ÍNDEX GRÀFIQUES

GRÀFICA 1.....	52
GRÀFICA 2.....	54
GRÀFICA 3.....	56
GRÀFICA 4.....	58

1. INTRODUCCIÓ

Sempre m'he considerat una amant del món cinematogràfic, de tots els gèneres i temàtiques. La sensació al sentir que estàs vivint la vida dels personatges dins una pel·lícula o sèrie és inigualable. Els films et donen l'oportunitat de viatjar, de conèixer nous paisatges, llengües i cultures; és com viure una experiència però sense sortir de casa. Sense dubte, un dels meus passatemps preferits, inundar-me entre històries i vides.

Em trobava en un moment amb milions d'idees per realitzar el projecte, però cap perfeccionada ni idònia per dur a terme, un niu d'iniciatives que no s'ajuntaven entre elles. Quan la meva tutora Dra. Dolors Vidal va comentar que buscava una persona per realitzar un Treball Final de Grau sobre filmologia sabia que era la meua ocasió. La idea d'ella era molt diferent al resultat final d'aquest, i és que la idea principal era la d'analitzar tots aquells films realitzats a la Costa Brava i estudiar quina promoció turística portava això. Malauradament, aquesta es va haver d'anar canviant a mesura que passava el temps per falta d'informació i altres inconvenients de logística. Així doncs la temàtica va fer un gir. Però la base del projecte seguia sent el cinema.

El tema d'aquesta volta en l'anomenat *film tourism* a ciutats o indrets on s'ha rodat una pel·lícula o sèrie de televisió. L'impacte turístic que ocasiona el rodatge, en aquest cas a Girona. I per què Girona? On millor fer-ho que a la ciutat on he estudiat cinc anys i viscut quatre; la meua segona ciutat, la meua segona casa.

L'estructura del treball es dividirà en sis punts diferents:

- La metodologia, amb tota la informació sobre la realització d'aquest, les dades, informació i fonts emprades.
- Antecedents i marc teòric, on posaré en context sobre la relació entre la cinematografia, el turisme i Girona; així com diferents punts d'exemple d'altres ciutats que han viscut aquest moviment filmic.
- L'anàlisi. La primera part d'aquest serà l'estudi de 14 pel·lícules rodades a Girona i la segona sobre la propaganda turística de la ciutat.
- Resultats de l'anàlisi, on recolliré tota la informació extreta i posada en comú.
- Conclusions arribades després de tot el treball.
- Línies futures i de continuïtat a partir de la realització d'aquest projecte.

2. OBJECTIUS

L'objectiu principal i bàsic d'aquest treball és trobar la relació semàntica entre les pel·lícules rodades a la ciutat de Girona i la promoció turística de la pròpia ciutat, es vol trobar si existeix un lligam entre aquests dos aspectes.

Per respondre a aquest objectiu analitzaré dos punts clau:

- A) Les filmacions a la ciutat de Girona són rodades aquí amb una voluntat expressa de projectar Girona o bé la ciutat és un escenari casual i neutre?
- B) i, aquests rodatges aporten una promoció turística comparable amb la publicitat que fa la ciutat de Girona d'ella mateixa?

Si parlem sobre promoció turística podem trobar una quantitat inacabable d'estudis i informació d'arreu del món, però estudis específics del cinema des de la perspectiva turística, estudis que relacionin el cinema amb la promoció, marca de ciutat vinculada a la imatge filmada, etc. ja n'hi ha molt menys, i el material publicat analitzant la relació cinema promoció turística de Girona és gairebé inexistent.

Sovint, la producció de films al voltant de les localitzacions tenen una certa afinitat. Sovint, dèiem, amb la intenció de fer-ne una certa propaganda: generant un benefici a través de la despesa directa dels rodatges, incentivant la producció cultural i, sobretot, promovent l'activitat turística i difonent la imatge d'aquell territori.

Però moltes altres vegades aquest rodatge té lloc en un espai alternatiu, rodat en un espai substituït per altres motius, com poden ser econòmics, proximitat o fins i tot per facilitat tècnica.

S'han detectat en molts casos que la filmació d'un carrer, monument o espai natural d'una ciutat s'ha produït per aquests motius esmentats anteriorment, fent creure a l'ull humà que aquell indret és un altre. Estaríem parlant de rodar una escena d'una pel·lícula als carrers de Girona intentant simular un petit poble de França, tal com passa, per exemple, a la famosa producció de "El Perfume: historia de un asesino".

L'altre tema important és el de saber si aquests espais de la ciutat aporten una promoció purament turística. Com en el cas anterior, ens podem trobar en que les escenes rodades són rodades en aquella zona per altres motius altrament no turístics. Però la pregunta és si aquesta panoràmica de Girona és la mateixa que intenten ensenyar els ens turístics. Es filmen a les zones més turístiques i alhora importants de la ciutat o són zones totalment desconegudes pels turistes? Què promoció la ciutat de Girona? És el mateix que promocionen les pel·lícules?

Com a punt afegit dels objectius del treball, ha sorgit un tema especialment interessant, del qual en parlarem més endavant, però important d'adjuntar. Aquest és l'efecte produït per l'anunci que Girona seria escenari d'una part de la sèrie "Game Of Thrones". Un aspecte que pot ocasionar un impacte turístic molt positiu sobre la ciutat en quan a la promoció d'aquesta. Així doncs, també s'inclourà en aquest projecte com a objecte d'estudi.

3. METODOLOGIA

La primera idea d'aquest projecte, tal com s'ha argumentat al punt d'introducció, era la de fer un estudi sobre les pel·lícules rodades a tota la Costa Brava i veure quin tipus de promoció turística es generava a partir d'aquest conjunt.

Malauradament, aquesta recerca era molt extensa i amb poca informació disponible. A més a més de que es necessitava un marge de temps molt més elevat del que disposava per poder fer un recull de tota aquesta informació.

Primerament, vaig fer una investigació sobre tots aquests films a partir de diverses pàgines web de cinema i un parell de llibres de Lluís Molinas, que seran comentats als paràgrafs següents. Quan vaig tenir tota aquesta informació em vaig adonar de que era un inventari extens i una informació pesada, amb una suma de més de 280 pel·lícules rodades entre el 1911 i el 2014. Arribats a aquests punt, i veient que era totalment impossible fer un estudi amb aquesta mostra i amb tant poca informació, es decidí canviar l'objectiu base del projecte i encarar-lo cap a les pel·lícules filmades solament a la ciutat de Girona; una mostra molt més petita i assequible.

Aquesta col·lecció de films cercats rodats al llarg de la Costa Brava seran mostrats com a recull en el punt d'[annexes](#) d'aquest projecte.

Així doncs, per començar a inicialitzar el nou projecte, feia falta cercar una manera d'aconseguir un recull de totes aquelles pel·lícules filmades a la ciutat de Girona, per tal d'aconseguir totes aquelles escenes simbòliques en que apareix la ciutat amb una visió suficient clara com ser reconeguda.

Per dur-ho a terme s'analitzaran un total de 14 pel·lícules amb rodatge íntegre o parcial a la ciutat. Aquest últim fet no és ni molt menys important, ja que la rellevància d'aquest estudi és que la ciutat de Girona hi surti reflectida, no afecta més o menys quantitat sinó la seva qualitat d'aparició.

Primerament vaig començar fent una recerca exhaustiva de tots els rodatges audiovisuals qualificats com a llargmetratges o altrament dit, pel·lícules. Aquesta exploració va ser efectuada gràcies a diferents fonts acadèmiques, tant bibliografia en paper com electrònica, i també vingudes de professionals del cinema i, fins i tot, fons personals.

- Molinas, Lluís. (2009). *Costa Brava, plató de cinema*. Girona: Brau Edicions
- Romaguera, Joaquim. (2005). *Silenci, rodem! Història del cinema a les comarques de Girona*. Girona: Col·legi de Periodistes de Catalunya. Demarcació de Girona
- Pàgines web dedicades al cinema
 - Film Affinity
 - IMDB
 - Mundo Cine
 - Catalan Films DB
 - Filmotech
 - La Butaca
 - Filmaps

- Film Office de Girona
- Pedres de Girona: pàgina web portada per un matrimoni d'informació general de la ciutat de Girona com festes, esdeveniments, història, gastronomia, cinema, etc.
- Museu del Cinema de Girona
- Cinema Truffaut de Girona
- Ramon Girona: professor de la Universitat de Girona al departament de Filologia i Comunicació, així com coordinador d'estudis del Grau en Comunicació Cultural

Abans de continuar amb els següents punts de la metodologia m'agradaria aclarir que la recerca de tots aquests films és aproximada, ja que, tal com va dir en el seu moment l'historiador i amant del cinema Joaquim Romaguera (2005), *“els films [...] són en les cases particulars, en l'arxiu d'algun festival, als armaris d'alguna agrupació, als arxius municipals [...] la suma de memòries orals és un bon mètode, però mai no n'hi ha prou, no és suficient, no és garantia absoluta de veracitat”*; per tan tota aquesta informació que s'aconseguirà és relativa, amb cap grau de ser completa al 100%, amb possibilitat d'errors de dates i dades, així com que al no tenir referències predecessores en estudis cinematogràfics turístics de Girona, no em puc regir en cap investigació ja realitzada de manera tan directa.

Un cop feta la troballa em vaig trobar en que disposava d'una quantitat molt voluminosa de pel·lícules rodades a la ciutat, un total inimaginable de 55 films rodats en un interval d'anys entre el 1922 i 2015. Aquests, tot i ser un número aproximat ja que no és fiable, les he pogut cercar gràcies a totes les referències esmentades a l'inici d'aquest apartat. Aquesta primera llista de films també serà inclosa en els [annexes](#) del treball.

Un cop arribat en aquest moment, vaig trobar que les que reunien les condicions necessàries per ser visionades, i de les quals podria treure resultats, eren moltes menys. Les conclusions serien molt similars i per l'objectiu del treball, de trobar com aquestes tenen aspectes similar o no a la propaganda de Girona, amb un nombre més reduït això podria ser perfectament factible i realitzable.

Així doncs, havia de fer una selecció d'aquest total de rodatges. Em vaig guiar força per la selecció de la Film Office Girona, de Pedres de Girona i el meu propi veredict. La primera fa una elecció de 20 films, de les quals la gran majoria són de la dècada dels 2000; mentre que la segona font fa un repertori més modest, de 12 pel·lícules, també regint-se per les produccions més recents. Aquestes dues primeres coincideixen bastant en el selecció de pel·lícules. En total, doncs, tenia una llista molt més rebaixada en referència a la primera, amb un total de 22.

En aquest moment vaig decidir descartar totes aquelles de les quals no tenia ni havia trobat dades fiables de la localització de les escenes de la ciutat, excloent-ne un total de 8. A més a més, també vaig apartar totes aquelles que no en podia trobar font per visualitzar-les; un fet molt important ja que l'anàlisi es basa en observar i examinar-les a fons.

Per tant, em quedava amb un total de 14 pel·lícules rodades en totalitat o parcialment a la ciutat de Girona, amb algunes dades de la localització de les escenes, i amb fonts per poder-les mirar.

Un cop localitzades totes aquestes pel·lícules feia falta aplicar un mètode d'anàlisi i unes pautes i condicions a l'hora d'aquesta investigació. Fent una recerca sobre quina tipologia d'anàlisi seria la més escaient en el meu cas i projecte, he conclòs que la més apropiada és la semiòtica.

Aquesta va ser postulada als inicis del segle XIX per Saussure a Europa, denominada semiologia, i a la mateixa època als Estats Units per Peirce. Tot i denominar-se de manera diferent, els dos la defineixen com una disciplina o ciència que estudia la teoria general del signe a la vida quotidiana de la vida social. Però no tracta sobre el seu significat ni les seves denominacions, sinó del sistema de significació, del sistema dels signes amb l'anàlisi dels orígens, condicions i mecanismes, classificant-los i analitzant el seu funcionament en diferents nivells.

Per tant, i portant-la cap al camp de la cinematografia ja que és una ciència que es pot aplicar en molts àmbits de comunicació, no es durà a terme en un anàlisi exhaustiu ja que això comportaria estudiar llums, perspectives, textures, colors, ombres i, fins i tot, escales de plans de les pel·lícules; aspectes no rellevants per la busca dels resultats que cerco. Per tant, serà un anàlisi no tant detallat però fent molt d'èmfasi a la significació de les diferents escenes, així com els signes que aquestes aporten.

Aquest estudi s'executarà a partir d'una petita explicació de cada una de les diferents pel·lícules amb detalls rellevants com ara l'any d'estrena a Espanya, els premis guanyats, la seva recaptació, o el total de minuts en que surt Girona respecte el total de la pel·lícula. Seguidament un anàlisi de cada escena on surt la ciutat de Girona, amb la descripció d'aquesta i quin atractiu i localització hi surt. Finalment un resum de cada pel·lícula com a primera imatge del conjunt del film en quan als objectius del treball.

Aquest anàlisi de les escenes de cada pel·lícula serà inclòs als [annexes](#) pel seu volum d'espai i extensió.

És molt important comentar de que aquesta selecció d'escenes segueix, també, un criteri d'elecció de totes les que hi apareixen. S'han escollit solament aquelles escenes on es pot reconèixer Girona fàcilment a simple vista, i eliminat totes aquelles on no es veu clarament que estem parlant de Girona així com totes aquelles ubicades dins espais privats. Aquesta eliminació d'espais privats serà a partir de la pròpia opinió si realment és necessària la seva anul·lació. En alguns casos es tractarà d'un espai privat però tindrà una rellevància especial pel film, ja sigui perquè gràcies a aquest ha sortit un altre node, o perquè aquell espai es podria considerar un propi node de la ciutat.

Aquesta expulsió d'escenes té una clara justificació: fa falta que qualsevol persona que conegui Girona, o que per exemple no hi visqui, pugui arribar a desxifrar que allò és la ciutat gironina.

Seguidament, després d'aquesta visualització i anàlisi de les pel·lícules esmentades feia falta estudiar la propaganda turística gironina. Aquesta cerca de què promociona la ciutat a partir de tots els ens relacionats amb Girona. Així doncs s'ha inspeccionat el següent material: quins són els *sights* més importants de la ciutat a partir del nombre de fotografies que surten als fulletons que donen promoció de Girona. Aquest estudi està ja realitzat a la Tesi Doctoral de la Dra. Raquel Camprubí, professora del departament d'organització, gestió empresarial i disseny del producte de la Universitat de Girona, i secretària de l'Institut de Recerca en Turisme (INSETUR); la qual em va donar accés al seu material, així com ajuda, i vaig poder fer una ullada a aquesta propaganda gironina. Un cop vista i estudiada, s'havia de fer una comparació entre el seu material, el meu anàlisi de les pel·lícules rodades a la ciutat de Girona, i buscar aquest lligam entre elles dues. Ponderar si els nodes que aquests òrgans proporcionen als turistes són els mateixos que les diferents productores i directors/guionistes disposen a les seves pel·lícules.

4. ANTECEDENTS I MARC TEÒRIC

Abans de començar amb aquest punt del treball, m'agradaria conceptualitzar diversos aspectes i definicions en relació al cinema i el turisme, per tal de tenir-ne constància i significat durant tot el treball.

Aquí segueix tot un llistat de conceptes a tenir en compte:

- a) Film tourism/screen tourism/movie-induced/film-induced tourism: fenomen turístic en que persones són inspirades per produccions de pel·lícules o televisió per visitar una destinació en general; per tant, aquestes produccions tenen efectes sobre les decisions dels turistes a l'hora d'escollir la destinació del seu viatge; aquesta tipologia de turisme treballa com una estratègia de màrqueting.
- b) Film location tourist: persona la qual busca la ubicació exacte de la pel·lícula i viatja allà pel motiu cinematogràfic, i fins i tot podria participar en excursions guiades de la ubicació; aquest és un petit nínxol del mercat i majoritàriament depèn de l'èxit individual de la producció.
- c) Curtmetratge: producció audiovisual amb una durada d'uns 35 minuts de projecció.
- d) Llargmetratge: producció audiovisual d'una projecció superior a 60 minuts, equivalent a l'anomenada pel·lícula o film.
- e) Social Media: grup d'aplicacions basades en Internet que es desenvolupen sobre els fonaments ideològics i tecnològics de la web 2.0, i que permeten la creació i l'intercanvi de contingut generat per l'usuari (Kaplan i Haenlein, 2010).
- f) Soundtrack (Banda Sonora Original): paraules, sons i música que acompanyen una pel·lícula.
- g) Node turístic/sight: atractiu turístic

4.1. ANTECEDENTS DEL CINEMA A CATALUNYA

Com a primer concepte del meu marc teòric fa falta que parli una mica sobre la història del cinema a Catalunya, per posar en situació.

Joaquim Romaguera (2005) afirma que el cinema a Catalunya “[...] sorgí en aquells indrets on convergien tres elements fonamentals: una base tècnica, el desenvolupament tecnològic i la capacitat socioeconòmica suficient per afrontar el nou repté”. Així, doncs, els seus orígens es remunten a Barcelona a l'any 1895, on es dugué a terme la presentació del *kinetoscopi* (precursor del modern projector de pel·lícules desenvolupat per William Kennedy Laurie Dickson mentre treballava amb Thomas Edison) de Thomas Alva Edison, i a l'any contigu la també presentació de l'aparell Lumière a un estudi de la Rambla de Santa Mònica. Abans d'aquesta presentació, i al mateix any, es duu a terme la projecció per primera vegada en sessió pública de les primeres pel·lícules dels germans Lumière al celler del Gran Cafè del bulevard de les Capucines de París.

A partir d'aquestes presentacions, l'expansió a la resta del territori fou molt ràpida gràcies als firaires passavolants i nòmades que anaven de ciutat en ciutat aprofitant les seves festes

majors i populars els quals ho exposaven en barraques de fusta com una atracció més de fira (Manuel Cusachs, 1992). A partir d'aquests fets, i de que el desenvolupament industrial català va seguir les pautes del cinema europeu, el creixement d'aquest fou molt àgil i accelerat, arribant al punt en que ens podem trobar ara, 120 anys després de la primera projecció cinematogràfica.

Si parlem sobre els personatges importants dels inicis del cinema a Catalunya, podríem tractar sobre l'anomenat pare del cinema català, el pioner Fructuós Gelabert, i també capdavanter a l'Estat Espanyol. La seva primera pel·lícula, a les acaballes de segle XIX, és un pilar important com a primera de gènere fictici, i també primera amb història rodada, la "Riña en un café". A partir d'aquesta posada en escena, les produccions varen començar a créixer, encaminant el cinema català als punts que ha arribat avui en dia (Eduard Huelin, 1997).

Fent referència als inicis, també falta parlar de la censura a la cinematografia. Una censura molt agressiva durant els anys franquistes, els quals van provocar que tant directives governamentals, productors, guionistes, directors, distribuïdors, exhibidors comercials, rectors, i fins i tot el propi consumidor donés una censura cap als films, fent que aquests no fossin totalment reals de cara al públic, i que actualment al segle XXI encara no podem tenir la totalitat d'informació que ens agradaria.

No va ser fins l'any 1971 que es creà el primer decret referent a la difusió de material audiovisual: "*Decreto 233/1971, de 21 de enero, por el que se regula el visado y la autorización previa a la producción y difusión de material audiovisual susceptible de ser reproducido en la pantalla de un aparato receptor*" (BOE, 1971). Les competències del "Ministerio de información y turismo" d'aquells moments aprovaren l'autorització d'aquest material, però sempre sota la seva supervisió. Tot i l'existència d'aquest decret, la censura continuava el seu curs deixant que moltes pel·lícules no sortissin mai a la llum.

