FACULTADE DE CIENCIAS EMPRESARIAIS
E TURISMO DE OURENSE

Trabajo de
Fin de Grado

JUEGO DE TRONOS Y SU IMPACTO EN EL TURISMO

Andrea Jácome Boo

Grado en Turismo

Curso 2019-2020

FACULTADE DE CIENCIAS EMPRESARIAIS E TURISMO DE OURENSE

Trabajo de Fin de Grado

Juego de Tronos y su impacto en el turismo

Andrea Jácome Boo

Tutor/a: Francisco Javier Sánchez Sellero

Grado en Turismo

Curso 2019-2020

RESUMEN

El turismo cinematográfico conforma un subsector de la industria del turismo que poco a poco cobra una mayor importancia, de tal modo que el cine cada vez se ve más intrínsecamente arraigado a la actividad turística. Tal es así que el sector del cine es en muchos casos empleado a modo de herramienta difusiva o publicitaria de los diferentes espacios geográficos o culturales, los cuales son tenidos en cuenta por los turistas en el proceso de selección de un destino.
En el presente trabajo se expone el caso de la serie televisiva “Juego de Tronos” y el impacto turístico que ha tenido en los diferentes espacios donde se ha rodado.

RESUMO

O turismo cinematográfico conforma un subsector da industria do turismo que pouco a pouco cobra unha maior importancia, de tal xeito que o cine cada vez vése máis instrínsecamente arraigado á actividade turística. Tal é así que o sector do cine é en moitos casos empleado como unha ferramenta difusiva ou publicitaria dos diferentes espazos xeográficos ou culturais, os cales téñense en conta polos turistas no proceso de seleción dun destino.
No presente traballo expónse o caso da serie televisiva “Juego de Tronos” e o impacto turístico que tivo nos diferentes espazos onde se rodou.

ABSTRACT

Cinematographic tourism conforms a subsector of the tourism industry, which, little by little is taking a bigger importance, that way cinema is becoming more essentially rooted to tourism activity. So is that, that cinema sector is, in loads of facts used as a diffuser tool of the different geographical or cultural spaces, which are taken in count by tourists in the destiny selection process.
In the present study-case, it is exposed to the case of the TV-Series “Game of Thrones” and the tourist impact it has had in the different spaces where it was filmed.

PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:

Turismo cinematográfico, Juego de Tronos, espacios geográficos, impacto

turístico. Cinematographic tourism, Game of Thrones, geographical spaces, tourism

impact

Índice

Índice de tablas **10**

Índice de gráficos de barras **11**

Índice de mapas **12**

Introducción **15**

1. Juego de Tronos: La serie. **17**
1.2. Las casas 18

2. Localizaciones **27**
2.1. Escenarios en Croacia 28
2.2. Escenarios en España 32
2.3. Escenarios en Islandia 35
2.4. Escenarios en Malta 36
2.5. Escenarios de Marruecos 38
2.6. Escenarios Reino Unido 39

3. Análisis de la actividad turística donde se rodó Juego de Tronos **43**
3.1. Actividad turística de Croacia 43
3.2. Actividad turística en España 51
3.3. Actividad turística en Islandia 55
3.4. Actividad turística en Malta 59
3.5. Actividad turística de Marruecos 61
3.6.Análisis turístico de Reino Unido 63

4. Análisis del impacto turístico en las localizaciones en las que se rodó la serie **67**
4.1. Impacto turístico en Croacia 67
4.2. Impacto turístico en España 69
4.3. Impacto turístico en Islandia 71
4.4. Impacto turístico en Malta 72
4.5. Impacto turístico en Marruecos 73
4.6. Impacto turístico en Reino Unido 74

5. Conclusiones **77**
5.1. Carácter del impacto 78

Referencias Bibliográficas **81**

Índice de tablas

Tabla 1- Casa Stark.....13
Tabla 2- Casa Lannister.....14
Tabla 3- Casa Baratheon.....15
Tabla 4- Casa Targaryen.....16
Tabla 5- Casa Greyjoy.....17
Tabla 6- Casa Arryn.....18
Tabla 7- Casa Tully.....19
Tabla 8- Casa Tyrell.....20
Tabla 9- Casa Martell.....21
Tabla 10- Llegada de turistas entre 1980 y 2015.....38
Tabla 11- Indicadores básicos del desarrollo turístico.....39
Tabla 12- Tipo de alojamiento entre 1980 y 2015.....40
Tabla 13- Tipo de alojamiento entre 1980 y 2015.....40
Tabla 14- Nº de pernoctaciones según tipo de alojamiento.....41
Tabla 15- Nº pernoctaciones según país de procedencia.....41
Tabla 16- Ciudades con mayor intensidad de flujo turístico.....43
Tabla 17- Nº de cruceros extranjeros.....44
Tabla 18- Ganancias por exportaciones turísticas.....48
Tabla 19- Turistas internacionales y cruceros.....48
Tabla 20- Pasajeros internacionales de cruceros.....49
Tabla 21- Que motivo lleva a los turistas a visitar Islandia.....51
Tabla 22- Contribución del turismo al PIB.....52
Tabla 23- Nº de turistas recibidos.....53
Tabla 24- Contribución del turismo al PIB.....54
Tabla 25- Nº de llegadas.....55
Tabla 26- Nº de viajes pernoctados, noches y gastos entre 2013 y 2018.....56
Tabla 27-Stock norirlandés de pensiones, BB y alojamientos.....58

Índice de gráficos de barras

Gráfico de barras 1- Nº de turistas internacionales recibidos.....38
Gráfico de barras 2- Nº pernoctaciones según país de procedencia.....42
Gráfico de barras 3- Evolución del PIB del sector turístico español.....45
Gráfico de barras 4-Evolución anual del nº de visitantes internacionales.....46
Gráfico de barras 5- Evolución anual de la inversión hotelera enEspaña.....47
Gráfico de barras 6- Turistas internacionales recibidos.....49
Gráfico de barras 7- Nº pernoctaciones en todos los tipos de alojamiento.....50

Índice de mapas

Mapa 1- Localización de las ciudades de Juego de Tronos en Europa.....22
Mapa 2- Localizaciones en Croacia.....23
Mapa 3- Localizaciones en Dubrovnik.....24
Mapa 4- Localizaciones en España.....27
Mapa 5- Localizaciones en Islandia.....30
Mapa 6- Localizaciones en Malta.....31
Mapa7- Localizaciones en Marruecos.....33
Mapa 8- Localizaciones en Reino Unido.....34

Introducción

> "El turismo cinematográfico, o turismo inducido a través del cine y la televisión, internacionalmente denominado Screen Tourism, es un fenómeno que crece en todo el mundo, y constituye un elemento esencial de la promoción de numerosos países como corolario de las estrategias nacionales de fomento de la cultura y el audiovisual. Se trata de una nueva tipología del turismo que responde a un desplazamiento del interés de los nuevos consumidores culturales hacia las industrias creativas, y en particular las artes audiovisuales". (Spain Film Commission, 2016, p.1).

Así pues, del mismo modo que afirmamos que el turismo guarda una relación estrecha con la economía y la sociedad, este subsector impacta en ambas de manera sustancial. Si nos referimos a los efectos que este tiene en la economía de una localidad a lo largo del rodaje, este genera un gran impacto, puesto que los presupuestos globales de dichas producciones es muy posible que se gasten en las localizaciones donde se va a rodar. Por el otro lado, la economía local también sufre cambios a posteriori; pues el turismo cinematográfico es cada vez más y más popular, y además de aumentar el número de rodajes hay grandes producciones que cuentan con audiencias de gran volumen. Es por tanto que dichos rodajes mueven masas, y mucha gente que pertenece a la industria del turismo se ha decantado por la creación de paquetes turísticos o incluso tours para visitar estas localizaciones, y conocer los lugares que muchos fans ansían conocer. ¿Qué fan de Harry Potter no desea ir al cementerio de Greyfriars en Edimburgo, a ver con sus propios ojos el lugar en el que J.K. Rowling se inspiró para crear a su villano?

El objetivo de este trabajo de investigación es analizar dicho impacto en el caso concreto de la mundialmente famosa serie "Juego de Tronos". Se hará por tanto un estudio de las diferentes localizaciones en todo el mundo donde ha tenido lugar el rodaje de la misma, y en base a la recopilación de datos de las diferentes zonas, localidades y países se profundizará en cómo se ha visto afectada cada una de las mismas. Así pues, se concluirá abordando la temática de si el efecto que ha tenido el rodaje en estas localizaciones ha tenido un carácter negativo o positivo para estas zonas, pues, como veremos, muchas de ellas se han visto masificadas y sobre explotadas; hablando en términos turísticos.

De este modo, el objetivo principal de este trabajo de investigación guarda cierta relación con asignaturas cursadas a lo largo del Grado en Turismo; a saber:

Cuando hablamos del proceso de comunicación o promoción de un destino turístico hay que pensar en la gran relevancia que tiene en el análisis en este trabajo. Así pues, se observará el impacto que tuvo el rodar la serie en diferentes localizaciones, lo cual supuso; como veremos más adelante, un aumento del flujo turístico. Como es sabido, el marketing lo que busca es promocionar y distribuir los productos sacando el máximo beneficio; por consiguiente, conseguir el mayor número de ventas; y en este caso, el mayor número de turistas. Por lo tanto, gracias a asignaturas como la de Mercadotecnia turística, Distribución o Promoción conocemos conceptos como el término "Publicity" el cual podría definirse de manera rápida y sencilla como "publicidad no pagada", y que es perfectamente aplicable al caso que estamos tratando, ya que gracias a la aparición en la serie, dichas localizaciones han sufrido una promoción tanto en redes como en medios de comunicación, sin haber supuesto ningún esfuerzo de cualquier índole a las organizaciones encargadas de la distribución y captación de turistas en estas localidades.

La asignatura de Sistemas de Información para la Gestión Turística ha servido para comprender la información recibida por parte de las diferentes organizaciones a las que se ha contactado para la obtención de datos. De tal modo, lo enseñado en esta materia sobre la importancia que tiene hoy en día que las organizaciones del sector diseñen e implanten un sistema de información eficiente. Del mismo modo también cabría destacar la materia de estadística, gracias a la cual se han comprendido los parámetros encontrados y aportados por dichas entidades.

Desde una perspectiva pública y gubernamental, en este trabajo se abordan temáticas de esta índole, pues como se verá referido más adelante los diferentes gobiernos e instituciones de las localidades donde se ha rodado han tenido que establecer una serie de medidas. Un ejemplo sería el caso de Dubrovnik (que se tratará posteriormente), pues se han visto obligados a establecer un máximo de visitantes por día. De este modo podemos relacionarnos la materia de Planificación Pública del Desarrollo Turístico, pues trata de enseñar el papel que tienen las Administraciones Públicas del sector turístico y los principales principios de políticas públicas relacionadas con el turismo.

Dentro de esta misma temática también se tiene relación con la asignatura de Arte y Patrimonio Cultural pues, a parte de venir relacionada por tratarse de localidades (muchas de las cuales son reconocidas como Patrimonio de la Humanidad o Bien de Interés Cultural), en esta asignatura también se tratan los problemas de la convivencia entre las actividades turísticas y la preservación y respeto de los bienes (lo cual abordaremos también, más adelante).

1. Juego de Tronos: La serie.

“Juego de Tronos” da nombre a la primera novela escrita por George R.R. Martin en 1996, de la saga “Canción de Hielo y Fuego”. Así pues, se trata de una adaptación televisiva producida por HBO de esta saga de éxito mundial y ganadora de 38 Premios Emmy, entre otros.

