

El cine modifica la percepción cultural del paisaje

Un estudio que analiza las relaciones entre las producciones cinematográficas y el espacio geográfico, realizado por investigadores de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), demuestra la importancia que tiene el cine en la formación del imaginario paisajístico en la sociedad.

UC3M

12/5/2008 16:00 CEST



Carlos Manuel y Agustín Gámir

Foto: OIC / UC3M

Antes de que el cine se convirtiese en un medio de masas, la percepción de los territorios por parte de la sociedad procedía, sobre todo, de la pintura y la literatura. Con la llegada de la gran pantalla, el imaginario paisajístico cambió de manera notable, como señala Agustín Gámir, uno de los autores del estudio: "Antes, la información sobre ámbitos lejanos era muy limitada, mientras que ahora es más generalizada y habitual". Esta generalización del cine en la sociedad ha motivado una importante repercusión del paisaje en el cine, concluye el estudio.

Aun así, como explican Agustín Gámir y Carlos Manuel a lo largo de la investigación, las imágenes cinematográficas no son fieles reproductoras del espacio geográfico. Para C. Manuel, “la incorporación cada vez más habitual de imágenes digitales provoca que una aproximación al entorno geográfico, aparentando ser real, resulte absolutamente falsa, aunque la sociedad lo asuma como algo fiel a esa realidad”. En la misma línea, A. Gámir señala que la capacidad que tiene el cine “no está exenta de visiones alteradas, de mensajes tergiversadores o miradas equívocas”.

Los investigadores, del Departamento de Humanidades: Geografía, Historia Contemporánea y Arte de la UC3M, destacan también el habitual ejercicio de suplantación de paisajes en las películas. Dichas sustituciones se deben a distintos factores, entre los que se encuentran las propias condiciones del medio (zonas inaccesibles o sometidas a condiciones meteorológicas muy adversas, por ejemplo), la elevada actividad humana, motivaciones económicas y políticas o la distribución de los estudios de rodaje. Esta suplantación conduce a lo que denominan “contradicción geográfica”. Para los profesores, esta “farsa” paisajística está justificada desde el punto de vista de que el cine no deja de ser un mero género artístico y, por tanto, “lejano de los parámetros científicos y más próximo a una ‘narración novelada con imágenes’”, concluyen en el propio artículo, publicado recientemente en el *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* bajo el título “Cine y geografía: espacio geográfico, paisaje y territorio en las producciones cinematográficas”.

Turismo cinematográfico

La importancia del cine no sólo afecta al espectador, sino que como, explican los autores, también tiene consecuencias en el propio territorio. En este sentido, son numerosos los ejemplos de películas que contribuyen al incremento de visitas turísticas. Este incremento del turismo hacia los lugares de rodaje, fenómeno conocido como *movie tourism*, “puede producir un beneficio económico, pero también una degradación del entorno donde se rodó la película y de las zonas próximas al mismo”, afirma Carlos Manuel.

En la actualidad ya se están produciendo consecuencias territoriales y económicas resultantes tanto de la fase de rodaje como de la exhibición de las películas. Según A. Gámir, las *film commissions* (agencias intermediarias

entre las productoras cinematográficas y las administraciones locales en la organización logística de los rodajes) “tratan de establecer una suerte de *vinculación afectiva* con el lugar de rodaje de una película, de modo que se favorezca la afluencia de visitantes después de su estreno”. Para ambos investigadores las próximas líneas de investigación relacionadas con la geografía cultural y el cine deberían focalizarse en aspectos concretos (tratamiento del paisaje, análisis detallado de la presencia de paisajes españoles en el cine, o de diferentes regiones de nuestro país; contrastes entre el protagonismo de los espacios urbanos y los espacios rurales en el cine; análisis de las consecuencias territoriales asociadas al *movie tourism*), aunque todavía queda camino por recorrer al “existir una carencia inexplicable de estudios de este tipo”, afirman.

Más información

[Oficina de Información Científica de la UC3M](#)

Derechos: **Creative Commons**

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)