L'últim punt important a comentar en aquests antecedents del cinema a Catalunya són les "film commissions", que seran molt presents en aquest projecte. Aquestes es remunten a finals de la dècada dels anys 40, als Estats Units, quan arrel del rodatge de dues pel·lícules de John Ford, "Stagecoach" el 1939 i "Wagon Master" el 1949, s'estableix la creació de la primera film commission a Moab (Utah, Estats Units d'Amèrica).

L'any 1975, un grup de film commissions nord-americanes decideixen associar-se per compartir coneixements, informació i fer accions conjuntes. Aquesta associació rep el nom d'AFCI (Association of Film Commissioners International) que actualment reuneix a més de 300 membres arreu del món. A nivell europeu es va crear l'European Film Commission Network (EUFEN) amb les mateixes finalitats (Carlota Guerrero i Mar Vilà, 2012).

Sota la denominació internacionalment acceptada de film commission, ens estem referint a una xarxa mundial d'oficines públiques promogudes pel Govern d'un país, una regió o una província per atraure i gestionar els rodatges de tot tipus d'obres audiovisuals (Rosado Cobián i Querol Fernández, 2006).

Amb la ràpida crescuda del cinema, tant europeu, espanyol i català, l'Ajuntament de Barcelona va creure necessària l'obertura d'una oficina d'atenció als rodatges de la zona, creant al 1996 la pionera catalana Barcelona Plató Film Commission, amb l'objectiu principal d'assessorar els productors, ajudar en la tramitació i gestió de permisos i taxes de rodatges, i sobretot el de promoure la indústria audiovisual i el territori català; així seguien les passes dels capdavanters amb el cinema, els nord-americans. Al cap de 10 anys canvià de nom a Barcelona-Catalunya Film Commission, i a l'actualitat disposa de gairebé 170 municipis disposats a acollir rodatges en el seu territori.

A Espanya en general disposem de la Spain Film Commission (SFC) constituïda per una extensa xarxa de film commissions d'arreu de les comunitats autònomes, i amb els mateixos objectius que els nord-americans i els europeus: assessorar les productores i promocionar el territori. Totes elles importants pel territori espanyol i amb una aguda crescuda.

Fent-ne referència, m'agradaria remarcar la importància aquest últim any de la pujada de Andalusia Film Commission, pionera a Espanya, gràcies a que el canal de televisió per cable més popular d'Estats Units, HBO, va decidir que el territori de Sevilla, Osuna i Còrdova fos pla de rodatge d'una temporada de la famosa i triomfant sèrie americana "Game Of Thrones".

Tanmateix del recent rodatge de "Game Of Thrones", Andalusia Film Commission, des de la seva presència al Festival de Cannes el 1998, és considerada una de les destinacions més importants d'Europa en rodatges de cinema, televisió i publicitat (La Voz Digital, 2015).

A part d'aquestes, remarcarem com a important pel nostre estudi la que disposem a la ciutat de Girona: Girona Film Office, la qual en faré una especial atenció al punt [4.3.](#)

4.2. ANTECEDENTS DEL CINEMA I TURISME

El terme film tourism, tal com s'ha començat a descriure a l'inici de l'[apartat 4](#), és un terme relativament nou en el món del turisme.

Nick Goundry (2012) a un article de la revista anglesa *The Location Guide* el descriu perfectament com a: "*The term 'film tourism' relates to how towns, cities and regions sell themselves to national and international visitors based on their exposure in film*".

Els seus inicis són dubtosos ja que el moviment de gent per veure localitzacions de pel·lícules és molt relatiu i amb poques dades fiables de si és totalment per aquesta motivació o un més a més de la seva experiència de viatjar. Tanmateix, Beeton (2005) creu que a finals del segle passat fou quan aquest tipus de turisme es va començar a moure més i es va iniciar aquest moviment, tot i portar anys ja existent però no promogut.

Aquesta afirmació podria tenir raó contant que, tot i que les film commissions varen sorgir a la dècada dels 40, les primeres associacions no s'originaren fins a finals dels anys 70, i no hi ha dades referents al film tourism anteriors a aquestes dates. Per tant, podríem estar parlant d'uns inicis a partir de la dècada dels 80.

En un estudi (Agustín Gámir Orueta i Carlos Manuel Valdés, 2007) s'argumenta de que a Estats Units analitzaren a 12 localitzacions el seu número de visitants després del rodatge de pel·lícules. Aquest es va fer 10 anys abans de la filmació i cinc anys després de l'estrena, per tal de poder comparar de manera quantitativa el canvi. Sorprenentment es varen incrementar les visites turístiques un 54%.

Aquesta motivació per conèixer els espais de rodatge és imminent, i tal com es pot observar en aquest estudi comentat, com en els següents als pròxims punts, la incrementació d'aquesta tipologia de turisme creix de manera considerable.

El que també succeeix amb aquest efecte de turisme de cinema és que sovint, la imatge donada pot ser errònia. *“Són les pel·lícules les que modifiquen la manera com mirem una destinació, la seva imatge? O és la imatge prèvia d'aquella destinació la que ha condicionat la forma com el director ha mostrat l'espai? Sovint, les relacions causals són recíproques i les pel·lícules són alhora causa i conseqüència de les imatges dels llocs”* (José Antonio Donaire, 2012). Un concepte important, ja que aquesta imatge induïda que ens aporten les pel·lícules, després de visitar la localització en concret, pot ser diferent a com ens la imaginàvem. Això pot ocasionar insatisfacció cap al turista. El film tourism és difícil de coordinar ja que els efectes negatius poden repercutir de forma no positiva a les experiències dels turistes. Per tant fa falta una estratègia de moviment estudiada i detallada per no ocasionar aquestes conseqüències.

Referent a la tipologia de film tourism, Busby i Klug (2001) varen crear una taula amb les diverses subcategories del film tourism i les seves característiques; tot i ser elles força semblants, es poden diferenciar les següents:

Table 1: Forms and characteristics of movie tourism

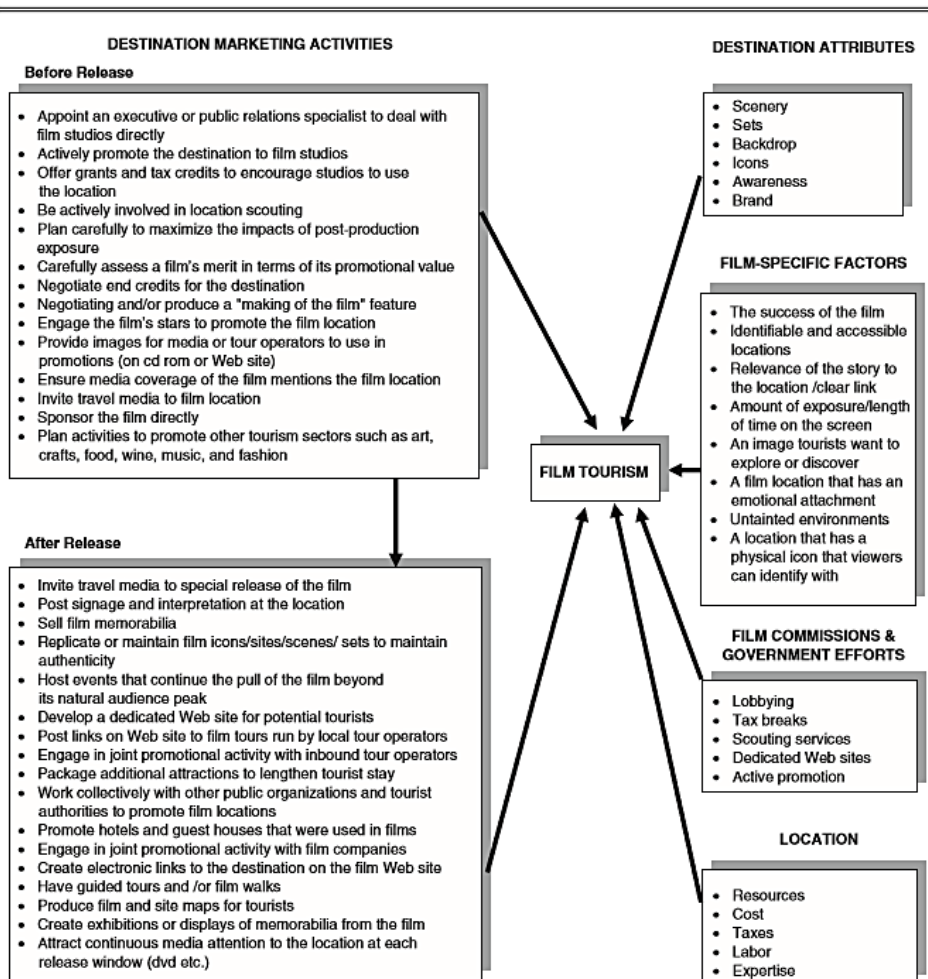
<i>Form</i>	<i>Characteristic</i>
Film location as an attraction in its own right (Evans, ref. 5; Tooke and Baker, ref. 6; Riley, ref. 7)	In some cases, movie locations were not considered to be tourism destinations until they were seen on screen (<i>The Full Monty</i> and Sheffield), while others were already perceived as attractive destinations (Riley, <i>et al.</i> , ref. 4)
Movie tourism as part of a main holiday (Evans, ref. 5)	Some tourists will visit a TV or film location or book a film tour while on holiday without any previous knowledge of the location (Evans, ref. 5)
Movie tourism occurring as the sole and main purpose out of special interest (Evans, ref. 5)	The booking of a holiday to a special destination as a direct result of its profile on TV (Evans, ref. 5)
Movie tourism packages created by the private sector (Evans, ref. 5)	Coach companies and tour operators set up packages such as 'Heartbeat Holidays' and 'Peak Practice Breaks' (Evans, ref. 5)
Movie tourism icons for tourists to gaze upon as focal point for visitation (Riley <i>et al.</i> , ref. 4)	Natural scenery, historical background, storyline theme, actors, symbolic content and human relationships can serve as icons and 'hallmark events' for movie tourism (Riley <i>et al.</i> , ref. 4)
Movie tourism to places where the filming is only believed to have taken place (Tooke and Baker, ref. 6)	Visitors go to the places represented even if the film represents a different actual setting. The fact that the place filmed is not in every case the place represented does raise questions about illusion, reality and authenticity in the context of what visitors are expected to see and why (Pocock, ref 40; Herbert, ref. 25; Tooke and Baker, ref. 6; Tetley, ref. 1; Busby and Hambly, ref. 20)
Movie tourism as part of the romantic gaze (adapted from Urry 1990, ref. 37)	The romantic tourist likes to gaze on places which have been constructed and reinforced by TV and film in solitude and privacy, establishing a semi-spiritual relationship with the place that is gazed upon (Urry 1990, ref. 37)
Movie tourism for reasons of pilgrimage, nostalgia and escape (Riley and Van Doren, ref. 14)	Movie tourism elevates the consumer beyond the mundane reality of everyday life (Tresidder, ref. 72). The movie sites of the films <i>Field of Dreams</i> and <i>Steel Magnolias</i> became pilgrimage points in their own right. In the case of the latter example, the notion of escape was taken literally as people imitated the storyline by committing suicide (Riley and Van Doren, ref. 14)
Travel programmes (adapted from Squire, ref. 24)	A vehicle through which places and people have been reinterpreted and communicated to wider audiences (Squire, ref. 24)

Il·lustració 1. Font: Busby i Klug (2001)

Veiem que aquest estudi està fet a l'any 2001, fet que indica, altra vegada, que fins fa relativament poc aquesta tipologia de turisme no havia donat sortida.

A més a més, sense negar ni un sol moment de estem parlant d'un tipus de turisme que aporta una estratègia de màrqueting molt explotable i amb diversos factors a tenir en compte, podent moure la manera d'encarar la imatge i la marca a vendre. Amb aquest gràfic es pot veure de manera molt explícita i visual:

FIGURE 1
FILM TOURISM: A MODEL FOR EXPLOITING FILM MARKETING OPPORTUNITIES



Il·lustració 2: Hudson i Ritchie (2006)

No s'ha de negar que els rodatges tenen un impacte sobre el territori i generen un benefici per la localitat a partir de la despesa directa de les produccions, incentivant la producció cultural i turística difonent la imatge del territori. Per això és tant important disposar d'aquestes film commissions, que ajuden a que els rodatges puguin ser assessorats i produïts amb total perfecció. D'aquesta manera la destinació és beneficiada econòmicament però sobretot amb aquest punt turístic a favor.

A l'estudi de Busby i Klug (2001), conclouen que les pel·lícules encoratgen als turistes a visitar una destinació concreta, i que els turistes enquestats són propensos a visitar destinacions que han vist en el cinema o a la televisió; i que a més a més els turistes tenen ja una imatge creada del lloc abans de fer la visita gràcies a les referències que el cinema els ha aportat.

Sortint dels límits fronterers trobem que gairebé tots els països europeus disposen d'una film commission per la mateixa raó argumentada, l'ajuda i promoció i difusió del territori. El cinema és una indústria que ha crescut moltíssim des dels últims anys i que cada vegada més eleva la seva importància.

Malauradament, fent un cop d'ull a unes quantes film commissions d'Europa, puc dir que gairebé cap té estudis turístics sobre el que comporta rodar una pel·lícula en la seva localització, quin nombre de turistes realitza film tourism i augmenta així el percentatge turístic. Totes elles tenen estudis econòmics mitjançant els quals poden dir quin benefici ha comportat que aquella pel·lícula es rodés a la destinació, així com el que la productora o actors s'han pogut gastar per la realització d'aquesta.

Aquests pocs estudis del turisme ens porten al gruix del treball. Al veure que quasi cap film commission disposa d'aquestes dades turístiques, em plantejo quin efecte comporta a la ciutat de Girona la filmació de les pel·lícules que s'hi ha dut a terme.

Per aquesta raó, faig una recerca d'alguns estudis sobre films i turisme d'alguns indrets que han dut a terme aquest estudi d'impacte turístic, per tal de posar-me en context de què analitzen, quins resultats aconseguixen, i com empren aquests estudis pel futur de la destinació de manera turística.

4.2.1. LONDRES

M'agradaria parlar primerament de la film commission més important que disposem a Europa, la Film London.

Londres és una ciutat on s'hi ha arribat a rodar una quantitat elevada de pel·lícules, la gran majoria molt importants i preades pel món fílmic. Es tracta de la film commission més important del Regne Unit, mantenint, promocionant i desenvolupant Londres i el Regne Unit en general com la major capital cultural internacional amb la realització de pel·lícules, i posicionant-la com una destinació encarada a aquesta tipologia de turisme.

És per aquest raó que he cregut convenient donar un cop d'ull als seus estudis sobre els impactes econòmics i turístics arrel dels rodatges. Com s'ha vist, les film commissions no fa massa anys que varen néixer, i amb aquest poc marge de temps gairebé cap ha dut a terme estudis turístics. S'ha de dir que la de Londres és de les poques film commissions que dona dades reals sobre l'impacte turístic, ja que la resta només ofereixen anàlisis sobre la repercussió econòmica que suposa per la localitat.

Un estudi del 2014 fet pel projecte Euroscreen, dins la Film London, en aquest cas realitzat per Human Digital, una empresa anglesa dedicada al món del màrqueting i social media per empreses i entitats; anomenat "Quantifying Location Placement Value", on el seu objectiu és el de mesurar l'impacte del tourism screen en una ciutat i marques regional; en aquest cas es centra en la ciutat de Londres i tres audiovisuals importants rodats a la destinació:

	SHERLOCK (TV)	HARRY POTTER	NOTTING HILL
Temporalitat	2010 – ara	2001 – 2011	1999
Valor	13.7M€	13.3M€	24.9M€
Raó visita	56% producció 42% altres 2% casualitat	43% producció 38% casualitat 19% altres	55% producció 45% altres
Procedència	45% UK 55% altres	50% UK 25% USA 25% altres	31% UK 12% USA 10% Brasil 47% altres
Edat	16 – 35 anys	16 – 24 anys	25 – 35 anys

Taula 1: creació pròpia a partir de l'estudi de Human Digital

La taula ens ensenya com, en aquests tres casos cinematogràfics, gairebé sempre la meitat de les visites són amb raó de la pel·lícula. Fora d'Espanya, i sobretot al Regne Unit, el film tourism és practicat per una gran quantitat de turistes, tal com veiem al quadre. A més a més, es tracta d'un film tourism tant durant com després del rodatge, ja que molts aficionats viatgen fins al lloc de rodatge durant aquest per poder observar amb els seus propis ulls la filmació i els seus actors. Tanmateix, l'estudi afirma que un 19% dels visitants a les ubicacions del rodatge de "Harry Potter" no tenia massa coneixença sobre les localitzacions; fet que s'afirma amb que menys de la meitat del percentatge de raó de la visita és la producció del film.

Si ens fixem amb el valor econòmic que aquest tipus de turisme ha aconseguit augmentar a la ciutat de Londres veiem que són unes xifres molt elevades. Aquí es pot veure l'interès dels turistes pel screen tourism, i la predisposició a pagar rutes turístiques pels escenaris on s'ha filmat, o poder entrar a museus relacionats; com per exemple el *King's Cross Station* de "Harry Potter", el museu i la casa de "Sherlock Holmes", o la llibreria de "Notting Hill"; aquí és on podríem denominar la tipologia de turisme "film location tourist".

Es tracta d'uns valors molt grans, així com la gran repercussió que varen tenir aquests films en el moment de la seva estrena i les setmanes conseqüents.

També, veiem que la franja d'edat en els tres casos es mou sobre els mateixos valors, sent més baixa a "Harry Potter" ja que va ser una saga literària i cinematogràfica per adolescents. Tanmateix, podem concloure que els adults fins als 40 anys tenen aquesta necessitat de viatjar a diferents països per veure els carrers, el bar o la casa on s'ha rodat una pel·lícula.

El film tourism és una tipologia de turisme molt peculiar, poc previsible, i amb poc rodatge, però és que tal com comenta Adrian Wootto, el director de la Film London, sobre aquest estudi: *“this research shows that productions don’t just sell cinema tickets and box sets, they also sell the places where they are”*; una pel·lícula no només ven a dins la infraestructura del cinema, sinó que ven a tots aquells espais de rodatge, els beneficis són tant de la pel·lícula portada en pantalla com totes les rutes, museus i escenificacions que es poden dur a terme durant i després d’aquesta. Això beneficia tant a les productores com a la pròpia marca de la ciutat.

4.2.2. MALTA

El mateix estudi de Human Digital, a part de parlar sobre Londres, també fa referència a la ciutat de Malta, on s’hi ha rodat dos grans clàssics del cinema, i una temporada de la famosa sèrie “Game Of Thrones”.

	GAME OF THRONES (TV)	GLADIATOR	POPEYE
Temporalitat	2011 – ara	2000	1980
Valor	1.3M€	1.1M€	12.2M€
Raó visita	15% producció 85% altres	33% producció 17% casualitat 50% altres	Visita a la producció després de visitar altres llocs de filmació a Malta
Procedència	Mix entre 8 països	70% UK 12% USA 18% altres	50% USA 50% UK
Edat	25 – 35 anys	45 – 60 anys	35 – 60+

Taula 2: creació pròpia a partir de l’estudi de Human Digital

En aquesta investigació veiem que els valors són molt diferents respecte els de Londres, el qual es veia molt clar l’efecte de la filmació.