La historia de Juego de Tronos, presenta un continente principal en el que se desarrolla la trama, llamado “Poniente” el cual está dividido en siete antaño reinos individuales y que actualmente son regidos bajo una única corona, localizada en la capital; Desembarco del Rey. De este modo, la serie inspirada en la época medieval presenta tramas de diferentes personajes y familias, las cuales se ven entrelazadas por un único fin: la obtención del trono. Siendo diferentes los intereses que mueven a cada personaje, se juntan un cúmulo de intrigas, política, luchas de poder y romances.

De todos modos, y a pesar de las diferencias y luchas de poder que suceden a lo largo de la serie, hay una amenaza mayor común: los caminantes blancos. Estos seres son una especie de zombies gélidos que viven al norte del continente y dedican sus fuerzas en la creación de un ejército de muertos para así, acabar con todo el mundo. Tal es así, que mucho antes de donde la serie da comienzo, se construyó un muro mágico de hielo en el reino del Norte, dividiendo al mismo en dos y para así protegerse de la entrada de dichos seres. Con el paso del tiempo, y tras la construcción del muro, hubo gente que se quedó atrapada al norte del muro, debido a un simple hecho geográfico, por lo que estas personas denominadas “salvajes” emprenden su guerra para intentar refugiarse tras el muro. Tanto es así, que se crea un “cuerpo” llamado la “Guardia de la Noche”, cuya misión es vigilar y defender el muro ante la posible llegada de salvajes o caminantes blancos.

La serie se abre presentando al actual rey, Robert Baratheon (quien, tras una rebelión consiguió reinar) y su preocupación por la noticia de la existencia de la hija del rey legítimo, pues ahora es ella quien debería ocupar el puesto.

Así pues, tal y como se ha dicho anteriormente y como encontramos en una publicación de Cadena Ser (Septiembre 2017), siete eran los antiguos reinos que ocupaban el continente, siendo, de norte a sur los siguientes:

- El Norte. Se trata del reino que limita al norte con el muro. Su capital es Invernalia, lugar de residencia de la familia Stark.
- Tierras de los Ríos. Su capital es Aguasdulces, y la familia en cabeza de estas tierras son los Tully.
- El Valle. Con capital en el Nido de Águilas, la casa Arryn es la gobernadora de este lugar.
- La Roca. Es el hogar de los Lannister, siendo su principal asentamiento Roca Casterly, hogar de la familia regidora.
- Tierras de la Tormenta. La casa Baratheon era quien estaba en cabeza de estas tierras, teniendo la capital y castillo principal en Bastión de Tormentas. • El Dominio. Se trata del asentamiento de la casa Tyrell, quienes rigen estas tierras desde su asentamiento en Altojardín.
- Dorne. Hogar de la casa Martell, es la zona más al sur del continente cuya capital es Lanza del Sol.

1.2. Las casas

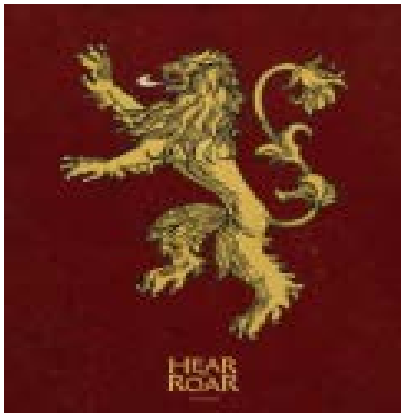
En lo referente a los personajes que aparecen en la serie, estos son muchos y muy variados, pero los principales podrían agruparse según sus casas, o familias, tal y como hemos encontrado en el post del blog Deeps and Deeps (Marzo 2017). Tal y como se vio con anterioridad en la distribución territorial de los reinos que conformaban el continente, se mencionan algunas de las casas, cuyos personajes son quizás, los principales o de mayor importancia de la trama. Así pues, las casas y sus personajes serían los siguientes:

TABLA 1- CASA STARK

CASA STARK	
	La casa Stark es la principal casa del Norte, en la cual gobiernan como reyes bajo derecho propio, como “Reyes en el Norte”, siendo esta la única casa que conserva este privilegio en todo el continente. Su asentamiento es en Invernalia, la capital del Norte. En lo referente al lema, el de la familia Stark es “Se acerca el invierno” y su emblema es un lobo gris.
	LEMA: SE ACERCA EL INVIERNO
PERSONAJES · Eddard Stark. Es el Señor de Invernalia y Guardián del Norte. Deja su hogar en el Norte para ir a la capital y servir como Mano del Rey Robert Baratheon. · Catelyn Stark. Procede de la Casa Tully, señores de Aguasdulces y abandonó su hogar para casarse con Ned Stark, donde tuvieron 5 hijos juntos. · Robb Stark. Primogénito de los Stark y heredero de Invernalia, lucha como comandante en la Guerra de los 5 Reyes. · Sansa Stark. Es la hija mayor de los Stark. Se muda a Desembarco del Rey con su padre, donde es prometida al príncipe Joffrey. · Arya Stark. Hija pequeña de la familia. Tambíen se muda a la capital con su padre y su hermana, donde empieza a tomar clases de lucha. · Bran Stark. Hijo varón mediano de los Stark. También conocido como “Bran el Tullido” ya que es arrojado por una ventana tras ser visto mientras la reina mantenía relaciones con su hermano. · Rickon Stark. Hermano menor de los Stark, quien no tiene mucha trascendencia en la historia de la familia. · Jon Nieve. Hijo bastardo de Ned Stark, de ahí su apellido, pues Nieve es el que adquieren los bastardos del Norte. Se alista por voluntad en la Guardia de la Noche.	

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 2- CASA LANNISTER

CASA LANNISTER	
	Los Lannister tienen su hogar en Roca Casterly, en las tierras del Oeste. Es la casa más rica de Poniente debido a las minas de oro ubicadas en sus tierras. El emblema de los Lannister es un león dorado sobre fondo rojo, y su lema es “Oye mi rugido”, el cual muchas veces es confundido por “Un Lannister siempre paga sus deudas” **LEMA: OYE MI RUGIDO**

PERSONAJES

- Tywin Lannister. Es el Señor de Roca Casterly. Sirvió como Mano del Rey del Rey Loco, hasta la Rebelión de Robert, en la que casó a su hija con el mismo, convirtiéndola así en reina.
- Cersei Lannister. Es la única hija de Lord Tywin. Se convierte en la reina regente tras la muerte de su marido el rey Robert, a quien engañaba manteniendo una relación de incesto con su hermano mellizo Jaime (verdadero padre de sus hijos; Joffrey, Tommen y Myrcella).
- Jaime Lannister. También conocido como ”Matarreyes”, por matar al Rey Loco, es el hijo mayor de Lord Tywin. Es miembro de la Guardia Real y mantiene una relación de incesto con su hermana melliza.
- Tyrion Lannister. Hijo menor de Lord Tywin. Es enano y repudiado por su familia por ello, salvo por su hermano Jaime. Cumple con varios cargos para la corona a lo largo de la serie: Mano del Rey y Consejero de la Moneda.
- Joffrey Baratheon. Primogénito de Cersei y Jaime. Heredero a la corona aunque, es acusado de no ser el auténtico heredero cuando se descubre quién es su verdadero padre.
- Myrcella Baratheon. Hija de la pareja de mellizos, la cual es enviada al sur para garantizar la paz entre las dos casas enemigas.
- Tommen Baratheon. Hijo menor y sucesor al trono tras el reinado de su hermano Joffrey.

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 3-CASA BARATHEON

CASA BARATHEON	
	La Casa Baratheon es la casa principal de las Tierras de la Tormenta y su asentamiento es en Bastión de Tormentas. El rey Robert es quien está al frente de esta casa, pero para ejercer sus labores de Rey en la capital, delega las tareas familiares en su hermano menor. El lema de los Baratheon es “Nuestra es la Furia.” y su emblema un venado sobre dorado.
	LEMA: NUESTRA ES LA FURIA

PERSONAJES

- Robert Baratheon. Se levanta en armas contra El Rey Loco y se autoproclama, por lo que también es conocido como “El Usurpador”. Al convertirse en Rey se casa con Cersei Lannister, con quien tiene 3 hijos, que más tarde descubre que no son suyos.
- Stannis Baratheon. Es el hermano mayor del Rey y señor de Rocadragón. Tras la muerte de su hermano se proclama rey y participa en la Guerra de los Cinco Reyes.
- Renly Baratheon. Hermano pequeño de Robert y heredero de Bastión de Tormentas. También partícipe en la Guerra de los 5 Reyes, apostando por sí mismo.

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 4-CASA TARGARYEN

<table>
<tr><th colspan="2">CASA TARGARYEN</th></tr>
<tr><td rowspan="2"> </td><td>La casa Targaryen conquistó los Siete Reinos de Poniente y gobernó durante 300 años gracias a la ayuda de dragones. El gobierno de los Targaryens terminó cuando Robert Baratheon y Ned Stark dirigieron una rebelión para deponer al Rey.
Tras dicha rebelión se exiliaron en el continente oriental de Essos, pero su hogar y asentamiento en Poniente era Rocadragón. Su lema es Fuego y Sangre y su emblema un dragón tricéfalo rojo sobre fondo negro.</td></tr>
<tr><td>LEMA: FUEGO Y SANGRE</td></tr>
<tr><td colspan="2"><u>PERSONAJES</u>

· <u>Daenerys Targaryen</u>. Hija del Rey Loco y última mujer de la casa Targaryen. Está exiliada en Essos junto con su hermano Viserys, el cual la vende a un rey de una tribu salvaje para conseguir reconquistar Poniente.
· <u>Viserys Targaryen.</u> Hermano de Daenerys y exiliado con ella en Essos. Vive obsesionado con la reconquinquista de Poniente.
· <u>Rhaegar Targaryen</u>. Primogénito del Rey Loco, no aparece en pantalla pues fallece en la Rebelión de Robert.</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 5- CASA GREYJOY

<table>
<tr><th colspan="2">CASA GREYJOY</th></tr>
<tr><td rowspan="2"> </td><td>La casa Greyjoy se ubica en las Islas del Hierro y tiene su asentamiento en la isla de Pyke.
El señor de las Islas del Hierro, Balon Greyjoy lideró una rebelión en contra del Rey Robert, la cual resultó fallida, por lo que tuvo que entregar a su único hijo vivo como rehén a la familia Stark.
Su lema es “Nosotros no sembramos”. Son fieles a una religión local, creyentes del “Dios Ahogado” al que le rezan: “Quien está muerto no puede morir”. Su blasón es un kráken amarillo sobre fondo negro.</td></tr>
<tr><td>LEMA: NOSOTROS NO SEMBRAMOS</td></tr>
<tr><td colspan="2">PERSONAJES

· Balon Greyjoy. Señor de las Islas del Hierro. Dirige una Rebelión fallida y tiene que entregar a su hijo a la familia Stark a modo de rehén.
· Theon Greyjoy. Único hijo varón vivo de Balon Greyjoy. Crece en Invernalia como pupilo de los Stark, a los que más tarde traiciona.
· Asha Greyjoy. Hija de Balon y hermana de Theon, heredera de las Islas del Hierro por decisión de su padre.
· Euron Greyjoy. Hermano de Balon. Quiere hacerse con el señorío de las Islas del Hierro, y mata a su hermano por ello.</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 6- CASA ARRYN