En tots tres casos la producció del film no ha estat la raó de la visita, on puc deduir que els turistes s’han trobat amb el lloc de producció pràcticament de casualitat. Això es veu reflectit clarament amb el valor monetari que ha ingressat la ciutat de Malta, en els dos primers casos molt baix si ho comparem amb Londres; però un valor molt elevat en el cas de la producció del film “Popeye”. Aquest últim és gràcies a que la pròpia ciutat de Malta disposa d’un museu a

l'aire lliure, un grup d'edificis de fusta que durant la producció del 1980 varen ser el set de rodatge. Avui dia es tracta d'un complex d'entreteniment familiar plegat d'activitats i serveis per totes les edats.

En comparació, els dos altres rodatges disposen de menys facilitats en quan al turisme, ja que "Game Of Thrones" solament posseeix d'un tour per les localitzacions, i a més a més no és la principal localització de rodatge, fet que també influeix; i a "Gladiator" es va haver de construir expressament un coliseu per la ocasió que més tard fou desmuntat, fet que porta a que els turistes solament poden visitar la zona i alguns carrers.

4.2.3. IRLANDA

Un altre cas d'estudi del creixement del turisme en base a les pel·lícules és altra vegada la sèrie més popular de la televisió, "Game Of Thrones". En aquest cas es tracta del rodatge de la majoria de les temporades que es van dur a terme a Irlanda del Nord. Durant totes els anys de filmació, entre altres localitzacions, a Irlanda han dut a terme un gran nombre d'escenes de quasi totes les temporades ja estrenades.

Aquest rodatge passa per localitzacions molt costaneres del comtat per tal de reproduir al màxim possible les escenes de la sèrie.

Un estudi de Hugh Morris de fa pocs mesos sobre l'impacte turístic ocasionat a Irlanda del Nord amb la filmació de la sèrie, remarca que l'últim any tota la zona nord irlandesa va experimentar un creixement del 65% en l'interès dels turistes, un percentatge molt elevat comparat amb altres localitzacions com poden ser Bristol (37%), i augmentant un 47% els viatgers al Regne Unit.

Stephanie Boyle, de TripAdvisor, parla en referència a aquest estudi: *"studies like this show how quickly outside influences can impact tourism to a particular destination, with County Antrim the most recent destination to benefit from film and TV tourism"*.

L'empresa irlandesa "Game Of Thrones Tours", així com el propi patronat d'Irlanda del Nord "Northern Ireland Tourist Board", es dediquen a oferir rutes turístiques per totes les localitzacions de la sèrie, oferint a Irlanda tours guiats amb preus variats per adults, estudiants, i grups al voltant de Belfast i Dublin.



Il·lustració 3: zones de rodatge de la sèrie. Font: pàgina web oficial "Game Of Thrones Tours"

Fent una ullada al estudi de *Northern Ireland Assembly* dut a terme per tres diferents doctors amb coneixences de la temàtica (*Knowledge Exchange Seminar Series*, 2014/2015), aquests després de realitzar un estudi netnogràfic, estudi que investiga grups i comunitats socials via Internet; a fans de "Game Of Thrones", han trobat que aquest tipus d'experiència turística basat en una pel·lícula, o en aquest cas una sèrie, és un tipus de turisme molt temàtic i el qual els turistes estan disposats a pagar sigui quin sigui el preu; a més a més també argumenten que el film tourism és creixent des dels últims anys, però massa lent encara com per ser una potència important, a més a més de que el tipus de promoció que això necessita és molt car respecte altres tipologies de turisme, i es necessita un esforç i una estratègia de mercat molt més elevat, així com més estudiat i reactiu.

El mateix succeeix a Irlanda amb l'efecte de la pel·lícula "Titanic". Segons un estudi de la Fundació del Titanic a Belfast realitzat a finals del 2013, durant l'any del 2012 al 2013 i coincidint amb el centenari de la sortida del RMS Titanic, la fundació va rebre un total de 471.702 visitants de 128 països diferents, atraient 460.000 visitants més a la ciutat durant l'any 2012, fent-la la atracció més popular del Nord d'Irlanda, i augmentant l'ocupació hotelera durant els mesos d'estiu. A més a més, aquest èxit va ajudar a sumar un total de £54.3m a la despesa turística de la ciutat de Belfast aquell mateix any, i on els turistes en que la seva principal motivació era visitar el Titanic varen contribuir amb un £27.2m a l'economia de la ciutat.

El perfil de turistes que van a visitar aquesta fundació és, tal com argumenta un estudi d'enquestes a l'experiència dels visitants fet per *Northern Ireland Tourist Board* (Millward Brown Ulster, 2013), són gent majoritàriament de la Gran Bretanya, o sigui que podríem estar parlant d'un film tourism gairebé del mateix país i autòcton.

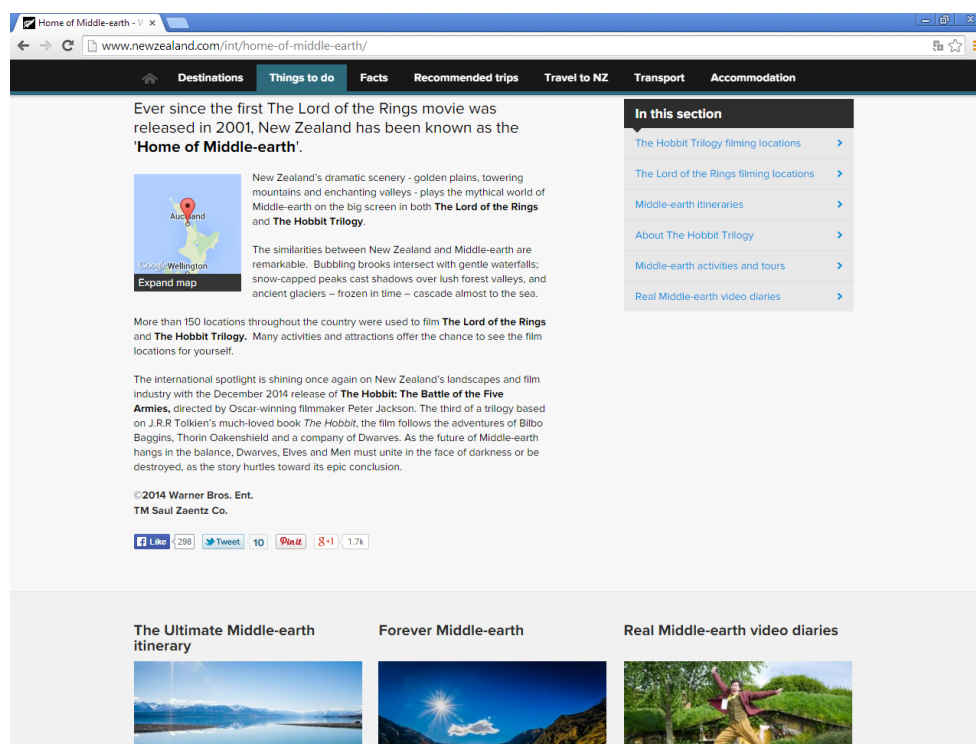
Tanmateix, aquest efecte que ha provocat el Titanic no és tant produït per la pel·lícula sinó pel fet real de l'enfonsament del Titanic RMS el 1912. En aquest cas el turisme filmic no és tan fort com en els altres comentats. Tot i així, i tot i no tenir dades de quin percentatge correspon a la motivació de la pel·lícula i quin no, podria afirmar que l'efecte cinematogràfic hi és molt important.

4.2.4. NOVA ZELANDA

Un fet semblant va succeir amb el gran èxit que va tenir arreu del món les pel·lícules de “The Lord Of The Rings” i “The Hobbit” al país de Nova Zelanda.

El Govern i els encarregats de la indústria turística varen aprendre d’altres experiències fílmiques i varen pactar amb la productora d’aquestes de fer propaganda turística mútua tant de la saga fílmica com de les localitzacions on es va dur a terme els rodatges.

Així com “Game Of Thrones”, les pàgines web oficials de les organitzacions públiques de Nova Zelanda han creat paquets, productes i rutes relacionades amb les pel·lícules. La virtut de la indústria del cinema és que pot penetrar en tot tipus de públics i té la famosa habilitat de promoure la localització sense el “factor vendre” de la publicitat professional, sinó amb la “publicitat gratis” de la destinació.



Il·lustració 4: captura de pantalla dels paquets turístics que ofereix la pàgina web oficial de Nova Zelanda

En quant a incrementació turística gràcies a l’èxit d’aquestes pel·lícules, trobem que durant el període del 1988 al 2003, el qual avarca un interval amb tots tres films de la saga, el mercat anglès va incrementar a Nova Zelanda un 10%, i un 30% més després de la projecció i finalització de la trilogia (Agustín Gámir Orueta i Carlos Manuel Valdés, 2007).

4.2.5. ALTRES

FILM	LOCATION	IMPACT
Braveheart	Wallace Monument, Escòcia	+ 300%/any després de la producció
Captain Corelli's Mandolin	Cephalonia, Grècia	+ 50%
Field of Dreams	Iowa (E.E.U.U.)	35.000 visitants el 1991 i creixent cada any
Mission: Impossible II	National Park, Sydney	+200% el 2000
Pride and Prejudice	Lyme Park, Anglaterra	+150%
Sense and Sensibility	Saltram House, Anglaterra	+39%
The Beach	Tailàndia	+22% en el mercat jove el 2000
Troy	Canakkale, Turquia	+73%
Harry Potter	Diverses localitzacions del Regne Unit	Totes les localitzacions van créixer +50%
Forrest Gump	Savannah, Georgia	7% en turisme

Taula 3: Hudson i Ritchie (2006)

En aquesta taula podem observar diversos exemples de l'increment turístic a diverses localitzacions arreu del món. Trobem entre ells valors molt elevats, com en el cas de "Braveheart", "Misión Imposible II", "Orgullo y prejuicio" o "Harry Potter"; els quals presenten un percentatge altíssim d'increment turístic gràcies al film tourism.

I és que, tal com s'ha pogut veure en els diferents estudis esmentats, tot i ser una tipologia de turisme relativament nova i tenir problemes de creixement ràpid, cada vegada més els turistes fílmics s'interessen per aquests viatges. Estan mancats d'aquesta necessitat d'experiència cinematogràfica i els viatges del film tourism comencen a tenir una importància en el món del turisme arreu del món.

4.3. ANTECEDENTS DEL CINEMA, TURISME I GIRONA

Dos anys consegüents a l'aparició del cinema tan a París com a Barcelona, aquest arriba a la ciutat de Girona: *"al carrer de l'Argenteria de Girona [...], es va fer la primera projecció pública de pel·lícules cinematogràfiques a la ciutat i a tota la demarcació [...]"* (Revista de Girona, 1996). D'aquesta manera s'introdueix a petita escala el cinema a la ciutat gironina.

Sortint de la vessant de la història, és considerable valuós de parlar sobre els esdeveniments o organitzacions que ajuden a la difusió, coneixença i promoció del món cinematogràfic a la ciutat de Girona. Podem trobar aquests diferents:

El Gremi d'Empresaris de Cinemes de Girona, amb l'objectiu de vetllar per l'exhibició i realització cinematogràfica. Aquest està dins el Gremi d'Empresaris de Catalunya i alhora forma part de la Federació de Cines de Espanya (FECE) nascuda el 1977 amb el fi de representar el sector d'exhibició cinematogràfica de l'Estat Espanyol. Aquests gremis aglutinen tot un seguit de pantalles de cinema d'arreu de Catalunya, i també duen a terme diferents trobades anuals per posar en comú idees, comentaris, crítiques i propostes.

Un punt també molt important per la promoció cinematogràfica a Girona és la dels festivals de cinema. A les comarques gironines trobem tant festivals de cinema bàsics, documentals, com festivals de cinema amateur o alternatiu; entre els més importants de la ciutat de Girona podem recuperar el "Festival de Cinema de Girona", el qual aquest any celebrarà el seu 27è aniversari. Després de tots aquests anys de realització ens trobem davant un festival de cinema amb molt de renom a la regió i on cada any nombrosos directors, actors i curiosos hi assisteixen. Festival on qualsevol tipus de material audiovisual és benvingut, des dels ja assentats llargmetratges i curts, fins a videoclips, web sèries o cinema d'animació.

També i no perquè menys rellevant, tenim l'existència d'un festival de cinema fantàstic i de terror a Girona, el "Acocollona't". Aquest any serà la seva cinquena edició i entre altres activitats, es duen a terme sessions de curts d'aquesta tipologia de cinema, a més a més de la ja famosa a Girona, *Zombie Walk*, una ruta pel barri vell de la ciutat on els seus participants van disfressats de *zombies*, coincidint amb el dia de la festivitat d'origen celta, Halloween.

Centrant-nos ja amb la Film Office de la ciutat de Girona, és i fa les mateixes funcions que una film commission, com qualsevol de les que em pogut veure, però aquesta té la peculiaritat de que és de caràcter públic on el titular és una ciutat; és a dir, que està portada i gestionada pel propi Ajuntament de Girona.

Aquesta fou creada l'any 2008 amb la motivació de promocionar la ciutat gironina des d'una altra vessant fins abans inexistent, reforçant la marca Girona i potenciant tots els seus serveis, així com fent-la reconeixent arreu de la comarca, província, comunitat autònoma i país.

Dialogant amb la Film Office Girona he pogut extreure que ells mesuren l'impacte econòmic dels rodatges a la ciutat i fan un recull del nombre de pel·lícules que s'han rodat a Girona i han estat gestionades per ells mateixos; però en cap moment l'impacte turístic cap a la ciutat, tot i que no ho descarten com a projecte futur. No em d'oblidar de que és una oficina novella i amb pocs anys d'aprenentatge i experiència.

Recollint informació i dades sobre aquests estudis econòmics, solament he pogut aplegar la documentació referent a la inversió que ha suposat la realització de les produccions audiovisuals els últims quatre anys, tot i així ens ajuda a donar una justificació prou coherent i sòlida. En aquests últims quatre anys la Film Office ha recollit al voltant de 150 projectes audiovisuals de totes les temàtiques i gèneres.

	2014	2013	2012	2011	2010
<i>Inversió</i>	201.850€	333.210€	62.833€	222.339€	–
<i>Nº produccions</i>	29	45	37	30	18
<i>Produccions Nacionals</i>	28	34	30	21	–
<i>Produccions Internacionals</i>	1	11	7	9	–

Taula 4. Produccions i inversions de la Film Office els últims anys. Font: elaboració pròpia a partir de la font de l'Oficina de comunicació, memòries de l'alcaldia anual de l'Ajuntament de Girona

Amb una mitjana de quasi 32 produccions per any, observem que la línia de producció any darrere any és força estàndard i sense notables variacions de nombre. Tot i així, si ens fixem amb la inversió que aquestes ocasionen al territori de Girona sí que podem palpar aquesta variació, concretament a l'any 2012, any en que la inversió és molt més baixa respecte els altres 3 anys. Malauradament no he pogut trobar dades fiables del per què d'aquesta diferència tant gran fa 3 anys.

Important a comentar sobre aquesta taula és que es veu una clara diferència entre les produccions nacionals i internacionals, amb un gran contrast. Les nacionals sempre van molts punts per endavant, amb unes desigualtats importants.

Aquestes dades són rellevants, tot i que no suficientment considerable per la temàtica del treball, tanmateix comentar la comparació amb la producció anual que duu a terme la film commission de Barcelona i Catalunya. L'any 2011 (Carlota Guerrero i Mar Vilà, 2012), per exemple, es varen registrar un total de 2.298 produccions on gairebé la meitat d'elles varen ser rodades a la ciutat de Barcelona. Comparar Barcelona amb Girona no és racional, ja sigui per les proporcions demogràfiques i geogràfiques, com el capital social que pot arribar a invertir amb aquestes produccions audiovisuals. Tot i així crec important fer-ne aquesta petita pinzellada, i poder conèixer la diferència en número de projectes audiovisuals.

Després d'esmentar aquestes organitzacions que ajuden a la promoció de la ciutat, passo a parlar sobre l'efecte que ha mogut de nerviosisme Girona en els últims mesos. Hi ha hagut molt de rebombori a la ciutat de Girona per la futura filmació de la pròxima temporada de l'exitosa sèrie americana "Game Of Thrones", la qual després de passar per localitzacions com Malta, Irlanda, Sevilla o Croàcia, ha decidit que Girona és una de les opcions d'aquesta nova temporada, a part d'altres localitzacions com Peníscola, Navarra o Canet de Mar.

La notícia del rodatge a Girona es va iniciar el 22 de maig d'aquest any, la qual va provocar un altament moviment tant als diaris, a les cadenes televisives com a les xarxes socials. Fins i tot quan encara no estava confirmat amb totalitat, les xarxes ja n'anaven plenes. Després de la confirmació oficial es va filtrar de que la productora ja havia reservat 160 habitacions a diversos hotels de la ciutat: DoubleTree By Hilton Girona, AC Hotel Palau de Bellavista By Marriott, Hotel Ultònia i Hotel Carlemany.



Il·lustració 5: tweet referent la filmació d'Olga Rodríguez, directora de RNE Catalunya i Ràdio 4. Font: Twitter

L'expectació que aquesta notícia va i continua sent molt gran, ja no només per la reserva hotelera que comporta; sinó perquè un rodatge d'aquesta tipologia a Girona aportarà a la ciutat un gran renom, així com un creixement del sector turístic abans, durant i després d'aquest.

Tan elevada ha estat l'atenció i curiositat d'aquesta filmació, que fins i tot el pastisser dels germans Roca ha decidit crear un gelat de la sèrie per commemorar la notícia.



Il·lustració 6: tweets de la gelateria dels germans Roca, anunciant el gelat de "Game Of Thrones". Font: Twitter

Perquè, tal com em vist anteriorment en els exemples de pel·lícules rodades a Londres o fins i tot de la mateixa sèrie "Game Of Thrones" a Malta, que un rodatge d'una cèlebre sèrie televisiva vingui a la teva ciutat produeix un creixement en l'activitat turística desorbitada. I no em deixar de pensar de que "Game Of Thrones" és considerada, segons diferents revistes americanes com Revista MIC, COMPLEX o CBS Detroit; una de les millors sèries televisives de tots els temps, així com una de les més cares de produir.

Segons el portal turístic TripAdvisor, el qual ha fet una investigació sobre el creixement de tràfic de visites al buscador de la web sobre les localitzacions de rodatge a Sevilla i Osuna, afirma que aquest ha augmentat un 35% a Osuna i un 12% a Sevilla. A més a més, de que entre les dates de maig 2013 i maig 2015 (dates que intercalen des dels inicis de la filmació a Andalusia fins a l'acabament de la temporada de la sèrie en que sortien les ciutats), sis localitats han experimentat un creixement notable de visites, entre les quals es troba Osuna i Sevilla.

Aquestes dades només ens afirmen un cop més que la població està interessada en viatjar cap a aquestes localitzacions, i que la busca és imminent, el film tourism creix ràpidament i la gent es mou per poder veure aquestes destinacions abans, durant i després del rodatge.

Si ho portem en el cas de Girona, crec que succeirà exactament el mateix. Recentment, i després de la realització del càsting per extres, "L'Ajuntament de Girona ha tancat un acord amb la productora HBO per utilitzar elements de la sèrie d'èxit Joc de Trons per promocionar la ciutat, com el nom de la sèrie o imatges del rodatge de la sisena temporada, que es gravarà a Girona" (El Punt Avui, 05 juliol 2015). Això només pot aportar un increment de nivell cultural a la ciutat i un posicionament privilegiat.

Si analitzem una mica el recull de notícies publicades als diferents diaris tant catalans com espanyols, podem observar que la notícia va recórrer gairebé tots ells.

Els diaris més importants d'Espanya, segons la seva mitjana de tirada diària són els següents:

1. El País
2. 20 Minutos
3. El Mundo
4. La Vanguardia
5. El Periódico de Catalunya
6. ABC
7. La Razón (número 13)

Amb un estudi d'ells, i sobretot dels números 1, 4, 6 i 7, de les diferents notícies del rodatge de "Game Of Thrones", trobem que aquests han publicat notícies freqüentment, tant de la filmació, la confirmació, com del càsting per extres.

Als diaris catalans, evidentment, les publicacions han estat molt més quotidianes i amb molt més d'èmfasi per la importància de la ciutat.

Tanmateix, que diaris d'arreu del país informin sobre la ciutat de Girona és una molt bona informació i propaganda directa per la ciutat, fent que d'aquesta manera la resta d'espanyols puguin saber de la seva existència, i fins i tot animar-los a venir a veure la ciutat abans, durant o després del rodatge de la temporada en qüestió.

Tots aquests fets només em porten a pensar que l'elecció de la filmació de la seva sisena temporada a Girona és una notícia extraordinària, positiva des de totes les vessants. La ciutat de Girona podrà reforçar la seva marca, augmentar els serveis així com el nombre de treballadors, i la possibilitat d'oferir un turisme de qualitat.

Tanmateix, la Film Office de la ciutat haurà de crear una molt bona estratègia turística per aprofitar aquest rodatge, ja que no em d'oblidar de que és una film commission jove, i amb pocs anys de rodatge i experiència. Això, malauradament, pot ocasionar una poca professionalitat. La possibilitat més idònia és la de mirar cap en fora i observar què han fet altres localitzacions que hi tenen experiència, com podria ser Irlanda. La ciutat, al no tenir un referent propi, haurà de treballar a fons per poder-ne treure tot el rendiment i benefici possible.

Un moviment d'aquest tipus també s'ha vist, però amb molta menys força i magnitud, per la filmació de la nova pel·lícula de "Ocho Apellidos Vascos", la qual s'ha rodat també a Girona i al Baix Empordà. L'acció a Girona ha estat molt mínima i portada amb molta delicadesa i privacitat, portant a que hi ha molt poca informació a recollir.

Els càstings van estar fets, entre altres llocs a Girona, i la majoria dels rodatges a pobles empordanesos. Malauradament, d'aquesta pel·lícula no n'ha sortit massa informació, ni tampoc l'expectativa ha estat igualable a la de "Game Of Thrones".

Tanmateix, per la ciutat de Girona, és una molt bona notícia també. El que en pocs mesos la sèrie més important del moment i una pel·lícula espanyola reconeguda rodin a Girona és un benefici tant econòmic, turístic, cultural i social per aquesta.

5. ANÀLISI

Un cop posats en context amb els diferents antecedents del cinema, turisme i Girona, arribem a l'anàlisi del projecte.

En la primera part d'aquest anàlisi em dedicaré a analitzar el recull de pel·lícules que a la metodologia he esmentat. Aquest anàlisi consistirà en visualitzar-les atentament cercant les escenes en que surt la ciutat de Girona. Un cop trobades es farà una selecció d'aquelles escenes en que realment es pot reconèixer la ciutat o el node turístic que està ensenyant. Un cop feta aquesta selecció, es durà a terme un estudi de com són aquestes, si surt l'atractiu en sí o està disfressat, i quina repercussió en el film tenen.

A més a més, i tal com he comentat al punt de [metodologia](#), es mencionarà un petit recull d'informació de la pel·lícula, així com l'any d'estrena a Espanya, la direcció, premis aconseguits, recaptació, i sobretot el temps total en que surt Girona respecte el total de minuts de la pel·lícula.

A comentar que algunes de les escenes he pogut reconèixer la ciutat de Girona però no he arribat a desxifrar quin carrer o localització es tractava en concret, així que estarà nombrat com a "Barri Vell"; tanmateix, la seva temporalitat sí que serà contada, però no el node com a "Barri Vell" en sí.

Aquest anàlisi no ha estat inclòs al gruix del treball pel seu volum i complexitat, així que es trobarà annexat a l'[apartat 11 d'annexes](#) a partir d'un link electrònic per visualitzar-se.

La segona part d'estudi és la d'explorar la propaganda turística que proporciona la ciutat de Girona, a partir d'un estudi dels *sights* més importants de la ciutat mitjançant les fotografies que surten als diferents fulletons que la ciutat ofereix, per comparar quins nodes turístics donen a conèixer i si són els que surten a les pel·lícules. És a dir, esbrinar si aquest atractiu turístic és el mateix que les produccions analitzades ofereixen.

A partir d'aquestes dues investigacions pretenc buscar el punt que lliga el cinema amb el turisme, el vincle entre les pel·lícules rodades a Girona i la ciutat gironina, l'objectiu principal d'aquest projecte.

5.1. PEL·LÍCULES

5.1.1. DOS A LA CARTA

NOM ORIGINAL	Dos a la Carta
ANY ESTRENA ESPANYA	2014
DIRECCIÓ	Robert Bellsolà
PRODUCCIÓ	Aiguaviva Films
PAÍS	Espanya
PREMIS	–
SINOPSIS	Oscar, un intel·ligent broker ¹ de ciutat i Dani, un pagès babau sense ofici ni benefici, descobreixen que són germans i es veuen obligats a compartir Can Pitu, un restaurant perdut en un idíl·lic entorn rural.
GÈNERE	Comèdia
RECAPTACIÓ	85.837€
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:28:00 (88 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:00:41

Nº escena	Atractiu
1	Riu Onyar
2	Catedral
3	Escales de la Catedral
4	Pujada de Sant Domènec
5	Rambla de la Llibertat
6	Pont de Pedra
7	Pont Eiffel

Observant aquestes set escenes on surt Girona podem dir que els atractius que hi surten són pràcticament els nodes més importants de la ciutat, com per exemple la Catedral, les Cases de l'Onyar o el Pont Eiffel.

Aquests panorames són totalment directes i en cap moment es vol amagar de quina ciutat s'està parlant; directament la pel·lícula afirma que aquell indret és Girona, i tal com argumenta el cineasta gironí Robert Bellsolà (2014) *“és una gran postal gironina [...] mostra la ciutat com és, una ciutat maca [...] es vol vendre la ciutat”* i segueix manifestant que el seu èxit es deu *“a l'immillorable boca-orella ja que els espectadors gironins surten encantats de veure la seva ciutat i el seu entorn reflectits en una història optimista”*.

Malauradament, les escenes en que surt Girona són curtes i de poca durada, ja que la gran majoria de la història del film succeeix a dins la casa rural de la qual l'argument parla. A més a més, de que he eliminat tres escenes del film que no aportaven res a aquest anàlisi: Casa Tous, Casa Bellsolà i el peatge Girona Sud. Tal com s'ha comentat al principi, s'eliminaran totes aquelles escenes en que no surti Girona directament, no es pugui reconèixer la ciutat, o espais tancats i/o privats poc rellevants.

¹ Individu intermediari entre un comprador i un venedor a canvi d'una comissió

Porta a que el total de temps fílmic amb Girona no arribi al minut. Tanmateix, tot i ser un interval de temps molt petit, les escenes són molt clares i es veu i s'ensenya Girona tal com és, sense intentar disfressar-la en cap moment, fet molt important comparat amb la resta de films que veurem més endavant.

5.1.2. EL PERFUME: HISTÓRIA DE UN ASESINO

NOM ORIGINAL	Das Parfum – Die Geschichte eines Mörders
ANY ESTRENA ESPANYA	2006
DIRECCIÓ	Tom Tykwer
PRODUCCIÓ	Coproducció espanyola, francesa i alemanya: VIP Medienfonds 4, Neff Productions, Castelao Productions
PAÍS	Alemanya
PREMIS	<ul style="list-style-type: none"> - Bambi Awards 2006 (Alemanya) → millor pel·lícula nacional - Bayerischer Filmpreis 2007 (Alemanya) → millor director i producció - European Film Awards 2007 → millor productor i producció - Deutscher Filmpreis 2007 (Alemanya) → millor productor, edició, disseny de producció, disseny de vestuari, so, llargmetratge, director, banda sonora - Undine Award 2007 (Àustria) → millor actriu jove de repartiment - Jupiter Award 2007 (Alemanya) → millor pel·lícula alemanya i director alemany - CinEuphoria Awards 2010 → millor pel·lícula de la dècade (competició internacional)
SINOPSIS	La història de Jean Baptiste, a França al segle XVIII, un noi abandonat i portat a l'hospici. Però tenia una extraordinària virtut: un sentit de l'olfacte excepcional. Després de treballar en una perfumeria, viu obsessionat en la idea d'atrapar altres olors, fins arribar a punts inexplicables.
GÈNERE	Thriller, intriga, drama, crim, fantasia
RECAPTACIÓ	904.891,46€
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	02:27:00 (147 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:02:59

Nº escena	Nom
1	Carrer Ballesteries
2	Barri Vell
3	Pujada del Rei Martí
4	Pujada de Sant Domènec
5	Carrer Miquel Oliver
6	Barri Vell
7	Pujada de la Catedral
8	Carrer Escola Pia
9	Plaça dels Apòstols
10	Escales Mare de Déu de la Pera i Carrer Pujada de la Catedral

Un total de 10 nodes turístics són els que apareixen al reconegut film “El Perfume”, una pel·lícula que va tenir un ressò molt important tant nacional com internacionalment, i un considerable interès cap als gironins, ja que poques vegades una productora estrangera rodava tantes escenes a la ciutat, i menys en aquest segle XXI.

Aquestes escenes es reparteixen al llarg de tota la producció de forma molt homogènia, tot i que aquestes són molt curtes, la gran majoria no passen dels 2 segons. Aquesta vista de Girona pertany a indrets tant coneguts com la Pujada de Sant Domènec, la qual es repeteix contínuament en tot el film, o els voltants de la Catedral i Call Jueu. De tota manera, molts dels carrers filmats han estat disfressats i retocats perquè allò realment no semblés Girona. Aquesta succeeix al petit poble francès de Grasse, per tant, totes les escenes filmades a Girona intenten aparentar aquest poble ja existent. Això ho podem veure perfectament en totes les escenes, on quasi mai sorgeix un pla directe i reconeixedor de Girona; els carrers han estat modificats de manera informàtica, rodats els sectors que menys semblaven Girona i fins i tot alguns tapats a partir de diferents materials per poder representar aquest poble i decoració del segle XVIII.

M’agradaria afegir que ha costat molt reconèixer quines escenes eren Girona, ja que la gran majoria són carrers petits, foscos i que realment podrien ser qualsevol casc antic, tant Girona com Barcelona, l’altra ciutat on es va filmar en gran part.

A més a més, amb el punt afegit de que els canvis de càmera i plans són molt bruscs i canvien d’una localització a una altra en un sol segon de diferència. Un exemple molt clar d’això seria l’escena 9, on apareix la Catedral de Girona. En aquesta vista, la trama és rodada dins la Basílica dels Sants Màrtirs Just i Pastor de Barcelona (Laura Díaz, 2013) i, en un canvi de càmera ràpid, s’enfoca l’entrada lateral de la Catedral de Girona a la Plaça dels Apòstols, simulant que les dues escenes pertanyen al mateix indret.

Si sintetitzo, trobem un nombre elevat d’escenes rodades a la ciutat de Girona, de forma molt intermitent i de molt poca durada i de difícil apreciació, així com d’indrets reconeguts però que no es vol donar a conèixer la ciutat de Girona sinó que es vol intentar dissimular que és una altra localització. A més a més, d’un gran nombre d’escenes eliminades per falta d’informació o possible equivocació. Tanmateix, mundial i internacionalment va ser reconeguda com una gran pel·lícula, amb una recaptació considerable i un gran nombre de premis del cinema; així com no deixar de banda la gran acceptació de la novel·la base.

5.1.3. PANDORA Y EL HOLANDÉS ERRANTE

NOM ORIGINAL	Pandora and the Flying Dutchman
ANY ESTRENA ESPANYA	1951
DIRECCIÓ	Albert Lewin
PRODUCCIÓ	Dorkay Productions i Romulus Films
PAÍS	Regne Unit
PREMIS	–
SINOPSIS	Història romàntica de com s’ajunten dues vides totalment

	diferents, el d'una dona triomfadora entre tots els homes, i el d'un home perdut pel món.
GÈNERE	Romàntica, drama, fantasia, misteri
RECAPTACIÓ	–
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	02:02:00 (122 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:05:48

Nº escena	Nom
1	Plaça Santa Eugènia (antiga Plaça de toros de Santa Eugènia)

Primera pel·lícula rodada a la ciutat de Girona i de la qual he pogut trobar referències i fonts d'informació. Es tracta solament del rodatge d'una escena del film, una escena clau i important per la trama de la pel·lícula. Aquesta és duta a terme a l'antiga plaça de toros de Girona, la qual pertany actualment a la família Alcalde i a l'Ajuntament de Girona. Es tracta d'una escena de quasi sis minuts íntegra a dins la plaça, i per tant íntegra a Girona.

En total la pel·lícula solament surt aquest escena, però comparada amb altres films la seva totalitat a Girona és més alta que altres. A part de que no s'ha hagut d'eliminar cap escena, fet que a la resta de films és més usual.

Únicament que en aquest cas, també s'intenta disfressar la localització real de la plaça de toros, i fent que la paraula ciutat de Girona no aparegui en tot el film; a més a més de que, després del seu enderrocament el 2006, la seva imatge va canviar molt i el reconèixer aquesta plaça és molt més difícil.

El rodatge d'aquesta no va suposar un gran impacte internacional, però sí que va ser feta servir pel govern d'Espanya per demostrar la possibilitat del país la capacitat de realització en rodatges i la promoció del territori, tant pel film com pels actors i actrius que hi sortien, així com teixint una relació entre el govern i la producció cinematogràfica nord-americana.

A més a més, considerada una de les primeres pel·lícules rodades a la Costa Brava amb importància, a partir d'aquesta es va establir un patró de comportament a l'hora de dur a terme rodatges estrangers sobre territori espanyol: col·laboració de les autoritat locals en la producció, participació d'extres i desplegament periodístic (Ramón Girona i Lluís Prats, 2012).

5.1.4. MI GENERAL

NOM ORIGINAL	Mi General
ANY ESTRENA ESPANYA	1987
DIRECCIÓ	Jaime de Armiñán
PRODUCCIÓ	Figaró Films
PAÍS	Espanya
PREMIS	- Montreal World Film Festival 1987 → premi especial del jurat - Premis ACE 1989 → millor actor de repartiment
SINOPSIS	Història de com un grup de generals d'edat són sotmesos a classes de noves tecnologies militars per joves capitans, i els problemes que això els ocasiona.

GÈNERE	Comèdia, exercit
RECAPTACIÓ	362.429,40€
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:50:00 (110 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:10:29

Nº escena	Nom
1	Catedral i cases Onyar
2	Plaça de les Castanyes
3	Pujada de Sant Domènec
4	Barri Vell
5	Voltes d'en Rosés
6	La Rambla de la Llibertat
7	Cafè Le Bistrot

Pel·lícula de comèdia espanyola dels anys 80, la qual és la segona amb una temporalitat més alta de minuts d'escenes amb la ciutat de Girona. Amb 10 minuts i mig de total, aquesta passa pels nodes turístics més importants, fent sobretot molta èmfasi a la Plaça de les Castanyes, paral·lela a La Rambla de la Llibertat.

A comentar que deixant de banda el Cafè Le Bistrot i La Rambla de La Llibertat, la resta d'escenes són molt fosques i poc clares, que sense molta atenció es podria arribar a confondre la ciutat de Girona amb una altra.

Positivament, en cap moment es disfressa la ciutat, es manté tal com és. A l'escena de La Rambla de La Llibertat estan totalment oberts a que surtin els noms de les botigues existents en aquell moment. Tanmateix, no es fa referència en paraula de quina ciutat és, fet que tampoc ajuda tractant-se de que la gran majoria d'escenes surten amb una definició poc clara, i normalment força fosques.

5.1.5. SOLDADOS DE SALAMINA

NOM ORIGINAL	Soldados de Salamina
ANY ESTRENA ESPANYA	2003
DIRECCIÓ	David Trueba
PRODUCCIÓ	Lolafilms i Fernando Trueba PC
PAÍS	Espanya
PREMIS	<ul style="list-style-type: none"> - Copenhagen International Film Festival 2003 → millor guió - Premis Sant Jordi de Cine 2004 → millor actor espanyol - Premis Goya 2004 → millor fotografia - Premios del Círculo de Escritores Cinematográficos 2004 → millor muntatge i fotografia - Premis de Cine San Pancraccio 2004 → millor director - Festival de Cine Español de Nantes 2004 → millor actor - Premis ADIRCAE 2004 (Madrid) → millor actuació en paper de suport - Premis ACE 2004 → millor pel·lícula, actriu, actor de suport,

	director - Premis Turia 2004 (València) → millor pel·lícula espanyola i actriu
SINOPSIS	Una història dels últims dies de la Guerra Civil Espanyola per trobar la veritat sobre l'intent d'afusellament d'un falangista que fugí a últim moment.
GÈNERE	Drama, intriga
RECAPTACIÓ	2.060.027,19€
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:55:00 (115 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:17:14

Nº escena	Nom
1	Universitat de Girona
2	Pont de Pedra
3	Pont de Sant Feliu/Fèlix
4	Pujada de Sant Domènec
5	Cafè Le Bistrot
6	Pont Eiffel
7	Llibreria 22
8	Bar Núria
9	Bar Boira
10	Catedral, Pont Eiffel, Cases de l'Onyar
11	Cases de l'Onyar ²

La pel·lícula en que més vegades surt Girona en quan a temporalitat, sobrepassant els 17 minuts, i el film on surten més nodes turístics de totes les 14. A més a més de les poques que fan referència a la ciutat de Girona com a sí, sense amagar o disfressar en cap moment de a quin lloc estan localitzats.

Les escenes, en diferència a la resta de films, són força més llargues, produint aquesta temporalitat tant alta comentada. Tanmateix, comentar que la repetició de *sights* durant tota la pel·lícula és molt freqüent, on per exemple, surt 6 vegades diferents la Universitat de Girona – Campus del Barri Vell.

La diferència principal amb la resta, doncs, és aquesta predisposició perquè surti la ciutat de Girona, i es comenti en tot el film que és aquesta. “Mi General”, que podria ser la comparació perfecte parlant de temporalitat total de la ciutat, no menciona en cap moment que aquella ciutat és Girona.

Una altra comparativa serà descrita més endavant, a la pel·lícula “El Juego del Ahorcado”, l'equiparació en quan a nombre de nodes turístics al film.

També comentar que és la segona amb més recaptació referent a les 13 restants. David Trueba, director d'aquesta pel·lícula, volia reflectir la història franquista, i va creure que la ciutat de Girona era la millor opció, tan per la seva fisonomia, la seva història, com perquè són

² L'escena ensenya les Cases de l'Onyar des de dins d'un habitatge localitzat a l'alçada del Pont Eiffel

escenaris naturals on l'escriptor de la novel·la situa l'acció. Aquesta recaptació tant elevada, és deguda a que la novel·la de Javier Cercas, de la qual el film està basada, va ser una de les novel·les revelació de l'any 2003, i que es dugués a la gran pantalla era un reconeixement molt important; fent d'aquesta manera que la pel·lícula rebés un gran afany d'interès.