<table>
<tr><th colspan="2">CASA ARRYN</th></tr>
<tr><td rowspan="2"> </td><td>La Casa Arryn es la familia principal en el valle y está asentada en el Nido de Águilas, un castillo inexpugnable en la cima de una montaña. Tras la muerte de su señor en Desembarco del Rey, Lady Lysa es la señora regente, hasta que su hijo tenga edad de gobernar.
Su lema es “Tan alto como el honor” y su emblema una luna y halcón blancos sobre fondo azul.</td></tr>
<tr><td>LEMA: TAN ALTO COMO EL HONOR</td></tr>
<tr><td colspan="2">PERSONAJES

• Jon Arryn. Señor del Nido de Águilas, sirve como Mano del Rey a Robert, hasta que muere envenenado.
• Lysa Arryn. Hermana de Catelyn Stark. Tras la muerte de su marido queda como Señora Regente del Nido de Águilas, hasta que su hijo tenga la edad para gobernar.
• Robert Arryn. Único hijo de Jon y Lysa Arryn y heredero del Nido de Águilas.</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 7- CASA TULLY

<table>
<tr><th colspan="2">CASA TULLY</th></tr>
<tr><td rowspan="2"> </td><td>EL hogar de la casa Tully está en Aguasdulces, Tierras de los Ríos.
El señor de Aguasdulces es Lord Hoster Tully, cuyas hijas son casadas respectivamente con Eddard Stark y Jon Arryn, por lo que dejan su hogar y abandonan su apellido por el de sus maridos.
El emblema de esta casa es una trucha plateada saltando del agua y su lema es “ Familia, deber, honor”.</td></tr>
<tr><td>LEMA: FAMILIA, DEBER, HONOR</td></tr>
<tr><td colspan="2"><u>PERSONAJES</u>

• <u>Hoster Tully.</u> Señor de Aguasdulces y las tierras de los Ríos.
• <u>Edmure Tully.</u> Único hijo varón de Lord Hoster y hermano de Catelyn Stark y Lysa Arryn.
• <u>Brynden Tully</u>. Hermano de Lord Hoster, guerrero entrado en años que se hace cargo de Aguasdulces tras la muerte de su hermano.</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 8- CASA TYRRELL

CASA TYRRELL	
	La casa Tyrell es la casa regente de las tierras del Dominio, cuyo asentamiento es Altojardín gracias al mandato de antaño los Targaryens. Su lema es “Creciendo fuerte” y su escudo una rosa dorada sobre verde. **LEMA: CRECIENDO FUERTE**
PERSONAJES • Mace Tyrell. Señor del Dominio y Altojardín. Tiene un cargo para con la corona, con el reinado del Rey Tommen. • Olenna Tyrell. Madre de Mace y matriarca de la familia Tyrell. • Margaery Tyrell. Es la única hija de Lord Mace Tyrell. Se convierte en reina 3 veces, pues contrae matrimonio con Renly Baratheon, Joffrey Baratheon y Tommen Baratheon. • Loras Tyrell. Hijo pequeño de Lord Mace. Tiene un puesto en la Guardia Real, primero de Renly y luego de Joffrey Baratheon.	

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 9- CASA MARTELL

<table>
<tr><th colspan="2">CASA MARTELL</th></tr>
<tr><td rowspan="2"> </td><td>Los Martell son la casa gobernante del Sur. Con asentamiento en Lanza del Sol, son los regentes de Dorne.
Esta familia no toma parte en la Guerra de los Cinco Reyes y no aparece en pantalla hasta la cuarta temporada, donde adquiere un significante valor.
Su emblema es un sol atravesado por una lanza y su lema “Nunca doblegado, nunca roto”.</td></tr>
<tr><td>LEMA: NUNCA DOBLEGADO.NUNCA ROTO</td></tr>
<tr><td colspan="2"><u>PERSONAJES</u>

· <u>Oberyn Martell.</u> Príncipe de Dorne. Viaja a la capital para tratar temas del pasado con los Lannister.
· <u>Doran Martell.</u> Señor de Dorne. Padece la enfermedad de la gota, por lo que se recluye en palacio.
· <u>Trystane Martell.</u> Primogénito de Doran Martell y heredero de Dorne. Está prometido con Myrcella Baratheon como pacto de paz.</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración propia.

2. Localizaciones

Como se puede apreciar en la Imagen 1, se han dispuesto a lo largo del continente europeo las principales ciudades y lugares importantes que tienen aparición en la serie. Muchos de ellos ya fueron nombrados en el apartado anterior, pues conforman los asentamientos de las principales casas que ocupan Poniente. De este modo, podemos apreciar “Invernalia”, hogar de los Stark, o “Desembarco del Rey”, la capital, entre otros. Así pues, en este mapa se muestra una relación de estas ciudades ficticias, con el lugar del mundo en donde fueron principalmente rodadas. Así pues podríamos decir que la ciudad de Dubrovnik da lugar a “Desembarco del Rey”, o que “Dorne” es representado en Sevilla.

En lo referente a las localizaciones del rodaje de la serie, podríamos segmentar las mismas según países. Esta segmentación se conformaría en un total de 6 países, los cuales son: Croacia, España, Islandia, Malta, Marruecos y Reino Unido.

A continuación se hará una presentación de dichos países, en los que se explicará qué zonas se han empleado para rodar, y en qué parte de la serie se ubica. Esto será posible gracias a los datos encontrados a partir de diferentes fuentes tales como un artículo del periódico ABC (2017).

MAPA 1- LOCALIZACIONES DE LAS CIUDADES DE JUEGO DE TRONOS EN EUROPA

Fuente: Elaboración propia

2.1. Escenarios en Croacia

Croacia tuvo una gran relevancia, cuando hablamos de localizaciones de la serie, ya que en ella se han rodado numerosas a lo largo del país, pero teniendo especial relevancia en la ciudad de Dubrovnik, la cual presenta un total de 14 de localizaciones de las 30 totales que fueron empleadas en el país.
Dubrovnik es conocida por ser donde se ubica la ciudad de Desembarco del Rey, capital de los 7 reinos; y en ella se han rodado escenas de suma importancia, como lo es el paseo de la vergüenza de Cersei. Pero otras ciudades croatas han adquirido cierta importancia también, como es el caso de Split, que sirvió para rodar un gran número de escenas de Meeren.

MAPA 2- LOCALIZACIONES EN CROACIA

Fuente: Elaboración propia

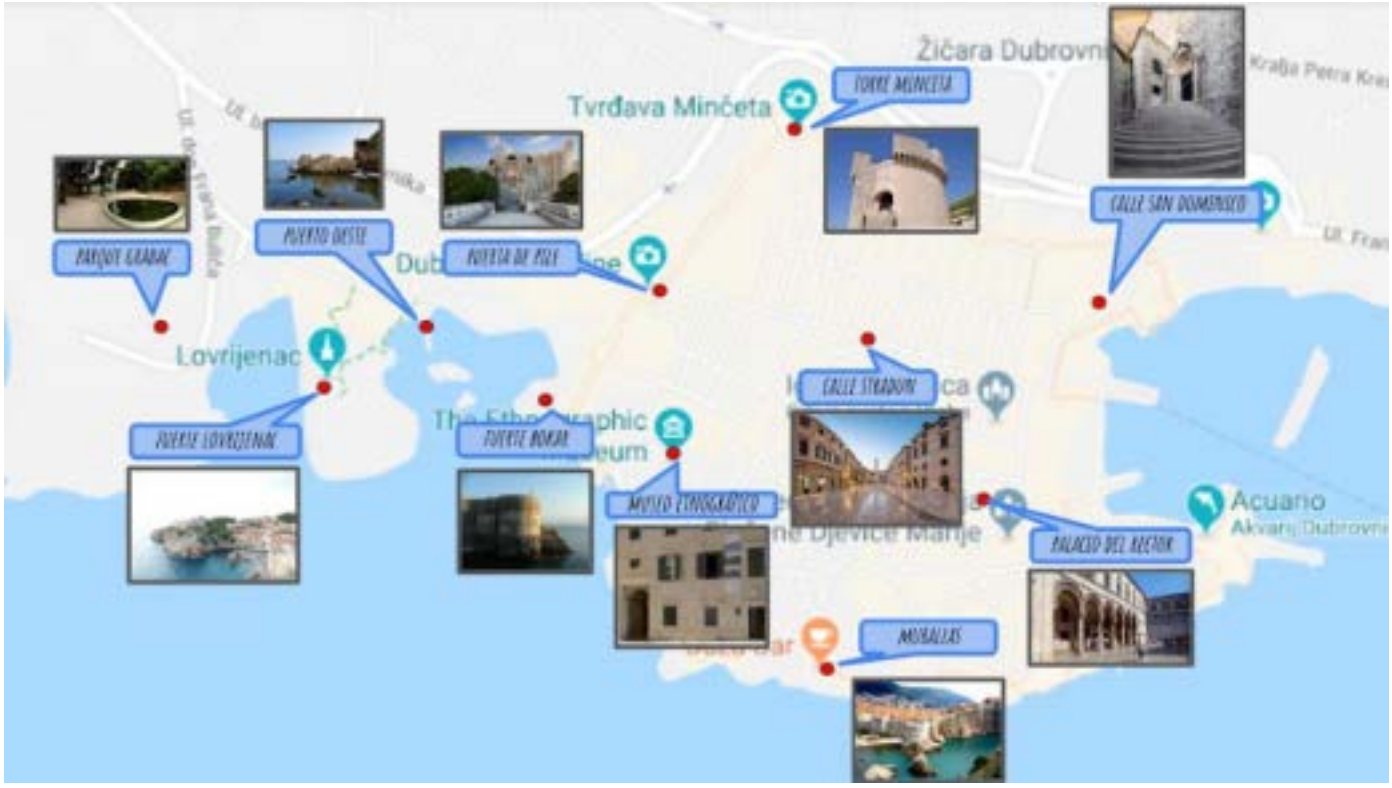
-Atrio Belvedere, Vrsar. En el octavo episodio de la cuarta temporada podemos localizar esta ubicación, pues donde tiene lugar el juicio por combate entre La Montaña y Oberyn Martell, príncipe de Dorne.

-Cantera de Dubac. La cantera da vida a la gran puerta de la ciudad de Qarth, en medio del conocido “Jardín de Huesos” (terreno sin nada alrededor) en el cuarto episodio de la segunda temporada.

-Baska Voda. En este lugar se ha representado, además de en Marruecos, la Bahía de los Esclavos, en el continente de Essos.

-Dubrovnik. La ciudad costera y limítrofe croata de Dubrovnik, representa en su gran mayoría escenas de la capital de los siete reinos; Desembarco del Rey según los datos aportados por Marijo Barcelona (2017).

MAPA 3- LOCALIZACIONES EN DUBROVNIK



Fuente: Elaboración propia

-*Parque Gradac.* Aquí tiene lugar el banquete de la Boda Púrpura, en el segundo episodio de la cuarta temporada, lugar donde muere el rey Joffrey envenenado.

-*Fuerte de Lovrijenac.* Este fuerte está situado fuera de las murallas y tiene permitido el acceso. En él, se han rodado varias escenas, como algunas de la Batalla del Aguasnegras, y también la escena del primer episodio de la segunda temporada, en la que se presencia el torneo del día del nombre de Joffrey.

-*Puerto Oeste.* Es el lugar, en la segunda temporada, sexto episodio en el que los Lannister despiden a la princesa Myrcella, para enviarla al sur.