5.1.6. LAS VOCES DE LA NOCHE

NOM ORIGINAL	Las Voces de la Noche
ANY ESTRENA ESPANYA	2004
DIRECCIÓ	Salvador García Ruiz
PRODUCCIÓ	DeAPlaneta i Esicma
PAÍS	Espanya i Itàlia
PREMIS	–
SINOPSIS	Romanticisme entre dos joves del mateix poble, ell sap que la relació no anirà massa enlloc, però ella viu amb l'esperança de que arribi el dia. Però aquest enamorament es perd entre obligacions familiars.
GÈNERE	Drama, romàntic
RECAPTACIÓ	–
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:40:00 (100 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:04:41

Nº escena	Nom
1	Passeig José Canalejas i Pont d'en Gómez/de la princesa
2	Carrer de les Ballesteries
3	Barri Vell
4	Pujada de Sant Domènec i Pujada de Sant Martí
5	Pujada de Sant Domènec

És un film que per la poca temporalitat en que surt Girona, el nombre de nodes turístics que hi apareixen són força elevats, un total de 7 repartits en les 5 escenes esmentades. Aquests *sights* són força ràpids i fàcils de reconèixer, ja que entre ells hi trobem les Cases de l'Onyar o les escales de la Pujada de Sant Domènec.

Sobre aquesta última, comentar que en una de les escenes en que surt, no tenen cap por en ensenyar el cartell on es pot llegir el nom del carrer de la ciutat de Girona; però això no significa que argumentin de quina població es tracta. En tota la pel·lícula no es comenta que és Girona, tanmateix que donin a conèixer el nom d'un carrer sense escrúpols i que a més a més ensenyin les Cases de l'Onyar, fàcilment reconegudes per tot coneixedor de la ciutat, em dona a pensar que sí que volien ensenyar Girona, però sense haver de justificar-ho amb el nom. A més a més el film està rodat en dos localitats, Girona i Madrid, i hi ha algunes escenes en que si no es coneix del tot bé Girona és difícil de saber quina és quina.

Tanmateix, no he hagut d'eliminar cap escena ja que totes en que sortia Girona era fàcil de reconèixer i saber de què es tractava.

5.1.7. LA LAPIDATION DE SAINT ÉTIENNE

NOM ORIGINAL	La Lapidation de Saint Étienne
ANY ESTRENA ESPANYA	2013
DIRECCIÓ	Pere Vilà i Barceló
PRODUCCIÓ	Eddie Saeta SA, DDM Visual, Manium Produccions, L'Âge d'Or Production
PAÍS	Espanya i França
PREMIS	Festival de Valladolid 2012 → Premi FIPRESCI (ex-aequo)
SINOPSIS	Étienne és un ancià malalt que viu envoltat d'objectes i dels records d'un passat tràgic, la mort de la seva dona i la seva filla, aferrat a la idea de que elles encara viuen entre ell.
GÈNERE	Drama
RECAPTACIÓ	–
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:21:00 (81 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:02:36

Nº escena	Nom
1	Plaça Pompeu Fabra
2	Carrer Bonastruc de Porta

Segon llargmetratge d'aquest director i guionista gironí amb una coproducció francesa. Malauradament la ciutat de Girona no en surt molt ben parada, amb un total de 2 escenes i on tampoc es podrien assignar com a nodes turístics, ja que estem parlant de la Plaça Pompeu Fabra vista a través del reflex d'un vidre, i del Carrer Bonastruc de Porta vist des de l'interior d'un cotxe amb poca definició.

Gran part de la pel·lícula succeeix a l'interior de la casa del protagonista, fent que l'exterior surti pocs minuts. Podria arribar a dir que el director volia que d'alguna manera sortís la seva ciutat, però tampoc d'una manera tant directa com seria ensenyant les Cases de l'Onyar o la Catedral.

Per la recerca que he pogut dur a terme, em consta que als tres llargmetratges duts a terme per Pere Vilà hi surt retratada la ciutat de Girona, com una firma personal. El primer, "Pas a Nivell", que serà la pròxima pel·lícula comentada; aquesta mateixa; i la més recent "La Fossa", la qual per la seva novella estrena el 2014 no n'he pogut trobar fonts per visualitzar-la.

5.1.8. PAS A NIVELL

NOM ORIGINAL	Pas a Nivell
ANY ESTRENA ESPANYA	2007
DIRECCIÓ	Pere Vilà i Barceló
PRODUCCIÓ	DDM Visual, Imago Producciones i Manium Produccions
PAÍS	Espanya
PREMIS	–

SINOPSIS	Història de la vida d'un jove que acaba de finalitzar els seus estudis i busca el canvi cap a un futur adult.
GÈNERE	Drama
RECAPTACIÓ	–
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:43:00 (103 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:07:26

Nº escena	Nom
1	Pujada de Sant Domènec
2	Universitat de Girona
3	Carrer de la Força
4	Carrer del Riu Güell
5	Carrer de la Rutlla
6	Carrer Ultònia
7	Passeig General Mendoza i Pont de l'Alferes Huarte

Primera pel·lícula, pròpiament dita, del director gironí Pere Vilà. Amb un total de set minuts i mig en que surt Girona trobem 7 nodes turístics reconeguts, entre els quals no hi falta la Universitat de Girona o la Pujada de Sant Domènec.

Tanmateix, la majoria de *sights* que hi surten no són del tot reconeguts, ja que els cinc restants després dels dos comentats són localitzacions pot emblemàtiques per la ciutat de Girona, com per exemple el Pont de l'Alferes Huarte o el Carrer de la Rutlla. Llocs essencials de la ciutat, però no turístics com ens em trobat en altres pel·lícules. A més a més tampoc argumenta que es tracta de Girona, més aviat al contrari: s'intenta ajuntar diferents poblacions i fer creure a l'espectador que es tracta d'una sola, o dues de costat. Entre altres localitzacions podem trobar Flaçà, Sant Pere Pescador, L'Escala o Bellcaire de l'Empordà.

Aquest fet el trobo envejable i molt ben dut a terme, ja que per voler ensenyar i mostrar a la gent una ciutat no fa falta que siguin els nodes primaris i més importants. Amb la vista d'un carrer poc conegut o d'un carrer a les fosques es pot fer el mateix efecte que ensenyant les escales de la Catedral directament.

Amb aquestes dues últimes pel·lícules he pogut comprovar que el director i guionista de Girona no es vol dedicar a mostrar la ciutat tal com els turistes la coneixen, amb la seva Catedral o les seves Cases de l'Onyar, sinó exhibint parts poc reconegudes; tampoc no perquè menys importants.

5.1.9. EL JUEGO DEL AHORCADO

NOM ORIGINAL	El Juego del Ahorcado
ANY ESTRENA ESPANYA	2008
DIRECCIÓ	Manuel Gómez Pereira
PRODUCCIÓ	Ovídeo TV, El Amigo de Lenon Producciones, Subotica Entertainment Ltd.

PAÍS	Espanya i Irlanda
PREMIS	–
SINOPSIS	Dos amics de la infància que amb el temps la proximitat deriva a relació, però uns fets produeixen que la protagonista sigui una supervivent i ell el guardià del seu secret.
GÈNERE	Thriller, drama, romàntic
RECAPTACIÓ	334.590,33€ el 2009
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:50:00 (110 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:11:01

Nº escena	Nom
1	Cases de l'Onyar
2	Barri Vell
3	Barri Vell
4	Carrer Ciutadans
5	Voltes d'en Rosés
6	Plaça Sant Pere
7	Carrer Pedret
8	Barri Vell
9	Pujada de Sant Domènec
10	Carrer Sant Llorenç
11	Pont d'en Gómez/Princesa

Pel·lícula en que en cap moment argumenten que sigui la ciutat de Girona, i és que a la majoria d'escenes costa molt desxifrar que és ella. Tot i així hi ha un parell d'escenes que són claus per saber de quina localització s'està parlant, aquestes són les escales de Sant Domènec a l'alçada del Cafè Le Bistrot, i el Pont de la Princesa amb la imatge de les Cases de l'Onyar.

La resta d'escenes poden arribar a ser molt confuses ja que estan enfocades de manera que no es pugui veure massa bé el carrer complet o el node sencer. En quant a nodes turístics importants, solament hi ha els esmentats al paràgraf anterior, ja que la resta són carrers aleatoris sense molt d'interès turístic ni rellevants en quant a la ciutat.

Tot i així té una recaptació bastant acceptable comparada amb molts dels films d'aquesta llista, així com un nombre elevat de nodes que hi surten, tot i no ser molt importants per la part turística de la ciutat com s'ha comentat.

Finalment, només he hagut d'eliminar una escena de la pel·lícula en que sortia el bar restaurant La Terra del Carrer de les Ballesteries, al tractar-se d'un establiment privat i rodatge a l'interior d'aquest.

5.1.10. EL MONJE

NOM ORIGINAL	Le Moine
ANY ESTRENA ESPANYA	2009
DIRECCIÓ	Dominik Moll
PRODUCCIÓ	Diaphana Films, Estrategia Audiovisual i Morena Films
PAÍS	França i Espanya
PREMIS	- Hollywood Film Awards 2011 → millor pel·lícula composició - World Soundtrack Awards 2012 → millor soundtrack composició
SINOPSIS	El protagonista fou abandonat a les portes d'un monestir on els monjos el van acollir, cuidar i educar. Però un bon dia Satanàs intenta corrompre'l.
GÈNERE	Thriller, drama, religió
RECAPTACIÓ	–
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:36:00 (96 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:03:41

Nº escena	Nom
1	Pujada a la Catedral
2	Pujada de Sant Domènec
3	Catedral

Film amb una temporalitat i nombre de nodes força baix. La majoria de l'acció de la pel·lícula succeeix a dins un convent i una casa, fent que els espais exteriors siguin mínims. Tanmateix, alguns d'aquests pertanyen a la ciutat de Girona.

Trobem escenes de les escales de la Pujada de Sant Domènec o tota una processó al voltant i davant de la Catedral, la qual dóna gruix a la temporalitat de la ciutat. Aquesta escena és fàcil de reconèixer el node turístic de Girona. Tot i estar a les fosques i solament il·luminat per centenars d'espelmes, les escales de la Catedral són fàcilment reconegudes.

La resta d'escenes són de caire fosc i amb poca rellevància de quina localització és, i de difícil sabuda de que és Girona si no fos per les fonts d'informació o la visualització detinguda d'aquesta.

Finalment comentar sobre aquest film de que he eliminat totes aquelles escenes que tenien lloc a dins la Catedral de Girona, tot i que eren poques, aquestes han estat eliminades pel mateix motiu que a la resta de pel·lícules: sent un ambient privat, i en aquest ocasió a més a més eclesiàstic.

5.1.11. TENGO GANAS DE TI

NOM ORIGINAL	Tengo Ganas de Ti (3 Metros Sobre el Cielo 2)
ANY ESTRENA ESPANYA	2012
DIRECCIÓ	Fernando González Molina
PRODUCCIÓ	Antena 3 Films, Charanga Films, Estudios Hackenbush, Zeta Cinema
PAÍS	Espanya
PREMIS	CinEuphoria Wards 2013 → top ten de l'any de l'audiència
SINOPSIS	Seqüela de "Tres Metros Sobre el Cielo" on aquesta vegada una noia s'enamora del protagonista, perfecta per ell, però aquest no pot oblidar la seva antiga parella.
GÈNERE	Romanç, drama
RECAPTACIÓ	12.100.892€
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:58:00 (118 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:01:26

Nº escena	Nom
1	Passeig Arqueològic
2	Pont d'en Gómez/de la Princesa

La contradicció d'aquest film és molt interessant a comentar. Té una temporalitat molt baixa comparada amb la resta de pel·lícules, no arribant al minut i mig; així com el número de nodes turístics que hi surten, solament dos i el primer gairebé no es pot reconèixer ja que es veu a les fosques i és costós de desxifrar que sigui Girona. Solament surt clarament, a la segona escena, en primer pla les Cases de l'Onyar i el Pont de la Princesa/Gómez.

Podem veure que la recaptació d'aquesta és la més alta, superant la de "Soldados de Salamina", sobrepasant uns desmesurats 12 milions d'euros.

Malauradament aquesta destacada acceptació no és deguda a que el rodatge sigui dut a terme a Girona, o fins i tot a Barcelona. Aquesta aprovació és deguda a que la primera part d'aquest film, "A Tres Metros Sobre el Cielo" va tenir una acceptació encara més gran i la segona part va seguir les mateixes vies. Així com que el seu protagonista principal és Mario Casas, un ídol per moltes adolescents actuals. Aquests factors han portat a que aquest film i la seva predecessora produïssin aquest exorbitant moviment.

Tornat a les escenes, finalment comentar que s'ha eliminat una escena de la ciutat de Girona rodada dins el local privat restaurant "Dolce Vita" de Plaça Independència.

5.1.12. EL CANTO DEL GALLO

NOM ORIGINAL	El Canto del Gallo
ANY ESTRENA ESPANYA	1955
DIRECCIÓ	Rafael Gil
PRODUCCIÓ	Aspa Producciones Cinematográficas
PAÍS	Espanya
PREMIS	Sindicat Nacional del Espectáculo ³ 1955 → millor pel·lícula
SINOPSIS	El pare Müller viu en un país comunista on estan assassinant a tots els religiosos. Aquest comença a comprendre què és la por i la soledat i intenta escapar negociant la seva condició religiosa.
GÈNERE	Drama, religió
RECAPTACIÓ	–
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:33:00 (93 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:03:17

Nº escena	Nom
1	Pujada de Sant Domènec
2	Voltes d'en Rosés

Darrera de “Pandora y el Holandés Errante”, segona pel·lícula més antiga d’aquest llistat, la qual aquesta encara va ser rodada en blanc i negre.

Sota repressió franquista es veu clarament com la censura hi va ser present, tant en diàlegs dels actors, de les imatges a ensenyar com del missatge a fer veure als espectadors, aquest joc entre soldats d’exèrcit i l’església.

Les escenes d’aquest film són molt confuses, ja no només pel fet de que siguin en blanc i negre, sinó que estan totalment disfressades per intentar simular una altra localització, en aquest cas un poble d’Hongria. A més a més de que les plaques on apareix el nom dels carrers de Girona han estat canviades per noms estrangers. Per l’època en que es va rodar aquest film trobo que es van prendre moltes molèsties en voler tapar la no existència de Girona.

Això porta a que la identificació dels carrers de la ciutat de Girona hagi estat molt complicada i costosa. Tanmateix, he pogut recollir un seguit d’escenes on apareix, sobretot fàcils d’apreciar les escales de la Pujada de Sant Domènec, per la seva repetició, així com la plaça de les Voltes d’en Rosés.

³ Organització sindical creada a Espanya el 1942 amb funcions cineastes

5.1.13. TRES DIES AMB LA FAMÍLIA

NOM ORIGINAL	Tres Dies amb la Família
ANY ESTRENA ESPANYA	2009
DIRECCIÓ	Mar Coll
PRODUCCIÓ	Escándolo Films
PAÍS	Espanya
PREMIS	<ul style="list-style-type: none"> - Premis Butaca 2009 → millor actor català de cinema - Premis Gaudí 2010 → millor director, pel·lícula en llengua catalana, interpretació femenina principal - Premis Goya 2010 → millor director novell - Iberoamerican Short Film Competition 2009 → premi “La Navaja de Buñuel” - Festival de Málaga de Cine Español 2009 → millor actor, actriu i direcció - Premis Sant Jordi 2010 → millor pel·lícula espanyola - Premis Turia 2010 → millor actriu i primer treball de direcció
SINOPSIS	Léa viatja a Girona per assistir a l’enterrament del seu avi. Durant els tres dies de vetlla, missa i enterrament es veu el joc d’aparences entre els familiars i com els problemes revifen.
GÈNERE	Drama
RECAPTACIÓ	–
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:15:00 (75 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:02:03

Nº escena	Nom
1	Pont de Sant Feliu/Fèlix
2	Església de Sant Feliu/Fèlix i Plaça de Sant Feliu

Amb dos minuts i escaig aquest film s’emporta la puntuació més alta d’ensenyança de la ciutat de Girona, no pel fet de que surtin molts nodes turístics, sinó pel fet que en tota la pel·lícula no es para de repetir en quina ciutat es troben, i per tant fent-ne una promoció excepcional.

Primer llargmetratge d’aquesta directora i guionista catalana, la mort del seu avi la porta a escriure el guió d’aquest film i sent el seu primer comercial. A més a més va rebre un gran nombre de premis sobre aquest, fent-la conèixer en aquest món cinematogràfic de llarg i curtmetratges.

Tal com s’ha comentat, durant tot aquest es nombra el nom de la ciutat on van a l’enterrament i on es troben, aportant això a Girona un renom solament per ser anomenat.

Les escenes, però, són escasses i amb poca rellevància turística, ja que només surt l’església de Sant Feliu/Fèlix i els seus voltants, a part d’una panoràmica del pont que hi porta i les respectives Cases de l’Onyar. A més a més de que les escenes que succeïen a dins l’església de Sant Feliu/Fèlix han estat eliminades per ser un espai privat eclesiàstic.

5.1.14. LOS PELAYOS

NOM ORIGINAL	The Pelayos
ANY ESTRENA ESPANYA	2012
DIRECCIÓ	Eduard Cortés
PRODUCCIÓ	Alea Docs & Films
PAÍS	Espanya
PREMIS	- Festival de Málaga de Cine Español 2012 → millor muntatge - Premis Gaudí 2013 → millor direcció de producció
SINOPSIS	Aventura d'un grup de joves i de família amb poques expectatives de futur que se'ls presenta la gran oportunitat: canviar la seva sort desbancant els casinos de tot el món amb un mètode infal·libre d'imperfecció de la ruleta.
GÈNERE	Comèdia, drama, thriller
RECAPTACIÓ	1.500.344,77€
TEMPS TOTAL PEL·LÍCULA	01:37:00 (97 minuts)
TEMPS TOTAL GIRONA	00:01:09

Nº escena	Nom
1	Pujada de Sant Feliu

Última pel·lícula visualitzada i analitzada, de la qual només es pot parlar de dues escenes rodades a la ciutat de Girona, i a la mateixa zona, a la pujada de Sant Feliu. Dues escenes dividides una al principi del film i l'altra cap al final d'aquest.

Al tractar-se de només un node turístic i de poca durada, la temporalitat total de la ciutat de Girona queda molt reduïda. A més a més, l'ensenyança de Girona és molt petita també, ja que l'escena és a les fosques i amb pluja, on realment podria haver estat rodada a qualsevol indret de qualsevol localització.

Tanmateix, la recaptació del film és força elevada si la comparem amb altres, cap a un milió i mig d'euros; però és que aquesta, altra vegada com succeïa en el cas de "Tengo Ganas de Ti", el prestigi i l'interès per anar a veure la pel·lícula va ser pel repartiment d'actors espanyols que hi apareixen.

Sinopsis:

Analitzades una per una aquestes 14 pel·lícules, m'agradaria fer una mica de referència dels resultats obtinguts, tanmateix l'anàlisi exhaustiu amb els resultats seran plasmats al pròxim punt d'aquest projecte.

Si fem una ullada ràpida a les localitzacions on s'han dut a terme aquests rodatges veiem que la repetició d'alguns indrets és molt freqüent, com poden ser les escales de la Pujada de Sant Domènec o les Cases de l'Onyar.

Fent una vista per sobre, a comentar que molts dels films estudiats intenten disfressar i amagar la ciutat de Girona, convertint-la amb una altra ciutat i fent veure que succeeix en un altre espai. Molt poques d'aquestes pel·lícules realment parlen de Girona i en fan esment. Això repercuteix a l'hora d'argumentar si la propaganda turística que les pel·lícules porten a terme està feta amb intenció o no.

Abans d'entrar en l'últim punt de l'anàlisi i seguidament centrar-nos amb les conclusions, també parlar sobre les diferències de les filmacions a Girona abans del canvi de segle i després. Com s'ha vist, solament tres dels films estudiats pertanyen als anys 1900, i els 11 restants són a partir del segle XXI, concretament aquests tres són: "Pandora y el Holandés Errante", "Mi General" i "El Canto del Gallo".

A tots tres no es fa referència ni un sol cop que la ciutat on passa l'acció és Girona, és més, els llocs on succeeix, a tots ells, s'intenta camuflar de quina ciutat pertany i es disfressa com una altra localització. Solament a "Mi General" es veu clarament que és Girona pel fet que en transacció d'escenes surt plasmada la Catedral de la ciutat monumental i les Cases de l'Onyar (nodes més importants de la ciutat com es veurà en el punt següent).

A la resta de films, en alguns, sí que es nombra la ciutat, i els *sights* ensenyats són més clars i directes, la majoria disfressats però es pot desxifrar sense problemes de quina localització estem parlant. El fet de que en aquests films antics s'amagui tant que es tracta de la ciutat de Girona podria ser, entre altres, per la situació franquista de l'època o el poc interès en aquells temps de voler promocionar de manera turística la ciutat, fet que avui en dia és una mica més diferent.

Tal com argumentaven Ramon Girona i Lluís Prats (2012), *"La poca competitivitat dels productes cinematogràfics espanyols va comportar que la seva distribució a l'estranger fos un afer molt complicat i, en la majoria dels casos, condemnat al fracàs. Per tant, la tasca indirecta de promoció d'Espanya, a través del cinema, es va produir per mitjà d'altres films, aquells que, comptant amb capital estranger, es van rodar en territori espanyol"*.

Per tant, trobem que el món cinematogràfic espanyol dels anys 50 va créixer gràcies a que es tractava d'un plató perfecte per productores internacionals, i gràcies a que Espanya ofereix uns indrets magnífics per les filmacions i que els preus que s'oferien eren molt competitius, els rodatges varen ser possibles de forma gairebé poc encarada a la promoció, sinó més cap a la vessant econòmica. Més endavant, i sobretot amb l'aparició de les film commissions, tal com s'ha comentat als primers punts d'aquests treball, l'interès i voluntat de promocionar i donar cabuda a rodatges va ser més elevada i estudiada.

5.2. PROPAGANDA TURÍSTICA

Com a segon punt de l'anàlisi, tal com s'ha comentat abans, i un cop analitzades les 14 pel·lícules, fa falta comprovar el que la ciutat de Girona ofereix als turistes, quins nodes ensenyen més i repercuteix a que siguin els més coneguts i visitats pels turistes.

Aquest estudi de la imatge induïda de Girona la faré a partir de l'estudi realitzat per la Dra. Raquel Camprubí a la seva tesi doctoral "La formació de la imatge turística induïda: El paper de les xarxes relacionals".

Les dades, primerament, s'han extret d'un seguit d'entrevistes a diversos agents de la ciutat de Girona i mitjançant l'anàlisi de diversos suports emprats per aquests agents per la projecció de la imatge de la destinació turística (fulletons, revistes, postals, guies, pàgines web, etc.).

En total són 28 agents, entre els quals hi ha l'Administració Pública, associacions, museus, monuments, hotels, entitats esportives, palaus de congressos o empreses de publicitat. Amb un total de 50 fulletons com a material a analitzar.

Tal com argumenta la Dr. Raquel Camprubí a la seva tesi i justificant el seu estudi, *"En el cas de Girona, l'administració pública té un paper més limitat en la publicació de fulletons (20%) [...]. en el cas contrari, les associacions gironines són més actives en la producció de material publicitari [...], tant a nivell de ciutat com de nivells territorials més amplis. També cal destacar que la mostra reflexa una major predisposició de les empreses d'allotjament gironines en la producció de material que inclogui fotografies de la ciutat, així com d'àmbits territorials més amplis"*.

Aquest comentari ens mostra que no només l'Ajuntament és l'òrgan dedicat a la promoció de la ciutat, sinó que la gran majoria d'aquesta és a partir d'empreses i associacions que utilitzen fotografies de Girona per fer-ne propaganda.

Analitzats aquests 50 fulletons, com a cas d'objecte d'estudi, hi ha un total de 819 fotografies de la ciutat de Girona, número el qual pertany a un 26,69% del total de fotografies dels fulletons de la destinació i regional.

Taula 32: Ranking dels *sights* de la ciutat de Girona en els fulletons turístics

RANKING	SIGHTS DE LA CIUTAT DE GIRONA	NOMBRE DE FOTOGRAFIES	% DE FOTO.	Nº FULLETONS
1	Cases de l'Onyar	42	9,33	29
2	Catedral	40	8,89	28
3	Bonastrucça Porta - Museu	37	8,22	18
4	Auditori - Palau de Congressos	36	8,00	2
5	Museu del Cinema	35	7,78	14
6	Call de Girona	34	7,56	19
7	Banyes Àrabs	33	7,33	16
8	Església de Sant Feliu	22	4,89	12
9	Sant Pere de Galligants	22	4,89	14
10	Barri Vell	20	4,44	12
11	Tapís de la Creació	17	3,78	13
12	Muralls	15	3,33	9
13	Museu d'Art	11	2,44	8
14	Devesa	9	2,00	6
15	Museu d'Història de la ciutat	8	1,78	3
16	Museu Arqueològic	7	1,56	3
17	Palau dels Agullana	6	1,33	6
18	Rambla	6	1,33	5
19	Vall de Sant Daniel	6	1,33	3
20	Parc Ribera	6	1,33	5
21	Palau Episcopal	4	0,89	4
22	Sant Nicolau	3	0,67	3
23	Farinera Teixidor	3	0,67	3
24	Passeig Arqueològic	3	0,67	3
25	Sant Domènec	2	0,44	2
26	Casa de la Punxa	2	0,44	2
27	Pia Almoïna	1	0,22	1
28	Tresor de la Catedral (museu)	1	0,22	1
	Altres <i>sights</i> naturals	8	1,78	1
	Altres <i>sights</i> patrimonials	11	2,44	7
	Total	450	100,00	

Taula 5: rànkung dels *sights* de la ciutat de Girona en els fulletons turístics. Font: tesi doctoral Dra. Raquel Camprubí

Si fem un ullada ràpida a la taula, es pot veure que la majoria de nodes de tota la llista són pertanyents al Barri Vell de Girona. Solament hi ha pocs *sights* que no hi pertanyen, i la gran majoria es tracta de monuments històrics i patrimonials.

Els dos espais més predominants a la propaganda són les Cases de l'Onyar i la Catedral. Al marge d'aquests dos, la resta pertany al Call Jueu, la Rambla, museus o l'Església de Sant Feliu, per exemple.

Ja només amb aquests dades podem observar que el que intenten la majoria d'ens de la ciutat és protagonitzar els diversos espais del Barri Vell de Girona, i donar especial importància als dos *sights* més emblemàtics. Altres espais, com pot ser la zona modernista no hi està gens representada, i és que fora del casc antic de la ciutat la representació d'imatges hi és poc present.

Un cop vista la llista dels diferents nodes presents als fulletons turístics, es veurà una taula amb els principals *sights* de la ciutat que formen part d'aquesta imatge promocional.

Taula 35: Principals sights de la imatge promocional de la ciutat de Girona

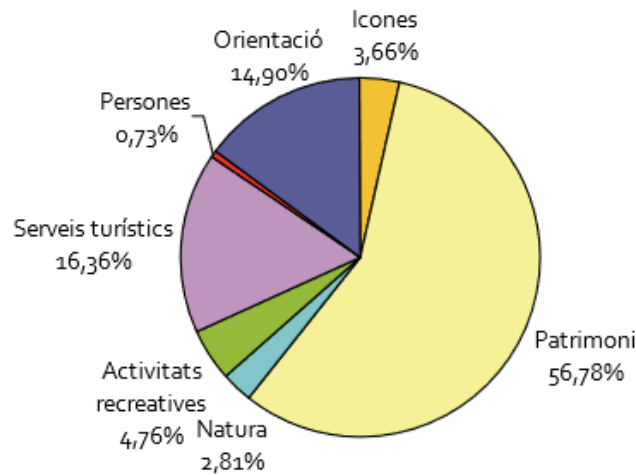
SIGHS	Nº FOTOGRAFIES	%
Cases de l'Onyar	10	26,32
Barri Vell	4	10,53
Altres Natura	4	10,53
Catedral	3	7,89
Tapís de la Creació	3	7,89
Bonastruc Çà Porta	2	5,26
Call de Girona	2	5,26
Vall de Sant Daniel	2	5,26
Devesa	1	2,63
Església de Sant Feliu	1	2,63
Muralles	1	2,63
Museu del Cinema	1	2,63
Passeig Arqueològic	1	2,63
Peça del Museu		
Arqueologia	1	2,63
Parc Ribera	1	2,63
Altres Patrimoni	1	2,63
Total	38	100,00

Taula 6: principals sights de la imatge promocional de la ciutat de Girona. Font: tesi doctoral Dra. Raquel Camprubí

Aquí veiem com les Cases de l'Onyar tornen a repetir el primer lloc, i com la resta de nodes turístics són semblants a l'anterior taula. Amb aquesta, podem afirmar que el Barri Vell i Call Jueu són les parts de la ciutat de més importància i propaganda turística. Així doncs, es confirma el que moltes vegades es comenta sobre la ciutat de Girona, i és que els turistes hi arriben, visiten el Barri Vell i algun museu i aquí s'acaba la seva experiència a la ciutat; i és que és veritat de que la resta d'espais de la ciutat no estan promocionats de cap manera, tot es centre amb la Catedral i els seus voltants.

Tal com s'ha pogut observar amb aquestes dues taules, la ciutat de Girona basa la seva promoció amb els diferents nodes que posseeix de caire patrimoni històric i monumental. Aquesta categoria patrimonial ocupa més de la meitat del percentatge en quant a categories de les fotografies de la ciutat, amb un 56,78%. Tot i ser només la meitat del percentatge, és molt elevat si ho comparem amb la resta de categories que suporten una part molt petita del total, tal com s'observa a la Gràfica 1.

Fotografies de Girona segons categoria



Gràfica 1: fotografies de Girona segons categoria. Font: tesi doctoral Dra. Raquel Camprubí

A partir d'aquest anàlisi perfectament realitzat per l'anomenada ja Dra. Raquel Camprubí, i amb els resultats extrets, pretenc comparar aquesta propaganda turística amb el que promocionen les pel·lícules analitzades. Observar si els *sights* coincideixen i afirmar que les productores donen promoció a la ciutat iguals que els diferents ens esmentats, o al contrari no fan cas en aquest caràcter turístic i escullen les zones i nodes turístics que ells creuen millors per la seva pel·lícula sense tenir en compte la promoció de Girona.

6. RESULTATS DE L'ANÀLISI

Per poder acabar responent a les preguntes primordials de l'inici del projecte fa falta fer una síntesi de les conclusions obtingudes amb l'anàlisi de pel·lícules i de propaganda turística. Aquests resultats, perquè siguin més visuals i entenedors, seran recolzats a partir de gràfiques.

6.1. TEMPORALITAT A GIRONA

La primera de totes és la temporalitat que ocupen les escenes de Girona als films. Tal com podem veure a la Gràfica 2 s'aprecia que a la majoria de pel·lícules el temps que dediquen a la simulació de la ciutat és molt mínima, si ho comparem amb el total de la pel·lícula en sí. Normalment ocupa un percentatge molt petit que no arriba al 5% (corresponent aproximadament a uns quatre minuts i 30 segons) en la majoria d'elles.

Tanmateix, existeixen quatre valors atípics que sobresurten de la gràfica per la seva rellevància. Aquests quatre són:

- “Mi General” → 9,55%
- “Soldados de Salamina” → 15,22%
- “Pas a Nivel·l” → 7,28%
- “El Juego del Ahorcado” → 10%

No s'ha de negar que tot i ser els valors més alts, aquests són força baixos en comparació amb el total del film. Les productores utilitzen una gran quantitat de localitzacions i indrets diferents per la filmació d'una pel·lícula de 1,5 hores aproximadament, produint aquest resultat. Aquesta varietat és deguda, entre altres, a que aquestes productores necessiten els plans i objectius perfectes pel film, i prefereixen moure's fins a trobar-los exactament com ells desitgen.

Així doncs, com a primer punt de resultats, puc dir que la temporalitat és baixa en totes les pel·lícules analitzades i que, a diferència del que pensava, les escenes en que surt retratada la ciutat de Girona estan molt repartides homogèniament en tot el film, no pas concentrades en els mateixos minuts; al principi surten uns segons, al cap de 15 minuts uns segons més, i així successivament fins acabar el film, per exemple.

Una dada rellevant a comentar és que el film amb més temporalitat de rodatge a Girona és de producció i guionista catalana, i un rodatge íntegre als voltants de la província de Girona, com per exemple Banyoles, Camallera, Sant Ferriol o Palamós.

Temporalitat a Girona per pel·lícula



Gràfica 2: temporalitat a Girona en els 14 Films. Elaboració pròpia

6.2. NÚMERO DE NODES TURÍSTICS

Aquest punt tracta sobre els resultats extrets del nombre de *sights* turístics que surten a les pel·lícules estudiades, per tal de poder analitzar seguidament la repetició d'aquests, i finalment si coincideixen amb els que promociona la ciutat de Girona.

Com ens mostra la Gràfica 3, la varietat en nombre de nodes turístics a les pel·lícules està molt repartida. Una vegada més trobem valor atípics que sobresurten d'entre els altres, en aquest cas dos. Seguidament, cinc films per sota amb un nombre elevat de *sights*, els quals es mouen entre els sis i set nodes. Finalment, set pel·lícules amb menys nodes turístics, que són gairebé irrelevantes, que no sobrepassen el nombre de tres nodes.

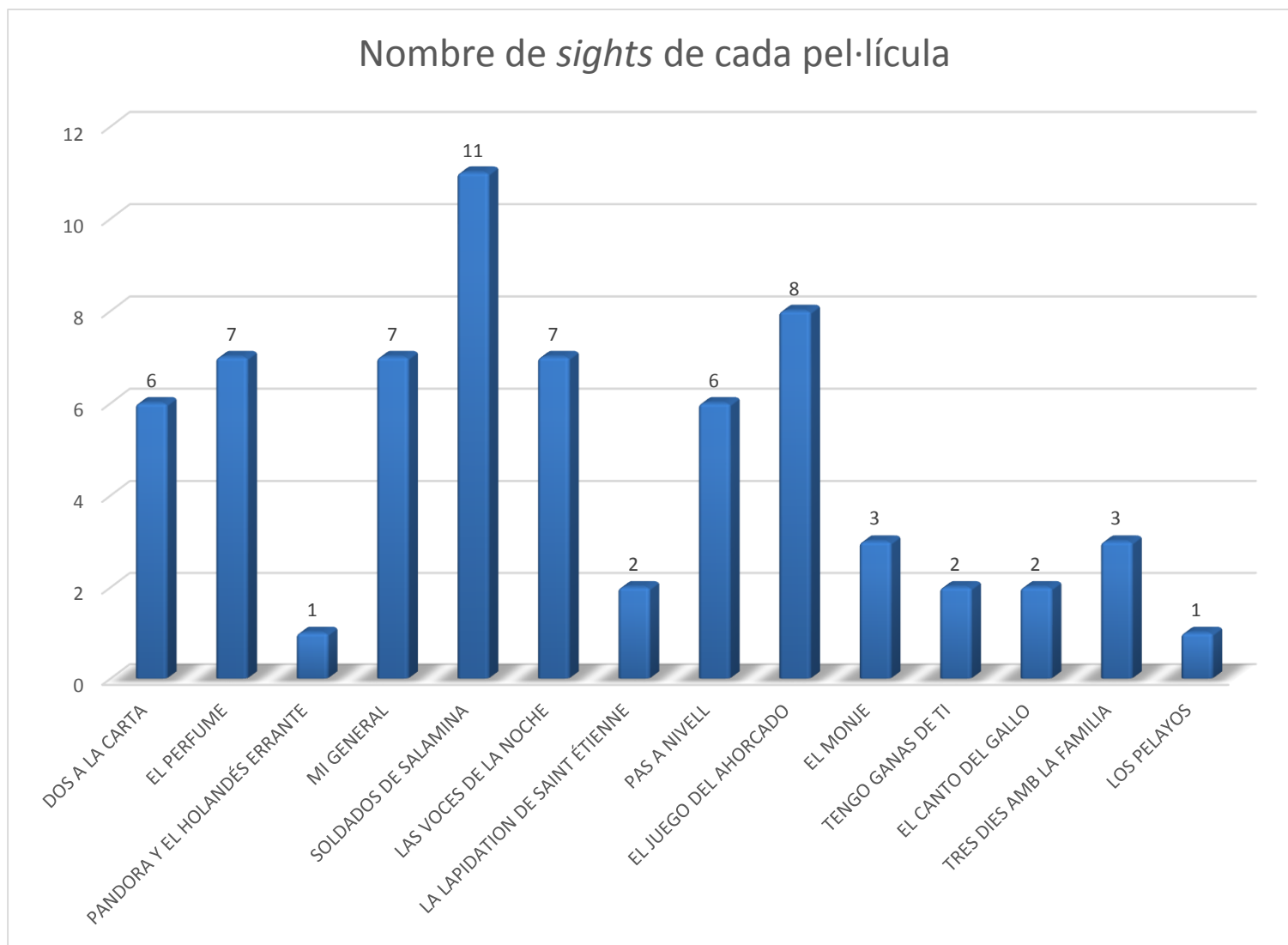
Els dos valors més alts són, i repetint com en el punt de temporalitat:

- “Soldados de Salamina” → 11 nodes
- “El Juego del Ahorcado” → 8 nodes

Els dos amb els valors més elevats repeteixen en temporalitat, per tant, és normal que el nombre de nodes que hi surtin sigui més elevat que la resta.

Entre els valors mitjans, donar una especial rellevància al film “Dos a la Carta”, el qual solament amb menys d'un minut reproduceix un total de set nodes turístics, amb una mitjana de sis segons per escena on surt Girona; són plans perfectament directes de la ciutat, tal com s'ha comentat a la descripció de la pel·lícula.

Sintetitzant, he trobat que hi ha una relació entre la temporalitat en que surt la ciutat de Girona i el nombre de nodes que hi apareixen; i és que les dues pel·lícules que posseeixen més *sights* són dues de les quatre amb més temporalitat. Així doncs, aquest lligam s'aprova.



Gràfica 3: nombre de nodes turístics per pel·lícula. Elaboració pròpia

6.3. REPETICIÓ DE NODES

Com a tercer i últim apartat de l'anàlisi dels resultats, parlar sobre el nombre de vegades que es repeteixen els nodes turístics al llarg de les 14 pel·lícules. Punt relacionat amb l'anterior del nombre de nodes per cada film i el punt de l'anàlisi de la propaganda turística a partir de les fotografies dels fulletons.