-*Fuerte de Bokar.* Esta localización fue usada por ser la zona de las murallas que dan al mar, para rodar muchas escenas, como por ejemplo en el octavo episodio de la segunda temporada, cuando Varys y Tyrion hablan.

-*Museo Etnográfico Rupe.* El exterior de este museo fue la localización del prostíbulo de Meñique.

-*Palacio del Rector*. En el exterior de este Palacio, tiene lugar la escena en la que Daenerys le pide barcos al Rey de Qarth en la segunda temporada.

-*Calle Stradun.* Se trata de la calle principal de la ciudad. Esta representa una de las escenas más significativas de la serie: el paseo de la vergüenza, la cual comienza en la escalinata barroca y continúa por esta calle.

-*Puerta de Pile*. Esta puerta, junto con el Puerto Oeste es el lugar donde los Lannister despiden a Myrcella en la segunda temporada. Esta puerta da al mar, por lo que es la localización del muelle de piedra, en donde en el primer episodio de la tercera temporada, Sansa y Shae juegan imaginando a dónde va cada barco.

-*Murallas de Dubrovnik.* Las murallas aparecen en numerosos episodios de la serie, pues representan tal cual las descritas por George R. R. Martin en su libro.

-*Torre Minceta.* Esta torre, punto más alto de la ciudad, no es una escena de Desembarco del Rey, si no que da vida a la entrada de la Casa de los Eternos en Qarth, en la segunda temporada.

-*Calle San Dominico.* Desde la segunda temporada, esta calle fue lugar de ubicación del mercado de Desembarco del Rey.

-Imotski. Además de Sibenik, ciudad en la que se han rodado las escenas exteriores de Braavos, Imotski es el lugar que fue escogido para representar la propia ciudad libre.

-Isla de Lokrum. Esta isla ubicada en frente de Dubrovnik, es donde se rodó la escena de la fiesta, en el quinto episodio de la segunda temporada, en la ciudad libre de Qarth, donde Daenerys es invitada y presentada en público.

-Parque Nacional Krka, Lozovac. Muchas de las escenas en las que salen jardines a lo largo de la serie fueron rodadas en este escenario.

-Sibenik. La ciudad de Sibenik se ubica en la zona norte de la región de Dalmacia, y ha servido a partir de la quinta temporada para dar lugar a los exteriores de Braavos, a saber:

-*Fortaleza San Nicolás, Sibenik.*

-*Fortaleza San Miguel, Sibenik.*

-*Fortaleza de San Juan, Sibenik.*

-Split. Esta ciudad de la costa croata también ha servido de varios escenarios en los que se han ambientado numerosas localizaciones de la serie, así pues:

-*Castillo Gomilica, Split.* A lo largo de la quinta temporada, se ha empleado como localización para rodar algunos de los exteriores de Braavos.

-*Cantera de Sperun, Split.* Esta cantera ha servido para dar escena a la llegada de Daenerys a la ciudad esclavista de Meereen, en la que el líder de los Segundo Hijos, Daario Naharis pelea contra el campeón de la localidad.

-*Fortaleza de Klis, Split.* Las escenas exteriores de Meereen se han rodado en esta localización.

-*Montaña de Mosor, Split.* En esta localización es donde Daenerys pierde el control sobre sus dragos y por lo que posteriormente decidirá encerrarlos.

-*Papalićeva Ulica, Split.* Entre las varias que hay, este es uno de los lugares que ha servido para recrear la rebelión de los esclavos.

-*Palacio Diocleciano, Split.* En el cuarto episodio de la cuarta temporada, los sótanos de este palacio sirven para rodar los pasadizos de la ciudad de Meeren donde Daen*erys encierra a sus dragones.*

-*Trogir, Split.* La isla de Trogir también ha servido para dar vida a escenas de la serie.

-Ston. A pesar de que, como hemos visto con anterioridad, la capital se ubica, en su mayoría en la ciudad de Dubrovnik, Ston y sus murallas han servido para dar vida a las fortificaciones de dicha ciudad.

-Tresteno Arboretum. A partir de la tercera temporada se puede apreciar que esta localización da lugar a los jardines de la Fortaleza Roja.

2.2. Escenarios en España

España es el país en el que más lugares han sido empleados para rodar escenas de Juego de Tronos, tal y como se ha dispuesto en la revista Fotogramas (agosto 2017). Estas se reparten a lo largo de una gran parte del territorio español, entre los que destacan el País Vasco, Almería, Sevilla o Girona; donde se han rodado numerosas escenas donde Arya Stark es la protagonista.

MAPA 3- LOCALIZACIONES EN ESPAÑA

Fuente: Elaboración propia

-Alcazaba Almería. En la sexta temporada, aquí se ubican los Jardines del Agua de Lanza del Sol (capital de Dorne), compartiendo localización con el parque Nacional de Krka en Croacia y el Real Alcázar de Sevilla.

-Bardenas Reales, Navarra. Desde la sexta temporada de la serie, las Bardenas Reales de Navarra, es una de las localizaciones donde se ubica el Mar Dothraki.

-Castell Santa Florentina, Barcelona. Este castillo es donde se rodaron las escenas del castillo de la Casa de Los Tarly, en Colina Cuerno.

-Castillo Almodóvar del Río, Córdoba. Tras el asedio de los Lannister de Altojardín, este castillo es el que representa el mismo de la casa Tyrrell, donde Lady Olenna muere envenenada.

-Castillo de Trujillo, Cáceres. El castillo de Trujillo aparece a comienzos de la séptima temporada, localizando el castillo de Roca Casterly (hogar de los Lannister), siendo asediado por el ejército de los Inmaculados.

-Castillo de Zafra, Guadalajara. En este castillo se localiza la Torre de la Alegría, que aparece en varias visiones de Bran, donde su padre se enfrenta contra Arthur Dayne, el mejor caballero de todo Poniente.

-Chorrillo Sierra Alhamilla, Almería. Aquí ubicamos otra de las localizaciones de Vaes Dothrak, la capital y lugar sagrado de la tribu Dothraki.

-Conjunto arqueológico Itálica, Sevilla. Este anfiteatro da lugar, en la séptima temporada, a la reunión entre Daenerys y Cersei, donde se le enseña a Cersei un no-muerto e intentan mediar para luchar contra los Caminantes Blancos.

-Desierto de Tabernas, Almería. Del mismo modo que las Bardenas Reales de Navarra, este desierto ubicado en Almería, también sirve como localización para rodar el Mar Dothraki en la sexta temporada.

-Iglesia de Sant Martí de Sacosta, Girona. En los exteriores de esta iglesia se rodó la escena en Braavos, donde la Niña persigue a Arya para aleccionarla cuando se intenta unir a los Hombres Sin Rostro.

-Karst, Yesos Sobras. Al igual que otras localizaciones, como varias croatas, Karst da vida también a exteriores de la ciudad de Meeren.

-Los Barruecos, Malpartida. Aquí se ubica el capítulo cuatro de la séptima temporada, donde Drogon quema los víveres del ejército Lannister y Jaime intenta matar al dragón.

-Mesa Roldán, Almería. Otra localización exterior de la ciudad esclavista de Meeren.

-Playa de Santiago, Zumaia. En el principio de la séptima temporada, las tres localizaciones vascas sirven para dar escena a la llegada de Daenerys a Rocadragón.

-Playa Muriola. En el principio de la séptima temporada, las tres localizaciones vascas sirven para dar escena a la llegada de Daenerys a Rocadragón.

-Plaza de las Veletas, Cáceres. Esta localización muestra un plano de la ciudad de Desembarco del Rey de noche de la séptima temporada.

-Plaza de Toros de Osuna, Sevilla. Esta plaza de toros fue empleada en la quinta temporada para localizar Los Reñideros; el lugar donde se realizaban luchas esclavistas. También da lugar a la famosa escena del noveno capítulo de la quinta temporada en la que hay un alzamiento contra la reina y Drogon la salva.

-Puente Romano Córdoba. Este puente da vida a otro puente; el Puente Largo de la ciudad de Volantis.

-Real Alcázar Sevilla. Representa Lanza del Sol, capital Dorniense y los Jardines del agua. Como ya se ha mencionado con anterioridad, los Jardines del Agua también se localizan en Lozovac, Croacia.

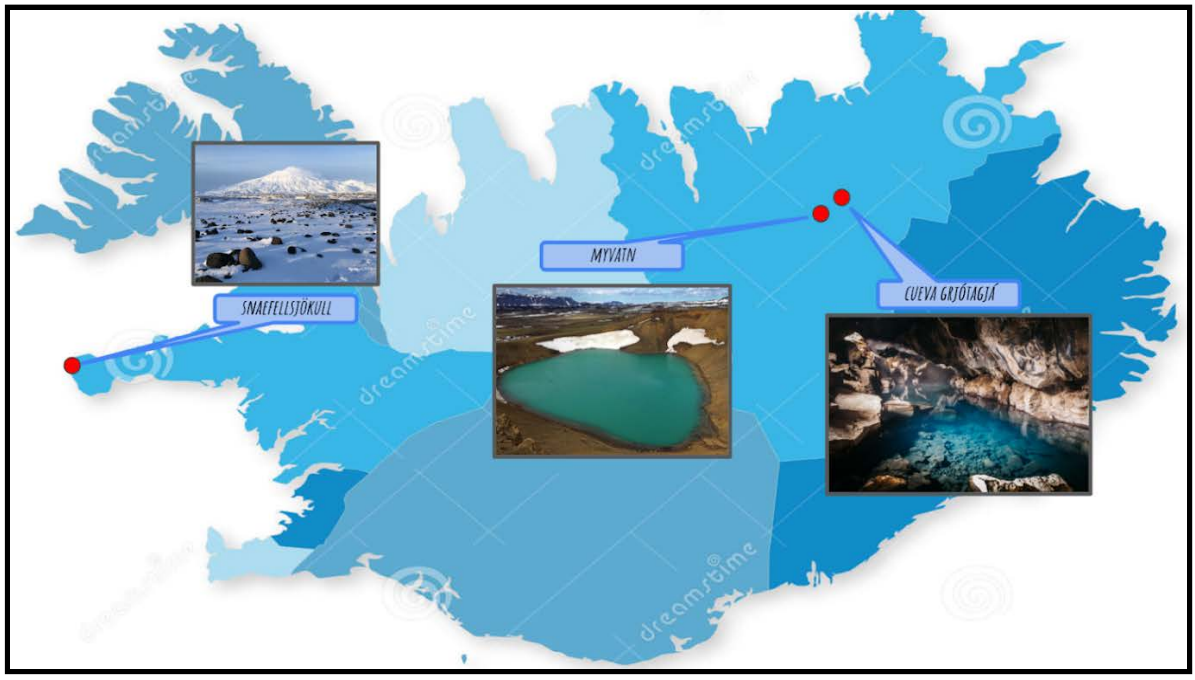
-Reales Atarazanas, Sevilla. En la séptima temporada , las reales Atarazanas localizan el sótano en Desembarco del Rey, donde Qyburn muestra a Cersei su nuevo invento para matar a los dragones de Daenerys.

-San Juan de Gaztelugatxe. En el principio de la séptima temporada, las tres localizaciones vascas sirven para dar escena a la llegada de Daenerys a Rocadragón.

2.3. Escenarios en Islandia

Islandia fue escogida para dar vida a escenas del norte, más allá del muro. Y como vemos en la página web Tres localizaciones representan dichas escenas, entre los que se utilizaron las aguas termales de la cueva de Grjótagjá, la cual protagonizan Jon Nieve e Ygritte.