Estudiant la Gràfica 4, s'observa la clara marcció de tres *sights* amb molta diferència amb la resta. Aquests tres són, i per ordre de més repeticions:

- Escalles de la Pujada de Sant Domènec → 8 vegades
- Cases de l'Onyar → 6 vegades
- Catedral de Girona → 5 vegades

Això significa que a més de la meitat dels films analitzats surten les escales de Sant Domènec, i els segueixen els altres dos nodes.

La resta d'aquests podem veure que són exclusius per una pel·lícula en concret, és a dir, en molts dels casos un sol node apareix en tan sols un llargmetratge.

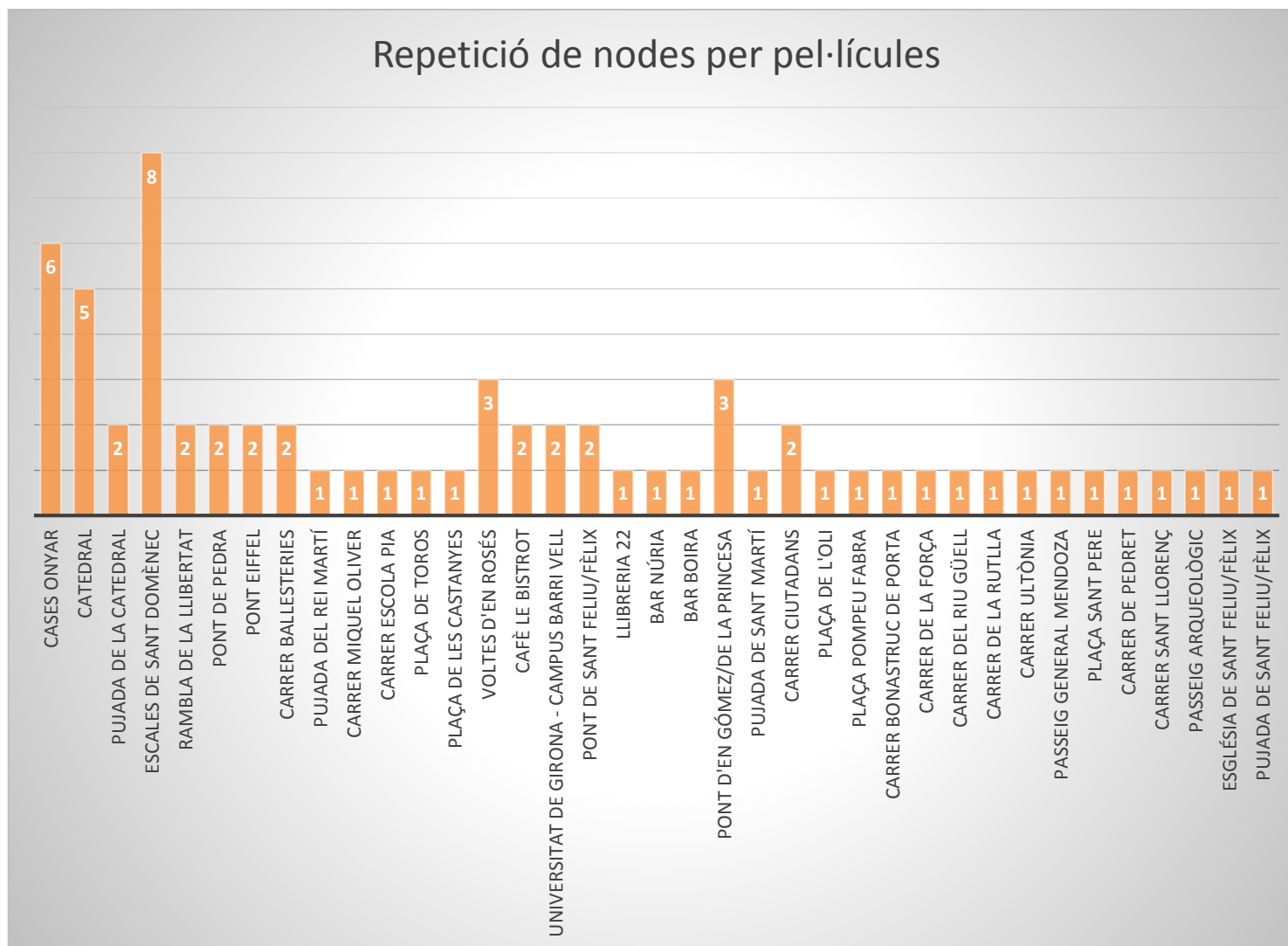
Arribats en aquest punt, fa falta comparar aquests tres *sights* més importants amb els que els òrgans de la ciutat de Girona donen més importància.

Si recordem l'apartat de propaganda turística sobre l'estudi de la Dra. Raquel Camprubí, trobem que els dos primers nodes turístics que donen la imatge promocional i els *sights* que més apareixen als fulletons turístics són, respectivament:

- Cases de l'Onyar
- Catedral
- Barri Vell

Comparant aquest tres amb els tres comentats anteriorment que són els que surten amb més freqüència als films, es veu que són pràcticament els mateixos, amb l'única diferència que engloben el Barri Vell com tot un, i en el nostre cas és concretament la Pujada de Sant Domènec.

És cert que hi ha un gran nombre de nodes a part d'aquests, i repartits per tot Girona, però no és casualitat que els espais més turístics que promocionen els agents de la ciutat siguin els mateixos que surten més vegades als films. A vegades no importa si l'interval de temps és llarg o curt, sinó que existeixi un espai de temps amb la imatge de Girona, i que l'espectador es pugui donar compte d'aquesta visió.



Gràfica 4: repetició de nodes turístics per pel·lícules. Elaboració pròpia

6.4. PROPOSTES DE CONTINUÏTAT

Vist aquests resultats, m'agradaria poder afegir unes línies sobre el futur d'aquests efectes, així com de línies pròximes a tenir en compte per millorar l'estratègia de cares a aquesta tipologia de turisme del cinema.

Primerament parlar sobre l'efecte film tourism a Girona. Tal com s'ha dit anteriorment, no existeix cap estudi turístic sobre aquest tipus d'impacte a la ciutat, tot i que la Film Office no descarta fer-ho en un futur. Crec que seria un objectiu a complir en un curt termini, ja que gràcies a aquest es podria millorar de manera molt progressiva el que és l'estratègia de màrqueting de Girona.

Fins ara, aquest efecte a la ciutat no crec que hagi estat massa present, ja que la tipologia i gènere de films que s'han dut a terme no han estat del tot persuasives com perquè un turista visiti Girona per aquest motiu. Tot i així, i tot i no tenir dades, puc afirmar que algunes persones curioses han arribat a Girona i visitat certes localitzacions de rodatge de, per exemple, "El Perfume", "Soldados de Salamaina" o "Tengo Ganas de Ti". Zones molt turístiques i que, enmig d'un tour per aquesta, han esdevingut motiu de motivació per visualitzar-les.

Sobretot, estic parlant del Pont d'en Gómez, o altrament dit de la Princesa, durant i després del rodatge de la seqüela de "A Tres Metros Sobre el Cielo". Personalment, jo vaig anar a veure aquesta filmació mentre es duia a terme, com a curiositat i fet poc usual a Girona. No vaig ser la única persona, durant aquella hora i poc de rodatge es van aglutinar un centenar de persones engrescades per mirar i poder estar a prop del rodatge i de l'actor Mario Casas.

Per tant, crec que si la film commission de Girona realitzés un estudi turístic a partir d'ara dels films que vinguin a gaudir dels paisatges i espais de la ciutat, seria un punt molt a favor tant pel turisme, la imatge de Girona, com de manera social i cultural.

A més a més, seria interessant de dur-ho a terme ara que a la tardor es realitzarà el rodatge de la temporada de "Game Of Thrones". Si s'estudiés com augmenta el turisme a partir de la tardor, tant durant com després d'aquesta, es veurà un clar augment turístic a Girona gràcies a aquesta filmació.

Això també podria ser promogut mitjançant l'alcalde de la ciutat, Carles Puigdemont, el qual sempre ha mostrat un interès pels temes turístics de la ciutat. Aquest, en el seu moment, també va parlar sobre la pròxima filmació de "Game Of Thrones", amb unes expectatives molt positives i amb ganes de que el projecte tingués una elevada acceptació.

Un altre punt important, i parlant sobre la Film Office Girona, crec necessari que un cop acabat aquest projecte el porti a les mans dels encarregats d'aquesta film commission a càrrec del govern de la ciutat. Considero que els pot ser de gran ajuda tant per actualitzar les dades de localitzacions que tenen disponible a la seva pàgina web oficial, com per motivar-los a realitzar aquest estudi turístic comentat.

Més enllà d'aquest dos matisos, m'agradaria donar referències de quines entitats es podrien beneficiar d'aquesta tipologia de turisme, i de quina manera.

Englobant, el Patronat Costa Brava Pirineu de Girona podria utilitzar aquesta estratègia de venda com un punt més de motivació i interès pels turistes, o fins i tot per la gent d'aquí interessada en aquests aspectes. Tal com han dut a terme algunes DMOs, es podrien crear paquets turístics així com tours guiats per les localitzacions de rodatge. Com ens els casos que em vist de "Game Of Thrones" a Irlanda o de "The Lord Of The Rings" a Nova Zelanda. D'aquesta manera, s'emfatitza la imatge de la ciutat i la motivació dels turistes, així com el creixement del film tourism, tant jove i amb poc recorregut.

Això també es podria dur a terme, de manera més local a la ciutat de Girona, a partir de xerrades tant al Museu del Cinema com al Cinema Truffaut. Aquests dos òrgans, podrien realitzar xerrades sobre el cinema a la ciutat i la seva relació amb el turisme, tant de manera informativa com de manera acadèmica.

Finalment, realitzar xerrades però en aquest cas a les guies turístiques de la ciutat, les quals poden adaptar els seus discursos i explicacions de la ciutat a partir d'aquests llocs fílmics. Fins i tot, posar en acció guies turístiques per aquestes zones de rodatge.

7. CONCLUSIONS

La realització d'aquest treball ha estat molt satisfactòria ja que m'apassiona el món del cinema, i portar a terme un projecte sobre el cinema i turisme ha estat tot un plaer. Haig de dir que en alguns moments la poca motivació ha esgotat les meves forces, no per falta d'interès, sinó més aviat per falta de temps. Tanmateix, el poder estudiar i escriure sobre rodatge de la ciutat de Girona ha portat a que encara em captivés més la cinematografia i el voler tirar aquest treball endavant, i no deixar-lo en un simple Treball de Final de Grau.

El que m'ha suposat més esforç i paciència durant aquests mesos ha estat la falta d'informació sobre les pel·lícules rodades a Girona, així com d'informació referent al cinema i turisme. Com s'ha comentat, el film tourism és molt novell i les notícies d'aquest són mínimes i escasses.

La menció sobre els films de la ciutat és insignificant i ínfima, així com la poca fiabilitat d'aquesta disposició. He hagut de recórrer a demanar ajuda a professionals del cinema de la ciutat i de crítiques pròpies per poder arribar al final.

Un altre fet que he hagut d'agafar amb molta tolerància ha estat la visualització de la filmologia. M'agraden tots els gèneres cinematogràfics, però en aquest cas, algunes pel·lícules s'han fet llargues i duradores tant sigui per la seva antiguitat com per falta d'argument propi o coherència. Tanmateix, el conèixer de films catalans i de gèneres aliens als que estava acostumada ha estat tot un repte, un desafiament gratament positiu.

Arribats a aquest punt, recordem els dos objectius principals que tenia com a propòsit d'arribar. Saber si:

- A) Les filmacions a la ciutat de Girona són rodades aquí amb una voluntat expressa de projectar Girona o bé la ciutat és un escenari casual i neutre?
- B) i, aquests rodatges aporten una promoció turística comparable amb la publicitat que fa la ciutat de Girona d'ella mateixa?

Després de veure els resultats de l'anàlisi i de la realització de tot el projecte, puc respondre les preguntes bàsiques plantejades al començament d'aquest treball.

Puc afirmar que la intenció de rodar pel·lícules a Girona, en el major dels casos, fou feta de manera intencionada i amb l'objectiu de que sorgís plasmada la ciutat. En alguns films sí que aquestes filmacions són dutes en localitzacions poc o gens conegudes per moltes persones, però puc dir que una gran quantitat ha tingut en compte els espais més importants i turístics d'aquesta. Això es pot veure perfectament en quins són els nodes turístics més ensenyats. Els que surten amb més freqüència són aquells pels quals es coneix la ciutat de Girona: Catedral, Cases de l'Onyar i la Pujada de Sant Domènec. La seva repetició continua al llarg de tants de films porta a que els directors i encarregats del rodatge van escollir els espais a partir de la imatge ja creada de la ciutat, no van voler fer-ne una de nova ni ensenyar zones poc conegudes. L'objectiu principal és que l'espectador pugui reconèixer Girona a simple vista. Fins

i tot els films els quals intenten disfressar i camuflar que es tracta de Girona, en el fons, crec que és una manera indirecta de fer-ne també propaganda, ja que en molts de casos la ciutat es pot reconèixer sense massa problemes, si més no per qui hi té un mínim de familiaritat.

Per tant, i responent la segona pregunta bàsica, es poden comparar perfectament els espais de rodatge amb la propaganda turística que fa Girona d'ella mateixa. Aquesta equiparació feta a partir dels nodes més repetits en els 14 films i els *sights* més importants que apareixen als fulletons de la ciutat, s'ha vist de manera molt clara. Coincideixen dos dels tres nodes, la Catedral i les Cases de l'Onyar com a principals, tot i que el tercer, Barri Vell, també el podríem acceptar ja que generalitza un espai de la ciutat molt extens, el qual està inclòs el tercer node que sortia als meus resultats de l'anàlisi, la Pujada de Sant Domènec. És coincidència de que aquests nodes coincideixin? És molta casualitat de que al llarg de 14 films els nodes més repetits siguin els més turístics de la ciutat? No crec, i torno a repetir al pensar que està molt més estudiat del que pot arribar a semblar. L'atzar no encerta en tantes ocasions.

Així doncs, puc al·legar que el cinema és un art amb l'habilitat de promoure una ciutat o uns espais. És una estratègia de venda d'imatge absoluta per les localitzacions, i en aquest cas per Girona també.

Sinopsi: la gran majoria de les filmacions rodades a la ciutat de Girona són rodades aquí amb intenció de donar a conèixer la ciutat; a més a més de que els indrets més utilitzats són els més importants i turístics de la ciutat en quan a promoció.

8. LÍNIES FUTURES

Per finalitzar el meu projecte, i tornant a fer esment al comentat a l'[últim punt de l'apartat 6](#), m'agradaria fer unes pinzellades a futures línies de millora pels rodatges a la ciutat de Girona; així com donar una opinió final d'aquest i plantejar una futura utilització d'aquest.

Parlant sobre línies òptimes, crec que seria necessari que la Film Office Girona creés un projecte estudiant l'impacte turístic a la ciutat de Girona de les pel·lícules. Tal com s'ha vist en els exemples de Londres, Malta o Nova Zelanda, aquests han dut a terme estudis sobre quin increment ha suposat per la ciutat o regió que es gravés aquella pel·lícula o sèrie. Crec que seria convenient que això també es portés a Girona, ja que d'aquesta manera es podria arribar a veure fins a quin punt els rodatges donen el seu fruit i també seria una manera de poder encarar el turisme d'una forma diferent. Més ara que hi ha el rodatge de la sèrie més important al moment, "Game Of Thrones".

Llavors les estratègies turístiques podrien ser diferents, o modificades, i encarades cap a aquest tipus de turisme; cosa que fins ara encara no s'ha dut a terme.

Aquestes estratègies de màrqueting podrien ser dutes a terme tant des de l'Ajuntament de Girona, com a partir d'organitzacions. El Patronat Costa Brava Pirineus de Girona, el Museu del Cinema o el Cinema Truffaut són uns dels exemples idonis per aconseguir aquests objectius.

Conversant amb la Film Office Girona, em varen comentar que realment els agradaria molt realitzar un projecte d'aquestes dimensions, i que no ho descarten de cares als pròxims anys. Tanmateix, crec que no s'han d'estancar a on són i tenir l'ambició de voler créixer de manera més àmplia, aprofitant al màxim tots els recursos possibles el més aviat possible.

Un altre punt a millorar, i tal com s'ha comentat en punts anteriors, és el de posar els màxims esforços possibles a la pròxima filmació de la nova temporada de la sèrie "Game Of Thrones" a la tardor. És una oportunitat única pel reconeixement de la ciutat i s'ha d'estudiar de forma molt detallada quina és la millor estratègia a portar a terme perquè això funcioni correctament i que el turisme creixi d'una forma considerable gràcies a aquesta.

Finalment, comentar de que, tal com s'ha vist, a la comarca gironina només existeix una film commission, i és la de Girona. A simple vista això no ocasiona un greu problema, però comporta a que aquesta només proporciona dades i rodatges de la ciutat en sí, no dels voltants de la regió. Això posa a la expectativa de que de la resta de territoris gironins no tenim informació de les filmacions dutes a terme, o sí més no dades concretes dels llocs de rodatge. L'inici d'aquest treball tenia l'objectiu de fer un estudi com el d'aquest però de tots els films de la Costa Brava. Malauradament, la informació accessible disponible és tant mínima, insuficient i tan poc fiable que és quasi impossible fer-ne un recull justicier. Ja sigui perquè aquesta informació ha estat llançada, cremada, amagada o censurada; però és cert de que estem parlant d'un nombre molt extens de films rodats a la Costa Brava des dels inicis del cinema, dels quals pocs s'hi poden accedir.

Per tant, una film commission més general, o unes de més petites podrien ser de molta ajuda per poder recollir tota aquesta informació ja mancada i encarar les del futur pròxim.

Per totalitzar aquest treball, m'agradaria afegir que estaria interessada en poder entregar aquest projecte a la Film Office Girona i a l'Ajuntament de Girona, per poder-los ser d'ajuda en completar i actualitzar les dades que tenen disponibles al seu web sobre els films rodats a la ciutat de Girona, ja que crec que els podria ser de gran ajuda.

A més a més de voler intentar de portar aquest projecte més enllà, no estancar-lo en un simple Treball de Final de Grau per fer-me valer dels coneixements aconseguits. M'agradaria poder fer arribar aquests estudis en un petit article sobre el cinema i Girona en una revista o diari de la ciutat. És un tema apassionant i poc explotat fins ara, gairebé inexistent.

El cinema pot aportar a Girona un potencial excel·lent i una promoció tant al país com, en termini més llarg, fora d'aquest. S'ha d'explotar al màxim i de la millor manera.