MAPA 5- LOCALIZACIONES EN ISLANDIA



Fuente: Elaboración propia

-Cueva de Grjótagjá. Al oeste del lago citado anteriormente se encuentra esta cueva, la cual es famosa por sus aguas termales y que en el pasado la gente solía acudir a bañarse. Aquí sucede la famosa escena protagonizada por Jon Nieve e Ygritte en el episodio 5 de la tercera temporada ("La calma antes de la tempestad").

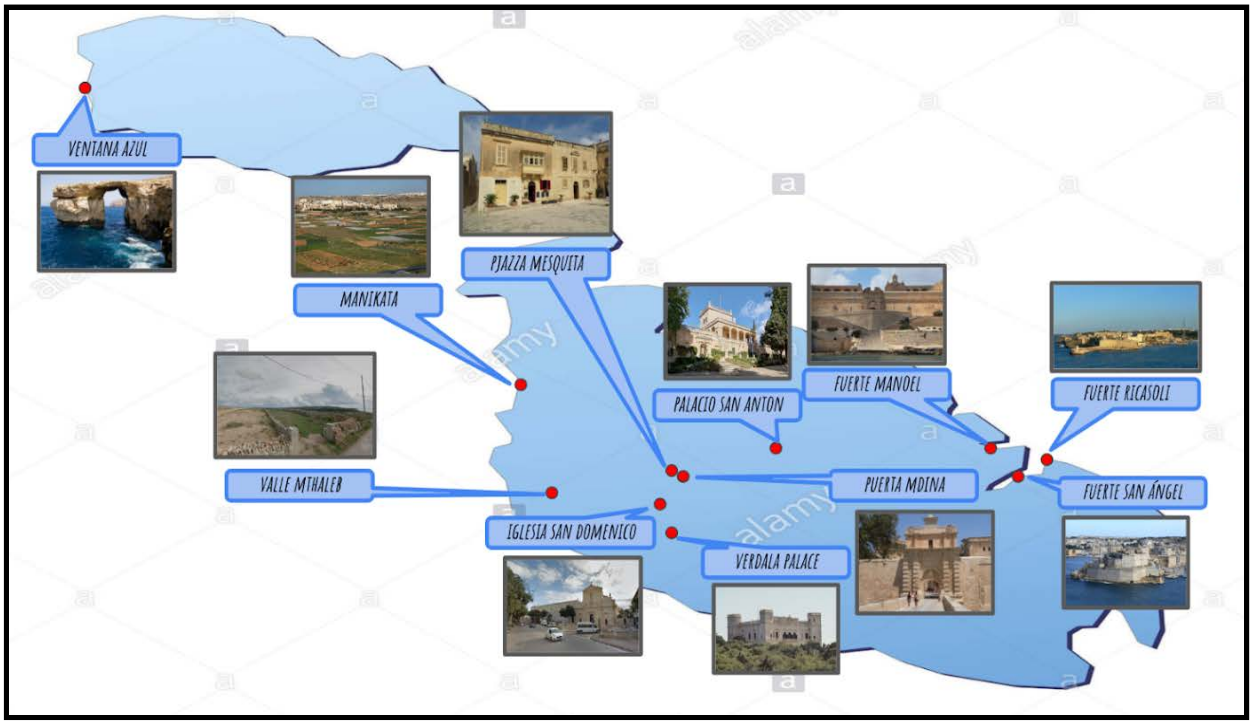
-Glaciares de Snæfellsjökull Svínafellsjökull en Smyrlabjörg. Representan la expedición que hace la Guardia de la Noche al Puño de los Primeros Hombres en la segunda temporada de la serie, donde la nieve es la principal protagonista.

-Lago Myvatn. Esta localización fue escogida gracias a la lava congelada que presenta el lago, donde se construye el campamento salvaje en la tercera temporada.

2.4. Escenarios en Malta

El país cuenta con un total de 11 localizaciones donde se ha rodado la serie, casi todas de la primera temporada de la misma. Entre ellas podríamos destacar que fue el primer lugar de localización de la Fortaleza Roja; la cual cuenta con dos lugares de rodaje, también da lugar al funeral de Khal Drogo o la decapitación de Ned Stark en la primera temporada. De este modo, hemos procedido a una numeración de los escenarios, gracias a la información encontrada en The Whole World Is a Playground (2017).

MAPA 6- LOCALIZACIONES EN MALTA



Fuente: Elaboración propia

-Fuerte de San Ángel. Se encuentra en el centro del Gran Puerto y es la localización de los calabozos de la Fortaleza Roja donde Arya caza gatos en su entrenamiento en el quinto episodio de la primera temporada (“El lobo y el león”) y también es el lugar donde Ned Stark es encarcelado en los calabozos de la Fortaleza Roja antes de ser decapitado.

-Fuerte Manoel, Gzira. Localización de los escalones del Gran Septo de Baelor donde ejecutan públicamente a Eddard Stark en el episodio 9 de la primera temporada (“Baelor”).

-Fuerte Rikasoli. La puerta fue usada para representar la Puerta de los Dioses de Desembarco del Rey, que da al norte de la ciudad por donde entra el Camino Real. Podemos verla en dos ocasiones durante la primera temporada, la primera vez en el tercer episodio, ("Lord Nieve") cuando los Starks llegan a Desembarco del Rey desde Invernalia y la segunda en el quinto episodio ("El Lobo y el León"), cuando Arya intenta entrar de nuevo en la Fortaleza Roja y los guardias la confunden con un chico pobre. Este fuerte se sitúa en el lado este del puerto de Karkala.

-Iglesia de San Dominico y la Bendecida Virgen, Rabat. Localización del jardín de la Fortaleza Roja en el episodio 7 de la primera temporada ("O ganas o mueres") en el que Ned Stark se enfrenta a Cersei con la verdad sobre quién es el padre de sus hijos.

-Manikata. Manikata es un pueblo granjero localizado en los límites de Mellieha, en el noroeste de Malta. En la serie es usado como el pueblo de los Lhazareen, granjeros de ovejas ubicado al sudeste de Vaes Dothrak, que es asaltado por los Dothraki.

-Palacio de San Antón, Ħ'Attard. Este palacio y sus jardines son la residencia del Presidente de Malta.Se utiliza como localización del exterior de la Fortaleza Roja a lo largo de toda la primera temporada, donde Arya recupera su espada Aguja y mata a un chico del establo en el episodio 8 ("Por el lado de la punta")

-Pjazza Mesquita, L-mdina. Localización de la entrada al burdel de Meñique, donde Jaime Lannister y sus hombres atacan a Ned Stark y a sus guardaespaldas en la primera temporada, episodio 5 ("El lobo y el león").

-Puerta de Mdina. La puerta de Mdina es la localización para la puerta por la que Catelyn y Rodrik entran cuando llegan a Desembarco del Rey en la primera temporada, episodio 3 ("Lord Nieve")

-Valle de Mthaleb, Rabat. Ubicado en la zona oeste de la isla, este valle es la localización donde tiene lugar el funeral de Khal Drogo en el noveno episodio de la primera temporada ("Baelor") y en el episodio 10 de la misma ("Fuego y Sangre") se representa la escena cuando Daenerys sale de las llamas con sus nuevos dragones.

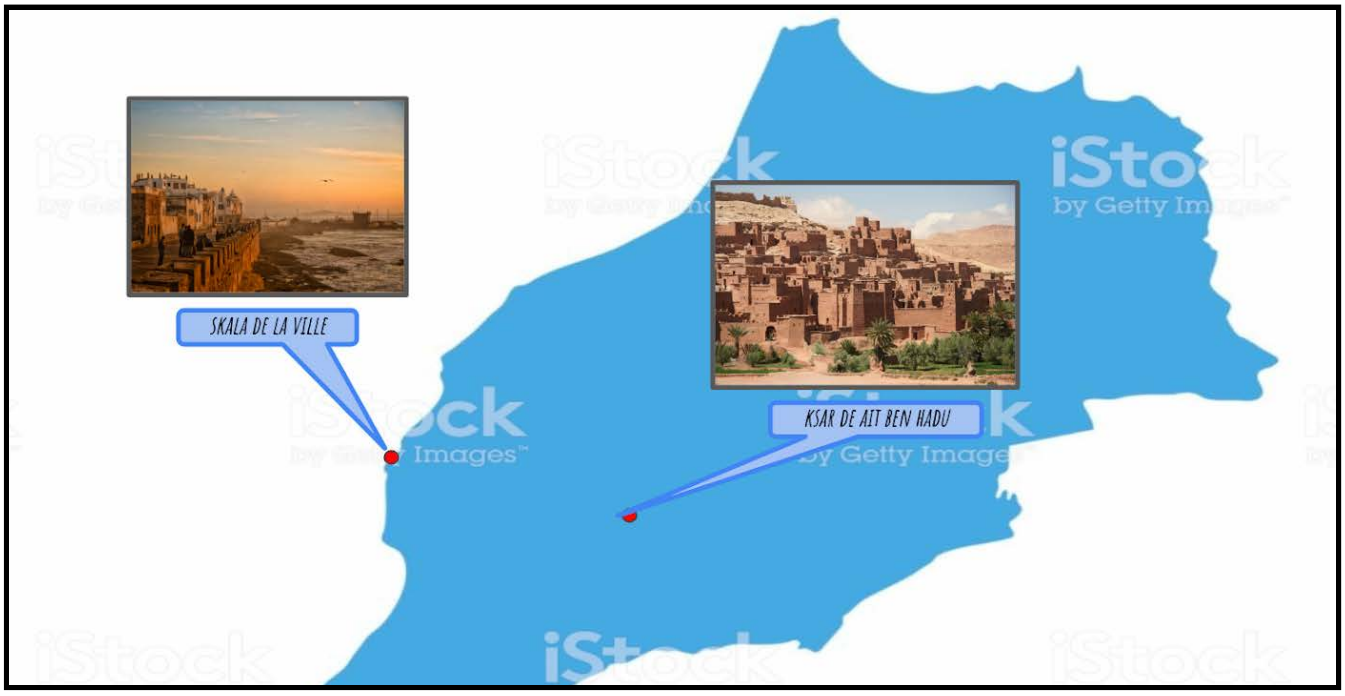
-Ventana Azul, Sant Lawrenz, Gozo. La Ventana Azul se trata de una formación rocosa con un arco natural de piedra, la cual es la localización de la boda entre Daenerys y Drogo, situada en la costa de Pentos, en Essos y que tiene lugar en el primer capítulo de la primera temporada de la serie.

-Verdala Palace, Rabat. El palacio de verano del presidente de Malta en los jardines Buskett es la localización de los exteriores de la mansión de Illyrio Mopatis en Pentos en el primer episodio de la primera temporada ("El Invierno se Acerca"), cuando Daenerys y Viserys conocen a Khal Drogo antes de la boda.

2.5. Escenarios de Marruecos

Marruecos da escenario a dos de las localizaciones que se pueden apreciar en la serie; a saber Skala de la Ville en Esauira y Ksar de Ait Ben Hadu. Así pues, algunos de los lugares fueron usados para representar la ciudad de Desembarco del Rey en la tercera temporada, pero en este caso, los dos que voy a destacar se usaron como base para representar las ciudades de la Bahía de los Esclavos: Astapor y Yunkai, en el continente de Essos.

MAPA 6- LOCALIZACIONES MARRUECOS



Fuente: Elaboración propia

-Ksar de Ait Benhaddou. Esta ciudad fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco y también ha sido escenario de películas como La Momia o Gladiator. Se trata de la localización de Yunkai, también conocida como la ciudad amarilla, la cual es visitada y saqueada por Daenerys.

-Skala de la Ville, Essaouira. Se ubica al este del país, siendo declarada Patrimonio de la Humanidad. Esta localización da escena a Astapor, ciudad caracterizada por la trata de esclavos y donde los Inmaculados son presentados a Daenerys y la misma los compra a cambio de uno de sus dragones.

2.6. Escenarios Reino Unido

Irlanda del Norte presenta 23 localizaciones, las cuales han sido empleadas para dar vida a diversos panoramas de la serie. Así pues, gracias a los datos obtenidos en el blog Visit Belfast (2019), apreciamos que Irlanda del Norte ha sido el principal lugar para ambientar la localización de Invernalia, capital del Norte. Del mismo modo, la paisajística de estos lugares fue empleada para dar vida al Castillo Negro, alguna parte de Rocadragón, entre otros.

MAPA 7- LOCALIZACIONES REINO UNIDO

Fuente: Elaboración propia

-Abadía de Inch. Esta abadía es donde Catelyn y Robb Stark reciben la noticia de muerte de Ned y donde nombran a Robb Stark Rey en el Norte.

-Ballymoney. Se trata de un campo de sauces, empleado a lo largo de la primera temporada para recrear una parte del Mar Dothraki.

-Banbridge. Esta ciudad fue utilizada como localización exterior de lo que conformaría la expansión del castillo de Harrenhal en la 3ª temporada.

-Bosques de ClandeBoye Estate. Estos bosques es donde se sitúa la escena en la que capturan a Jaime Lannister y Brienne, cuando van camino de Desembarco del Rey en la 3ª temporada. Del mismo modo, es donde se ubicaría la fortaleza de Craster, el salvaje que da cobijo a la Guardia de la Noche.

-Bosque de Tollymore. Este bosque tiene un uso genérico, para escenas de las diferentes casas. Así pues, como escena salientable se podría hacer referencia al primer capítulo de la primera temporada, que es donde los Starks encuentran a los cachorros de lobo huargo.

-Cantera de Magheramorne. Fue empleada para ubicar varios sets: el Castillo Negro, la Batalla del Aguasnegras (2ª temporada) y Casa Austera (5ª temporada).

-Cañadas de Antrim. Al igual que Ballymoney, estas cañadas dieron lugar a otra parte del Mar Dothraki en la primera temporada.

-Carrick-a-rede. Ubicado en la 2ª temporada, aparece en los episodios 3, 4 y 5, dando lugar al campamento del ejército de Renly Baratheon en las tierras de Bastión de Tormentas.

-Castillo de Carn. Este castillo da lugar a escenas de diferentes temporadas, pues en el primer capítulo de la primera, es el lugar donde Ned Stark ejecuta a un desertor de la Guardia de la Noche; y del mismo modo es la localización para los exteriores de Foso Cailin en las temporadas 4 y 5.

-Castillo de Doune. Se trata de la localización para los exteriores de Invernalia.

-Castillo de Gosford. Fue empleado a lo largo de la tercera temporada, para ubicar las escenas de los exteriores de Aguasdulces.

-Castillo de Ward. EL Castillo de Ward tiene una gran importancia, ya que da vida a los exteriores de Invernalia, los campamentos Stark y Lannister, así como la localización de Los Gemelos (hogar de la casa Frey).

-Corbet. En la sexta temporada se emplea a modo de localización exterior, en la que se ubica la orilla del río que pasa por el Castillo de Aguasdulces.

-Cueva de Pollnagollum. Esta da vida al escondite de la Hermandad sin Estandartes cuando escapan de La Montaña y el ejército Lannister en la 3ª temporada. Es la cueva en la que tiene lugar el enfrentamiento entre Beric Dondarrion y El Perro, en el 5º capítulo de la 3ª temporada.

-Cuevas de Cushendun. En el capítulo 1 de la 6ª temporada, esta cueva es empleada para dar lugar a la cueva donde Melisandre da a luz a una sombra, en presencia del caballero de la Cebolla.

-Dark hedges. Esta carretera se emplea para dar vida a una parte del Camino Real en el primer capítulo de la 2ª temporada.

-Jardines Rowallane. Aquí es donde se localiza el Bosque de los Dioses de Invernalia.

-Playa Downhill. Localiza las escenas de la 2ª y 3ª temporada en la playa de Rocadragón, en el momento ocupada por Staniss Baratheon.

-Puerto Ballintoy. Gracias a los acantilados que presenta, esta localización da vida a Puerto Noble, un pueblo de la isla de Pyke, en las Islas del Hierro.

-Redhall Estate, Ballycarry. Se trata del set de una de las posadas, ubicada en la Encrucijada en las tierras de los ríos.

-Río Quoile. Este río da lugar a la escena del funeral de Hoster Tully, el muelle de Aguasdulces en el tercer episodio de la tercera temporada.

-Saintfield Estate. Es el set del campamento militar de Robb Stark en la segunda temporada.

-Sandy Brae. Gracias a su ancha extensión, sirve de localización en la primera temporada de Vaes Dothrak, capital de los Dothraki. Viéndose a lo lejos, la Madre de las Montañas.

3. Análisis de la actividad turística donde se rodó Juego de Tronos

En este apartado se procederá a un análisis de los diferentes datos turísticos encontrados de cada país, lo cual nos servirá para posteriormente abordar la pregunta de este trabajo de investigación: ¿ha sufrido un impacto turístico las localizaciones donde se ha rodado Juego de Tronos?. Para ello vamos a analizar diferentes indicadores en los diferentes países, pues bien no todos tienen las mismas características.

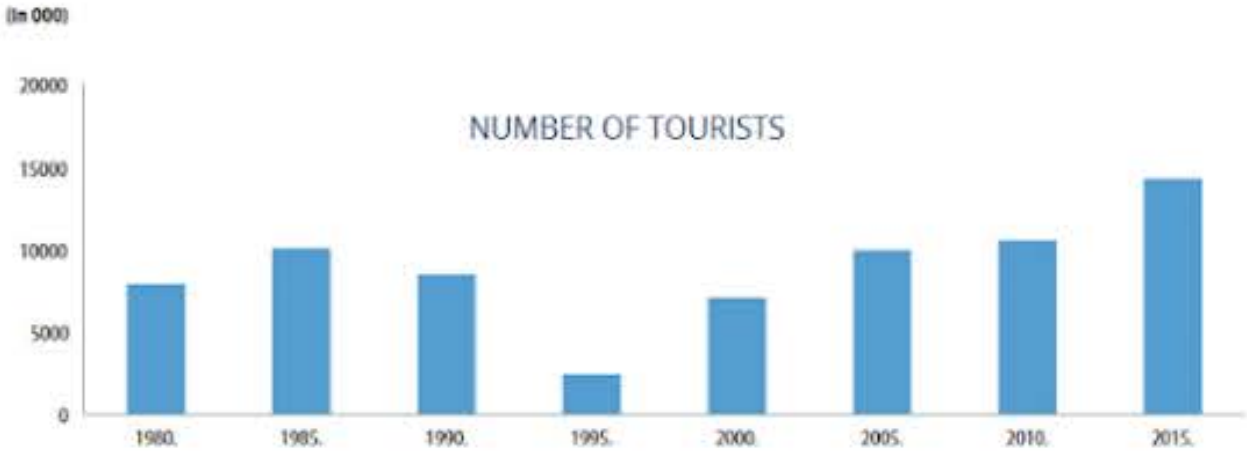
3.1. Actividad turística de Croacia

Vamos a proceder a realizar un análisis de los diferentes datos obtenidos a partir de Ministry of Tourism (2018) y de este modo intentar captar de qué manera; según datos estadísticos, podemos ver la influencia que ha tenido Juego de Tronos en la actividad turística croata.

En primer lugar, analizaremos el número de turistas recibidos en el país entre el período de 2010 y 2015 respectivamente. Como ya sabemos, la serie de Juego de Tronos sale a la luz en el año 2011, fecha en la que ya supone un boom mediático. Así pues, como podemos ver en el gráfico de barras 1, el crecimiento del número de turistas recibido es significativo, pasando de rozar los 10 millones a llegar a los 15 millones, lo cual supone un crecimiento progresivo en el respectivo lustro. Si nos fijamos en la tabla 10, podemos apreciar cómo aporta el número exacto de turistas en estos años, ascendiendo de un total de 10.604.000, a un total de 14.343.000, lo que supone un ascenso de percepción de turistas de 3.739.000, es decir; de un 35.26% en comparación a lo percibido en el año 2010.

Así mismo, esta tabla también nos muestra la relación de turistas que fueron extranjeros y cuáles nacionales. Dando cifras así, de un total de 1.493.000 viajeros nacionales en 2010, incrementando esta cifra en los cinco próximos años un 11.19% (ciento sesenta y siete mil si hablamos en número de turistas), dando por tanto en 2015 un total de un millón seiscientos sesenta mil de viajeros nacionales. Por otro lado, podemos apreciar que el número de turistas extranjeros es considerablemente mayor, ya desde el punto de partida en 2010, como la crecida en estos cinco años a los que nos referimos. Presenta por tanto un total de 9.111.000 turistas extranjeros en 2010, y 12.683.000 en el 2015. Apreciamos así un incremento del número de turistas extranjeros del 39.21%, es decir; casi el casi un 50% más que en el año 2010.

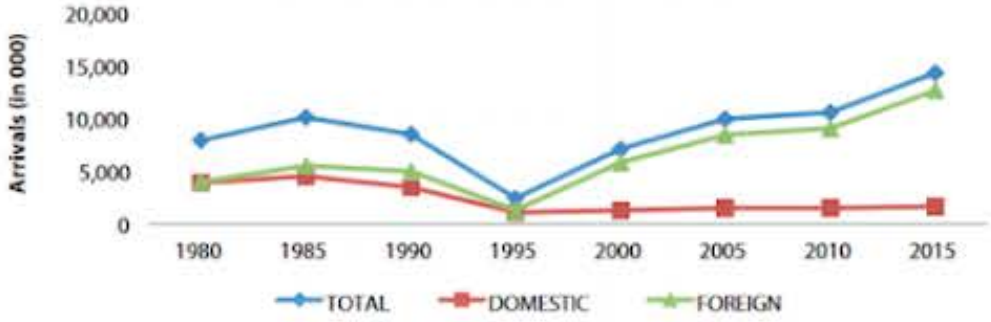
GRÁFICO DE BARRAS 1-NÚMERO DE TURISTAS (EN MILLONES)



Fuente: Ministry of Tourism

TABLA 10- LLEGADA DE TURISTAS ENTRE 1980 Y 2015 (EN MILLONES)

	TOTAL	DOMESTIC	FOREIGN
1980	7,929	3,922	4,007
1985	10,125	4,569	5,556
1990	8,497	3,477	5,020
1995	2,438	1,113	1,324
2000	7,136	1,305	5,831
2005	9,995	1,528	8,467
2010	10,604	1,493	9,111
2015	14,343	1,660	12,683



Fuente: Ministry of Tourism

En lo referente a los indicadores del desarrollo turístico, a continuación, la tabla 11, hace una síntesis, poniendo en común todos ellos y sus cifras para ofrecer una mirada generalizada del desarrollo turístico que ha tenido el país. De tal modo se procede a analizar los datos mostrados suponiendo, como ya se dijo, un total de 14.343.000 millones de turistas recibidos en el año 2015, los cuales han pernoctado un total de 71.605.000 de noches, lo que indica un gran número de dichos turistas han hecho un mínimo de una noche en su lugar de destino, pues la cifra de número de turistas percibidos se cuatriplica con respecto a la de noches pasadas. Así pues, suponiendo que todo el mundo se quedase el mismo número de noches se podría afirmar que cada turista se quedaría alrededor de cuatro-cinco noches en el lugar de destino, tal y como podemos apreciar en la misma tabla.