9. BIBLIOGRAFIA

- (1996). Cent anys de cinema: una memòria entre dos aniversaris. *Revista de Girona*, 176 volum, 57-59.
- Armiñán, Jaime de (director). (1987). *Mi General* [Pel·lícula]. Espanya: Fígaro Films
- Beeton, Sue. (2005). *Film-induced Tourism*. (1 edició). Regne Unit, Estats Units d'Amèrica i Canadà: Channel View Publications
- Bellsolà, Robert (director). (2014). *Dos a la Carta* [Pel·lícula]. Espanya: Aiguaviva Films
- Busby, G i Klug, J. (2001). Movie Induces Tourism: the Challenge of Measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7 volum, 316-322
- Casamitjana, Sergi (productor) i Coll, Mar (director). (2009). *Tres Días con la Familia* [Pel·lícula]. Espanya: Escándolo Films
- Cercas, Javier. (2003). *Diálogos de Salamina: un paseo por el cine y la literatura*. (1 edició). Madrid i Barcelona: Plot i Tusquets
- Cortés, Eduard (director). (2012). *The Pelayos* [Pel·lícula]. Espanya: Alea Docs & Films
- Cusachs, Manuel. (1992). Mataró i el cinema. 1897-1905 Les beceroles del setè art a Mataró. *Fulls del Museu Arxiu de Santa Maria*. 44 volum. 10-15
- Donaire, José Antonio. (2012). Turisme i cinema. Dins Ramon Girona (ed.). *Cinema, publicitat i turisme* (1a ed., p. 145-153). Girona: Documenta Universitaria
- Eichinger, Bernd (productor), i Tykwer, Tom. (2006). *El Perfume: historia de un asesino* [Pel·lícula]. Alemanya, França i Espanya: VIP Medienfonds 4, Neff Productions, Castelao Productions
- Gámir Orueta, Agustín i Manuel Valdés, Carlos. (2007). *Cine y Geografía: espacio geográfico, paisaje y territorio en las producciones cinematográficas*. Dins Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles N. 45. 157-190
- García Ruiz, Salvador (director). (2004). *Las Voces de la Noche* [Pel·lícula]. Espanya: DeAPlaneta
- Girona, Ramón., Prats, Lluís. (2012). Espanya, anys 50: dictadura, cinema i turisme. Dins Ramon Girona (ed.). *Cinema, publicitat i turisme* (1a ed., p. 155-174). Girona: Documenta Universitaria
- Gómez Pereira, Manuel (director). (2008). *El Juego del Ahorcado* [Pel·lícula]. Espanya i Irlanda: Ovídeo TV, El Amigo de Lenon Producciones, Subotica Entertainment Ltd.

- Guerrero, Carlota i Vilà, Mar. (2012). Barcelona-Catalunya film commission: Les film commissions com a estructuradores de la gestió del territori com a espai de rodatges. Dins Ramon Girona (ed.). *Cinema, publicitat i turisme* (1a ed., p. 119-132). Girona: Documenta Universitaria.
- Huelin, Eduard. (1997). Fructuós Gelabert: Riña en un cafè (1987): Un segle després. *Film-Historia. VII volum*, No.3. 269-274
- Kaplan Andreas M., Haenlein Michael. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. (Vol. 53, Issue 1). Business Horizons. Elsevier. 59-68
- Lewin, Albert (director). (1951). *Pandora y el holandés errante* [Pel·lícula]. Regne Unit: Dorkay Productions i Romulus Films
- Moll, Dominik (director). (2009). *El Monje* [Pel·lícula]. França i Espanya: Diaphana Films, Estrategia Audiovisual i Morena Films
- Ramos, Francisco (productor) i González Molina, Fernando (director). (2012). *Tengo Ganas de Ti* [Pel·lícula]. Espanya: Antena 3 Films, Charanga Films, Estudios Hackenbush, Zeta Cinema
- Roesch, Dr. Stefan (Senior Consultant for CenTouris). (2012). Understanding Film Tourism. Dins Ramon Girona (ed.), *Cinema, publicitat i turisme* (1a ed., p. 133-143). Girona: Documenta Universitaria
- Romaguera, Joaquim (2005). *Diccionari del cinema a Catalunya*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana
- Romaguera, Joaquim. (2005). *Silenci, rodem! Història del cinema a les comarques de Girona*. Girona: Col·legi de Periodistes de Catalunya. Demarcació de Girona
- Vicente Gómez, Andrés (productor) i Trueba, David (director). (2003). *Soldados de Salamina* [Pel·lícula]. Espanya: Lolafilms i Fernando Trueba PC
- Vilà Barceló, Pere (director). (2007). *Pas a Nivell* [Pel·lícula]. Espanya: DDM Visual, Imago Produccions i Manium Produccions
- Vilà Barceló, Pere (director). (2013). *La Lapidation de Saint Étienne* [Pel·lícula]. Espanya i França: Eddie Saeta SA, DDM Visual, Manium Produccions, L'Âge d'Or Production

10. WEBGRAFIA

20 Minutos. (2015). *20 Minutos*. Recuperat de <http://www.20minutos.es/>

ABC. (2015). *ABC*. Recuperat de <http://www.abc.es/>

Acocollona't. *Acocollona't*. Recuperat de <http://acocollonat.wix.com/acocollonat>

Ajuntament de Girona. *Girona emociona*. Recuperat de <http://www2.girona.cat/ca/>

Ajuntament de Girona. (2015). *Unitat Municipal d'Anàlisi Territorial*. Recuperat de http://terra.girona.cat/vu/art_al_carrer/?ActiveLayer=0&Query=CODI=104&QueryZoom=Yes&ZoomBox=400

Ajuntament de Barcelona i Generalitat de Catalunya. *Barcelona Film Commission – Catalunya Film Commission*. Recuperat de <http://bcncatfilmcommission.bcn.cat/ca>

Ara Girona. (2015). *Ara Girona*. Recuperat de <http://www.aragirona.cat/>

Área de Comunicación. (2015). Parte de la sexta temporada de Juego de Tronos se rodará en España. *Área de Comunicación Canal+*. Recuperat de <http://www.comunicacion.canalplus.es/archivo/newsletter/3751>

Barone, Matt., Tharpe, Frazier., Topscher, Greg., Monroe, Justin., Scarano, Ross., Goncalves, Stephanie., Aquino, Tara. (17 juny 2013). *Complex*. Recuperat de <http://www.complex.com/pop-culture/2013/06/best-tv-shows-2013-so-far/>

Bolan, Dr. Peter., Hutchinson, Dr. Karise., Kearney, Mr Matthew. (2015). Knowledge Exchange Seminar Series (KESS). *Northern Ireland Assembly*. Recuperat de http://www.niassembly.gov.uk/globalassets/documents/raise/knowledge_exchange/briefing_papers/series4/briefing-developing-and-harnessing-golf-tourism-and-film-tourism-as-economic-drivers.pdf

Bonet Mojica, Lluís., F. Sandoval, Antonio. (08 novembre 2001). "Soldados de Salamina", al cine. *La Vanguardia*. Recuperat de <http://www.lavanguardia.com/cultura/20011108/51262868337/soldados-de-salamina-al-cine.html>

Carolina, Diana. (2009). *Análisis semiótico-visual de películas ganadoras a mejor fotografía en el festival de San Sebastián* (Treball Final Grau). Recuperat de <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/5223/1/tesis174.pdf>

CEPDECI. *Cine y Viajes*. Recuperat de http://www.cineyviajes.com/costabrava_cat.htm

Cinedor. (2015). *Cinedor*. Recuperat de <http://www.cinedor.es/>

Consorci Catalan Films & TV. *Catalanfilmsdb*. Recuperat de <http://www.catalanfilmsdb.cat/ca/>

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals – TV3 i Catalunya Ràdio. *TV3*. Recuperat de <http://www.ccma.cat/tv3/>

Corporació Catalana de Mitjana Audiovisuals – TV3 i Catalunya Ràdio. (10 juliol 2015). “Joc de trons” també es rodarà al castell de Santa Florentina, a Canet de Mar. *TV3*. Recuperat de <http://www.ccma.cat/324/joc-de-trons-tambe-es-rodara-al-castell-de-santa-florentina-a-canet-de-mar/noticia/2674580/>

Costa Brava Girona Festivals. (2014). *Costa Brava Girona Festivals*. Recuperat de <http://www.costabravagironafestivals.com/>

Costa Brava Global Media. *Costa Brava Digital*. Recuperat de <http://www.costabradigital.cat/>

Diari de Girona. (2015). *Diari de Girona*. Recuperat de <http://www.diaridegirona.cat/>

Diputació de Girona. *Revista de Girona*. Recuperat de <http://www.revistadegirona.cat/rdg/home.seam>

DePelículasGratis. (2013). *De Películas Gratis*. Recuperat de <http://www.depeliculasgratis.com/>

EGEDA. *Filmotech – Todo tu cine en Español*. Recuperat de <http://www.filmotech.com/V2/ES/iniciofx.asp>

El Blog del Cine Español. (2015). *El Blog del Cine Español*. Recuperat de <http://www.elblogdecineespanol.com/?p=20455>

El Dimoni. (13 maig 2005). L'Audiència de Girona s'instal·larà a la plaça de toros després d'anys e recerca d'un nou espai. *El Dimoni*. Recuperat de

<http://www.eldimoni.com/audiencia-de-girona-sinstal%C2%B7lara-a-la-placa-de-toros-despres-danys-de-recerca-dun-nou-espai/>

El País. (2015). *El País*. Recuperat de <http://elpais.com/>

El País. (2009). *El País* [Document PDF]. Recuperat de http://www.elpais.com/elpaismedia/diario/media/200905/21/sociedad/20090521elpepisoc_1_Pes_PDF.pdf

El Periódico. (2015). *El Periódico*. Recuperat de <http://www.elperiodico.com/es/>

El Punt Avui+. (05 juliol 2015). Girona podrà fer servir imatges del rodatge de “Joc de Trons” per promocionar la ciutat. *El Punt Avui+*. Recuperat de <http://www.elpuntavui.cat/cultura/article/873717-girona-podra-fer-servir-imatges-del-rodatge-de-ljoc-de-trons-per-promocionar-la-ciutat.html?cca=1>

Enciclopèdia Catalana. *Enciclopèdia*. Recuperat de <http://www.enciclopedia.cat/>

Espanya. Real Decreto Legislativo 233/1971, de 21 de enero, por el que se regula el visado y la autorización previa a la producción y difusión de material audiovisual susceptible de ser reproducido en la pantalla de un aparato receptor. (BOE [en línea], núm. 40, 16-02-1971, pág. 2530-2530 (1 pág.)). Recuperat de <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1971-224>

Estrenos 21. (2015). *Decine21*. Recuperat de <http://decine21.com/index.php>

Euroscreen. (2015). *Euroscreen*. Recuperat de <http://www.euroscreen.org.uk/>

Federación de Cines de España. *FECE*. Recuperat de <http://www.fece.com/>

Festival de Cinema de Girona. *Festival de cinema de Girona*. Recuperat de <http://www.gironafilmfestival-26.com/>

Filmaffinity – Movieaffinity. (2015). *Filmaffinity*. Recuperat de <http://www.filmaffinity.com/es/main.html>

Filmaps. (2011). *Filmaps*. Recuperat de <http://www.filmaps.com/es/>

Film London. (2015). *Film London*. Recuperat de <http://filmlondon.org.uk/>

FilmTourism. *Filmtourism*. Recuperat de <http://www.film-tourism.com/>

Game Of Thrones Tour. (2014). *Game Of Thrones Tour*. Recuperat de <http://www.gameofthronestours.com/>

Generalitat de Catalunya Departament de Cultura. *ARGUS*. Recuperat de <http://argus.biblioteques.gencat.cat/iii/encore/?lang=cat>

George Shunick. (03 maig 2012). Why "Game of Thrones" is the Best Show on TV. *Arts.Mic*. Recuperat de <http://www.mic.com/articles/7856/why-game-of-thrones-is-the-best-show-on-tv>

Gil, Rafel (director). (1955). *El Canto del Gallo* [Pel·lícula]. Espanya: Aspa PC. Disponible des de <http://gloria.tv/?media=448107&language=3SsSaAhCEfb>

Gobierno de España. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2014). El cine i el vídeo en datos y cifras. Recuperat de <http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2007/CinePeliculasEspañolas.html>

Goundry, Nick. (18 maig 2012). Film London awarded funding for film tourism initiative EuroScreen. *The Location Guide*. Recuperat de <http://www.thelocationguide.com/blog/2012/05/film-london-awarded-funding-for-film-tourism-initiative-euroscreen/>

Gremi d'Empresaris de Cinemes de Catalunya. *Gremi d'Empresaris de Cinemes de Catalunya*. Recuperat de <http://www.gremicines.com/ca/qui-som>

Hudson, Simon., Ritchie, J.R. Brent. (2006). Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives, volum 44 (4), 387-396. Recuperat de <http://jtr.sagepub.com/content/44/4/387.short>

Hermes Comunicacions i Corporació Catalana de Comunicació. (2015). *El Punt Avui+*. Recuperat de <http://www.elpuntavui.cat/girona/nacional.html>

Human Digital. (2014). Impact Measurement Tool – Quantifying Location Placement Value. Recuperat de http://issuu.com/filmlondon/docs/quantifying_location_placement/0

IMDb. (2015). *IMDb*. Recuperat de http://www.imdb.com/?ref =nv_home

Journal of Vacation Marketing. (12 juliol 2006). Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing*, 256-268. Recuperat de <http://jvm.sagepub.com/content/12/3/256.full.pdf+html>

LABUTACA.NET. *LaButaca*. Recuperat de <http://www.labutaca.net/>

Laura Díaz. (2013). *Barcelona en Pantalla: El aroma Medieval de Barcelona, la ruta de El Perfume*. Recuperat de <https://barcelonaenpantalla.wordpress.com/2013/05/15/el-aroma-medieval-de-barcelona-la-ruta-de-el-perfume/>

La Vanguardia. (2015). *La Vanguardia*. Recuperat de <http://www.lavanguardia.com/index.html>

La Voz Digital. (14 maig 2015). La Andalucía Film Commission busca nuevos acuerdos en Cannes. *La Voz Digital*. Recuperat de <http://www.lavozdigital.es/cultura/cine/201505/14/andalucia-film-commission-cannes-20150514155222-pr.html>

Martínez, Carme. (2015). L'atrezzo de Joc de Trons al Museu del Cinema. *Ser Catalunya Ràdio Girona*. Recuperat de http://cadenaser.com/emisora/2015/06/08/radio_girona/1433764466_024303.html

Millward Brown. (2013). Titanic Belfast: visitor experience survey 2013. *Tourism Northern Ireland*. Recuperat de <http://www.nitb.com/Portals/2/downloads/research%20and%20intelligence%20docs/TITANIC%20BELFAST%20Research%202013.pdf>

Monografias. *Monografies*. Recuperat de <http://www.monografias.com/trabajos37/semiotica/semiotica.shtml>

Morris, Hugh. (9 juny 2015). Game of Thrones tourism boost for County Antrim. *The Telegraph Travel*. Recuperat de <http://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/uk/northernireland/11662049/Game-of-Thrones-tourism-boost-for-County-Antrim.html>

MundoCine. *MundoCine*. Recuperat de <http://www.mundocine.net/index.php>

Museu del Cinema. (2001). Exposició temporal: Pandora. Recuperat de http://www.museudelcinema.cat/cat/agenda_fitxa.php?idReg=2480&categ=&data=08/01

Northern Ireland Tourist Board. *Discover northern ireland*. Recuperat de <http://www.discovernorthernireland.com/>

Patronat de Turisme Costa Brava Girona. (2015). *Costa Brava Pirineu de Girona*. Recuperat de <http://ca.costabrava.org/>

Pedres de Girona. (2014). *Pedres de Girona*. Recuperat de <http://www.pedresdegirona.com/cine/index.htm>

Prieto, Mònica. (2012). *La xarxa de municipis de la Barcelona-Catalunya Film Commission: contribuïdora en la consolidació de la indústria cinematogràfica i audiovisual a Catalunya* (Treball Final de Grau). Recuperat de http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/10148/PrietoTurroMonica_Treball.pdf?sequence=1

Revistes Catalanes amb Accés Obert. *RACO*. Recuperat de <http://www.raco.cat/index.php/raco>

Rocambolesc (@RRRocambolesc). *Twitter*. Recuperat de <https://twitter.com/RRRocambolesc>

Rutas de cine por el Alt Empordà. *Catalunya*. Recuperat de <http://www.catalunya.com/rutas/rutas-de-cine-por-el-alt-emporda-24-1-83>

Spain Film Commission. *Shooting in Spain*. Recuperat de <http://www.shootinginspain.info/index.php/es/>

Temporada Alta – Festival de tardor de Catalunya. *Temporada alta – Festival de tardor de Catalunya, Girona – Salt*. Recuperat de <http://www.temporada-alta.net/ca/programacio/98-vad-festival-internacional-de-video-i-arts-di.html>

Thomas, Eric. (21 maig 2013). *Game Of Thrones Is The Greatest Show in History*. *CBS Detroit*. Recuperat de <http://detroit.cbslocal.com/2013/05/21/game-of-thrones-is-the-greatest-show-in-history/>

Titanic Foundation. *Titanic Foundation*. Recuperat de <http://www.titanic-foundation.org/>

Tourism Northern Ireland. (2013). *800.000 visitors to Titanic Belfast*. *Tourism Northern Ireland*. Recuperat de <http://tourismni.com/NewsMedia/LatestNews/tabid/180/EntryId/565/800-000-visitors-to-Titanic-Belfast.aspx>

TVE Catalunya (@tve_catalunya). *Twitter*. Recuperat de https://twitter.com/tve_catalunya

Twitter. (2015). *Twitter*. Recuperat de <https://twitter.com/>

Universitat Autònoma de Barcelona. (2015). *UAB*. Recuperat de <http://www.uab.cat/web/biblioteca-de-comunicacion-y-hemeroteca-general/fondo-romaguera-1261553803367.html>

Vanguardia de Sevilla. (02 juliol 2015). Crece el interés turístico por Sevilla y Osuna, escenarios de "Juego de Tronos". *Vanguardia de Sevilla*. Recuperat de <http://www.vanguardiadesevilla.com/texto-diario/mostrar/294734/crece-el-interes-turistico-por-sevilla-y-osuna-escenarios-de-juego-de-tronos>

Vilamitjana, Jordi. (24 gener 2004). Evocació d'un paradís perdut: el riu Güell. *El Dimoni*. Recuperat de <http://www.eldimoni.com/evocacio-dun-paradis-perdut-el-riu-guell/>

Visit Belfast. (2015). *Visit Belfast*. Recuperat de <http://www.visit-belfast.com/>

Xarxa Audiovisual Local. *Xip/tv*. Recuperat de <http://www.xiptv.cat/>

11. ANNEXES

Els annexes d'aquests treball seran a partir de links directes a una carpeta al Drive de Google. Això ha estat realitzat així ja que els documents annexats són d'un volum molt gran, així com d'una llargada considerable. D'aquesta manera, aquest projecte no ocupa tantes pàgines i es pot consultar sense problemes de manera online.

Els documents annexats per consulta són:

1. Llistat de totes les pel·lícules rodades a la Costa Brava. Primer inici del projecte que més endavant fou modificat a només Girona.

https://drive.google.com/file/d/0B8hdMa-g_J6xMHNMcEN0ek9jV2s/view?usp=sharing

2. Llistat de les 55 pel·lícules rodades a Girona, abans de fer la selecció final de les 14. En aquest llistat es mostren aquestes, així com detalls, informació, dubtes i altres dades importants a tenir en compte.

https://drive.google.com/file/d/0B8hdMa-g_J6xN1ZIRkg1aV92dJg/view?usp=sharing

3. Anàlisi dels 14 films. Aquest anàlisi pertany a l'[apartat 5.1.](#) del treball, però per la seva extensió ha estat annexat en aquí.

https://drive.google.com/file/d/0B8hdMa-g_J6xLURrZ1pGR0xmbHM/view?usp=sharing