TABLA 11- INDICADORES BÁSICOS DEL DESARROLLO TURÍSTICO

	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015
Number of beds (in 000)	692	820	863	609	710	909	910	1,029
Number of tourists (in 000)	7,929	10,125	8,498	2,438	7,136	9,995	10,604	14,343
Number of overnights (in 000)	53,600	67,665	52,523	12,885	39,183	51,421	56,416	71,605
Average number of overnights per bed	77	83	61	21	55	57	62	70
Average number of overnights per tourist arrival	6.8	6.7	6.2	5.3	5.5	5.1	5.3	5

Fuente: Ministry of Tourism

Cuando hablamos del tipo de alojamiento por el que los turistas (tanto nacionales como extranjeros) se han decantado, tendremos que poner miras en las tablas 12 y 13. En ellas se refleja el tipo de alojamiento en número de camas hasta el 2015 en el caso de la tabla 3 y del 2016 y 2017 en la tabla 4, apareciendo en ella también un porcentaje comparativo del año 2017 con respecto al 2016 y su crecida. Para comenzar, se puede apreciar que el número total de número de camas ha ido creciendo gradualmente desde el inicio del estudio y lo que es más importante para nuestro caso; desde 2010 (pues en 2011 sale a la luz la serie) a 2017; partiendo de un total de 909.951 hasta un total de 1.207.427 en 2017, lo que supone un aumento de 297.476 en siete años, por lo que podemos decir que el incremento ha sido considerable. En las tablas podemos ver cómo los diferentes alojamientos se dividen en los tipos habitualmente conocidos, tales como hoteles, campings, etc. De este modo entre ellos destaca por encima de los demás las habitaciones privadas, las cuales cada vez se han popularizado más y más, sobretodo entre el público joven. Tal y como podemos apreciar el alquiler de estas habitaciones en 2010 distaban el doble por encima de los campings, que se sitúan en segundo lugar después de dichas habitaciones privadas. Pero tal es el cambio que se aprecia como el número de camas en campings se queda “estancada” , pasando de 232.134 en 2010 a 241.819 en 2017; es decir sólo aumentando su cifra en 9.685 mientras que las habitaciones privadas parten de 428.464 en 2010 llegando a un total de 741.509 en 2017, lo que supone una crecida de 313.045 número de camas y distanciándose así bastante del tipo de alojamiento que ocupaba el segundo lugar.

TABLAS 12 Y 13- TIPO DE ALOJAMIENTO (NÚMERO DE CAMAS) ENTRE 1980 Y 2017

Type of accommodation (number of beds) 1980 - 2015 (as of August 31)

	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015
Hotels and Apartment hotels	113,177	127,802	142,917	138,535	126,656	115,776	122,879	135,322
Tourist resorts	41,715	51,065	58,201	61,389	64,593	61,991	31,891	30,836
Camping sites	232,960	278,779	292,934	260,764	210,148	217,324	232,134	237,758
Private rooms	196,034	246,995	264,092	125,370	273,833	400,454	428,464	575,428
Spas	1,045	2,292	2,906	2,683	2,830	2,258	2,547	2,510
Vacation facilities	68,228	76,061	69,319	6,996	11,657	11,124	7,429	2,749
Youth hotels and hostels	25,742	27,397	19,853	3,321	6,192	4,667	5,934	11,692
Other	13,099	9,860	12,458	9,568	14,279	95,616	78,673	33,017
TOTAL	692,000	820,251	862,680	608,626	710,188	909,210	909,951	1,029,312

Type of accommodation (as of August 31)

	NUMBER OF BEDS		INDEX 2017/16	STRUCTURE (in %)	
	2016	2017		2016	2017
Hotels and Apartment hotels	137,222	132,576	96.6	12.1	11.0
Tourist resorts	30,087	26,289	87.4	2.7	2.2
Tourist apartments	14,753	11,854	80.3	1.3	1.0
Camping sites and Small camps	227,559	241,819	106.3	20.1	20.0
Private rooms	668,830	741,509	110.9	59.0	61.4
Spas	2,071	2,011	97.1	0.2	0.2
Vacation facilities	1,849	1,968	106.4	0.2	0.2
Hostels	15,176	16,398	108.1	1.3	1.4
Other	31,927	28,566	89.5	2.8	2.4
Uncategorized accommodation	4,277	4,437	103.7	0.4	0.4
TOTAL	1,133,751	1,207,427	106.5	100.00	100.00

Fuente: Ministry of Tourism

Si continuamos hablando de los tipos de alojamiento, en la tabla 14 se muestra la cifra total de noches pasadas por los diferentes turistas en los diferentes alojamientos. Así pues en esta tabla solo se hace referencia a los años 2016 y 2017 la relación que existe entre ambos; pero si volvemos atrás hasta la tabla 2 de nuevo, podemos ver el número total de noches en 2010, que suma un total de 56.416.000 cifra que se ve superada con creces en 2017, ascendiendo a un total de 86.200.000, lo que supone una suma de 29.784.000; es decir, casi 30 millones de pernoctaciones (52.79%) más a lo largo de 7 años. Como podemos comprobar en la tabla 5, las habitaciones privadas siguen despuntando por encima de los demás tipos de alojamientos alcanzando un total de pernoctaciones de 40.851.000 en 2017; un 14.93% más que el año anterior.

TABLA 14- NÚMERO DE PERNOCTACIONES SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO (EN MILLONES)

	TOURIST OVERNIGHTS		INDEX 2017/16	STRUCTURE (in %)	
	2016	2017		2016	2017
Hotels and Apartment hotels	18,435	19,669	106.7	23.7	22.8
Tourist resorts	2,936	3,021	102.9	3.8	3.5
Tourist apartments	1,406	1,316	93.6	1.8	1.5
Camps	17,484	19,082	109.1	22.4	22.1
Private rooms	35,545	40,851	114.9	45.6	47.4
Spas	154	152	98.7	0.2	0.2
Vacation facilities	100	105	105.0	0.1	0.1
Hostels	1,034	1,124	108.7	1.3	1.3
Other	738	787	106.6	0.9	0.9
Uncategorized accommodation	87	93	106.9	0.1	0.1
TOTAL	77,919	86,200	110.6	100.0	100.0

Fuente: Ministry of Tourism

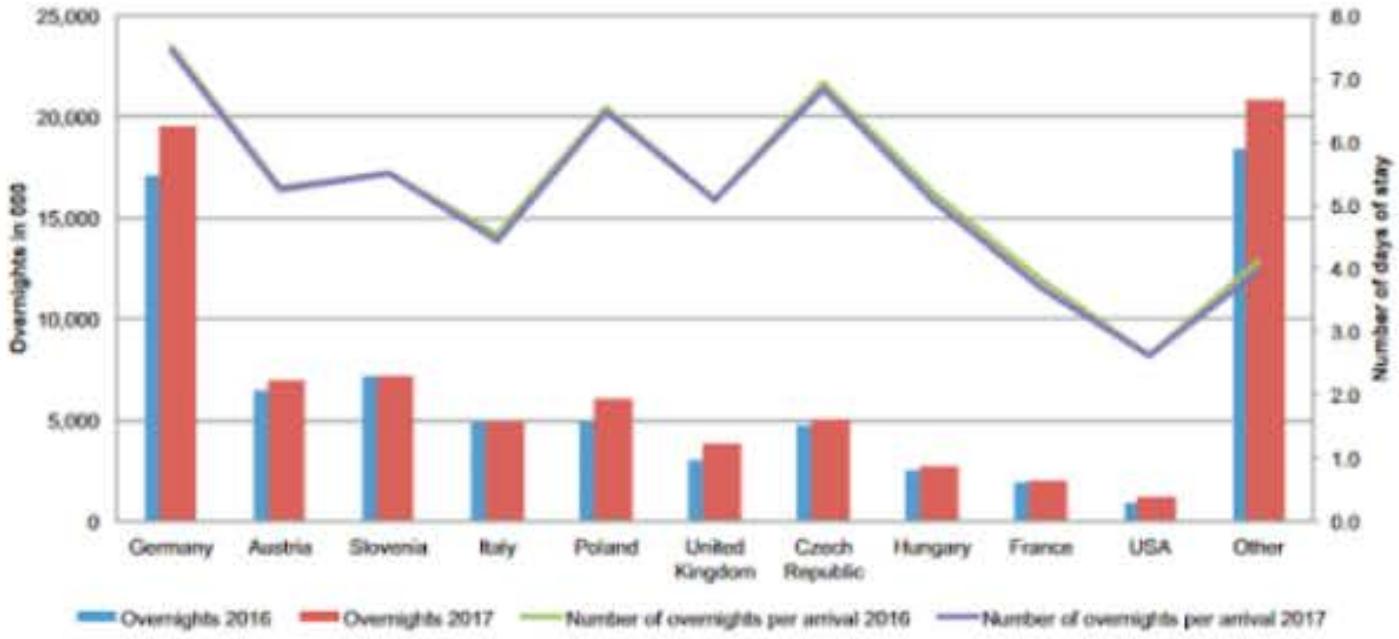
De este modo pasamos a fijarnos en la tabla 15 y el gráfico de barras 2, donde podemos pasar a estudiar la procedencia en cifras de las pernoctaciones realizadas en el país. Así pues, sacamos en claro que el país que sobresale muy por encima de los demás, según los datos recogidos, es Alemania, aportando un total de 15.770.000 de pernoctaciones en Croacia a lo largo del año 2015. También cabría nombrar el total de noches consumidas en el país por turistas nacionales, los cuales ascienden en el mismo año a un total de 5.743.000 y lo que conforma un porcentaje muy bajo del total.

TABLA 15- NÚMERO DE PERNOCTACIONES SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA ENTRE 1980 Y 2015 (EN MILLONES)

	TOURIST ARRIVALS		INDEX 2017/16	TOURIST OVERNIGHTS		INDEX 2017/16
	2016	2017		2016	2017	
Germany	2,270	2,616	115.2	17,074	19,526	114.4
Austria	1,231	1,331	108.1	6,504	6,991	107.5
Slovenia	1,298	1,298	100.0	7,139	7,140	100.0
Italy	1,087	1,110	102.1	4,927	4,915	99.8
Poland	757	934	123.4	4,963	6,056	122.0
United Kingdom	595	751	126.2	3,025	3,810	126.0
Czech Republic	689	742	107.7	4,770	5,067	106.2
Hungary	486	546	112.3	2,528	2,770	109.6
France	491	536	109.2	1,882	1,970	104.7
USA	335	452	134.9	878	1,178	134.2

Fuente: Ministry of Tourism

GRÁFICO DE BARRAS 2- NÚMERO DE PERNOCTACIONES SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA



Fuente: Ministry of Tourism

En la tabla 16, se hace una referencia de las ciudades que han recibido un mayor flujo turístico durante los años 2016 y 2017, ambos años en los que Juego de Tronos presenta nuevas temporadas. En ella se pueden apreciar el número de turistas recibidos en dichas ciudades, al igual que el número de noches que se han registrado datos de estancia en los alojamientos del país en las ciudades aparentes en la tabla. En primer lugar se puede apreciar en cabeza del “ránking” la ciudad de Zagreb, la cual ha recibido un total de un millón ciento ocho mil seiscientos turistas en el año 2016 y con un incremento en un año del 16%. Este despunte frente al resto de ciudades se debe a que esta ciudad conforma la capital del país y tiene el principal aeropuerto del mismo, por lo que en su gran mayoría el número de turistas tiene acceso al resto de ciudades haciendo paso entre medias por la capital.

Pero también podemos ver otras cifras salientables y estas pertenecen a la ciudad costera y limítrofe bosnia de Dubrovnik. Se puede apreciar cómo pasa de recibir 987.000 turistas, a ascender al millón ciento setenta y cuatro mil ochocientos en un año, crecimiento del 19.03%, ascendiendo una cifra de 119.000. El mismo incremento puede ser visto notablemente en el número de noches registradas en la ciudad, recopiladas un total de 3.371.100 en 2016 e incrementando un 15.27% hasta llegar a un total 3.886.00 el siguiente año.

Hemos de tener en cuenta también la ciudad de Split, famosa por su Palacio Diocleciano y la cual presenta también unas cifras de aumento interesantes. Así pues, ésta recibe en 2016 un número de visitantes que asciende a 583.000. Visto así y en comparación con las ciudades citadas anteriormente, no semejan ser cifras notorias, pues presenta muchos menos visitantes que las dichas con anterioridad. Pero, si nos fijamos en el aumento de flujo de turistas que recibe, es cuando tenemos una diferencia más grande y es también cuando nos preguntamos por qué una ciudad pequeña como Split presenta un ascenso tan significativo. De este modo, hablamos de un ascenso de 123.000 turistas, aumentando así un 23.55% y llegando a un total de percepciones en 2017 de 720.300. Lo mismo pasa con el número de noches que el turista pasa en la ciudad, la cual asciende debido a que el turista prefiere pernoctar y así conocer la ciudad y sus alrededores.

No son insignificantes los cambios sufridos en el resto de ciudades, pero los de estas tres en concreto si son salientables, debido a tu notoria crecida,que, como veremos posteriormente podemos relacionar con nuestro objeto de investigación.

TABLA 16- CIUDADES Y MUNICIPIOS CON UNA MAYOR INTENSIDAD DE FLUJO TURÍSTICO

TOWNS/ MUNICIPALITIES	ARRIVALS (in 000)		INDEX 2017/ 2016	OVERNIGHTS (in 000)		INDEX 2017/ 2016
	2016	2017		2016	2017	
Zagreb	1,108.6	1,286.0	116.0	1,972.1	2,263.7	114.8
Dubrovnik	987.0	1,174.8	119.0	3,371.1	3,886.0	115.3
Split	583.0	720.3	123.6	1,717.4	2,127.3	123.9
Rovinj	561.0	625.6	111.5	3,329.7	3,689.5	110.8
Poreč	511.9	550.6	107.6	2,925.5	3,152.0	107.7
Zadar	421.1	524.5	124.6	1,550.5	1,832.7	118.2
Umag	408.2	456.3	111.8	1,960.8	2,343.1	119.5
Opatija	413.8	433.1	104.7	1,252.7	1,361.0	108.6
Medulin	365.5	387.5	106.0	2,410.4	2,555.7	106.0
Pula	330.9	381.5	115.3	1,606.6	1,878.2	116.9

Fuente: Ministry of Tourism

Otro de los datos a tener en cuenta es el número de cruceros recibidos. Esto es importante a tener en cuenta porque, siendo Dubrovnik el principal puerto de recepción de cruceros del país, guarda una estrecha relación al número de turistas recibidos en la ciudad, y por tanto podría quitarle protagonismo a nuestro objeto de estudio, pudiendo ser la causa náutica uno de los motivos de percepción de turistas de la ciudad y no por interés de la serie que estamos estudiando. Así pues, como podemos ver en la tabla 17, aunque haya habido una bajada en el año 2017 con respecto al 2016, conforma casi un tercio del total de turistas recibidos por la ciudad en el año 2017, llegando a alcanzar un total de 691 navíos no croatas, y un total de 947.306 pasajeros.

TABLA 17- NÚMERO DE CRUCEROS EXTRANJEROS

	2016	2017	Index 2017/2016
Number of cruises	825	691	83.8
Number of sojourns	1,813	1,506	83.1
Number of passengers	1,092,199	947,306	86.7

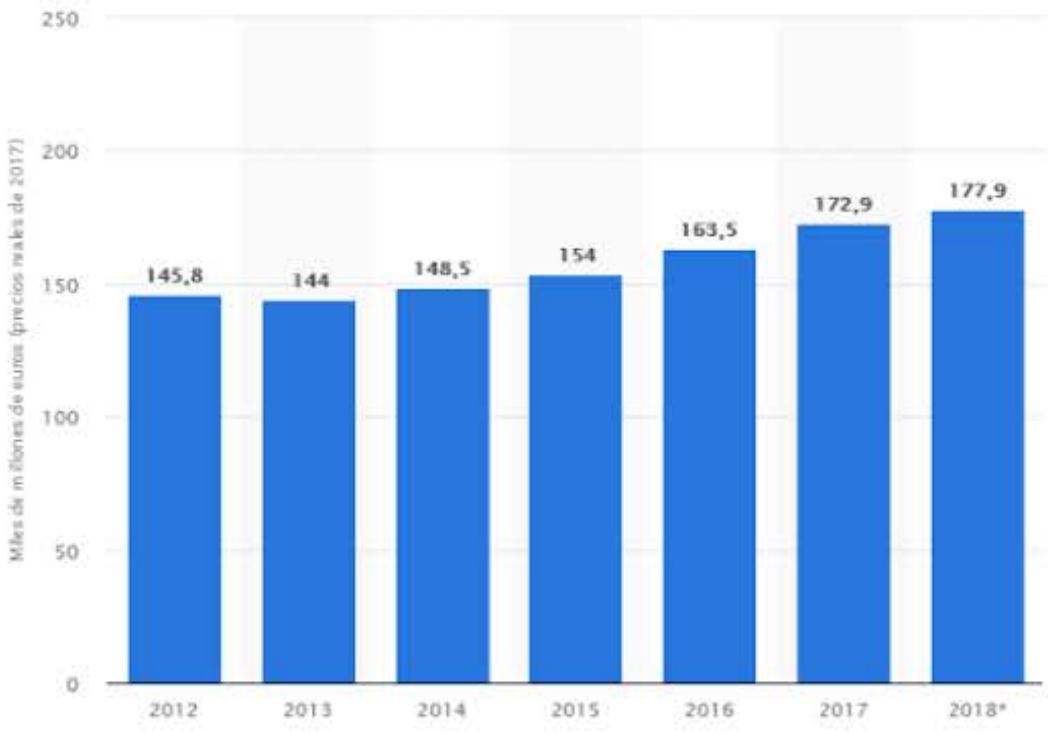
Fuente: Ministry of Tourism

3.2. Actividad turística en España

En el caso de España, también hemos procedido a realizar un breve estudio de los principales datos turísticos del país, a partir de la información recuperada de Statisa (https://es.statista.com/sectores/1186/turismo-y-hosteleria/).

En primer lugar, en el gráfico de barras 3 podemos apreciar el aporte y evolución del PIB del sector turístico al ámbito del PIB nacional. Los datos (en millones de euros) muestran a grandes rasgos un aumento gradual del mismo. Si entramos en detalle, podemos ver como en el año de partida; el 2012, se arranca de un total de 145.8 millones produciéndose el año siguiente un descenso de las cifras de 1.8 millones con respecto al año anterior. Es así que a partir de este año 2013 el PIB nacional se ha visto reforzado gracias al aporte turístico ya que, como dijimos con anterioridad éste ha experimentado una evolución consecutiva. De este modo, se llega en 2018 a un total de 177.9 millones produciéndose una diferencia de 2012 a 2018 de 32.1 millones, lo cual supone un aumento considerable y se podría adelantar que el turismo nacional se ha visto mejorado.

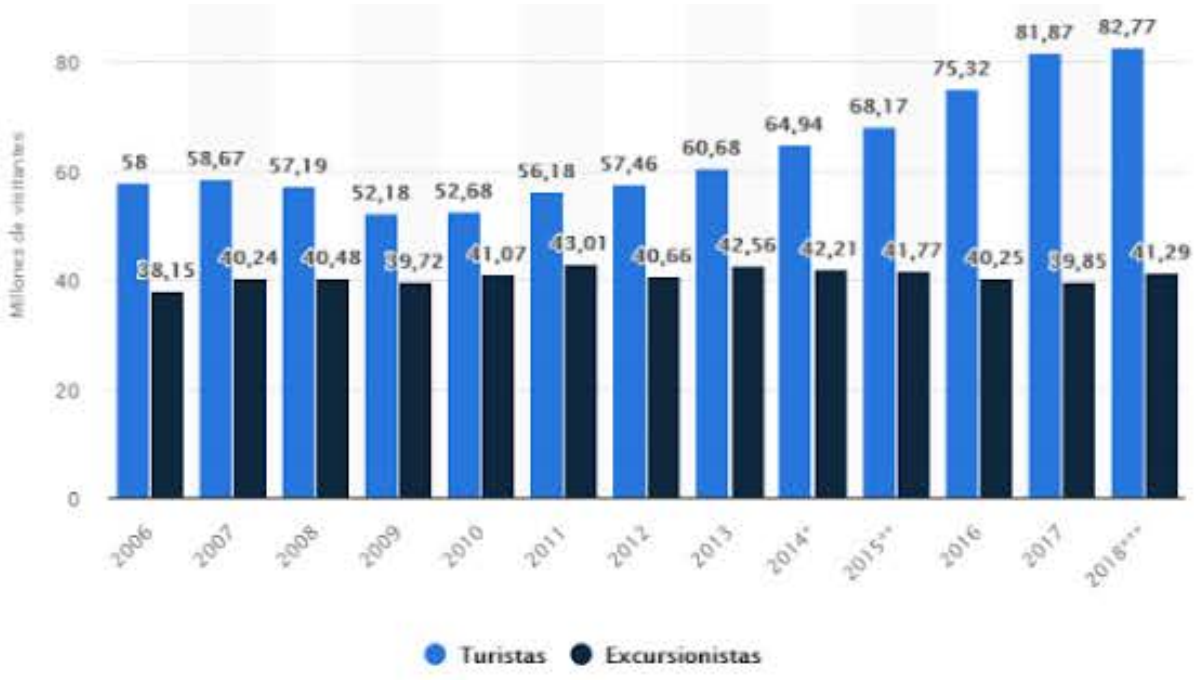
GRÁFICO DE BARRAS 3- EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO INTERIOR BRUTO DEL SECTOR TURÍSTICO EN ESPAÑA DE 2012 A 2018



Fuente: Statista

Tal y como podemos apreciar, en el gráfico de barras 4 se nos muestra la evolución anual de visitantes internacionales a España entre los años 2006 y 2008. En color azul claro se representa el volumen anual de turistas, mientras que los excursionistas son representados en azul oscuro; siendo turista aquella persona que pernocta en el lugar que visita y un excursionista no. De tal modo, a grandes rasgos podemos decir que los excursionistas componen cifras menores que las de los turistas, y mantienen más o menos una conducta similar con el paso de los años; manteniéndose en torno a los cuarenta millones. Así pues, cuando nos fijamos en las cifras de turistas extranjeros recibidos, podemos ver cómo, desde 2011 (año de lanzamiento de la serie a estudiar) se produce una crecida constante, partiendo de los 57.46 millones en dicho año hasta llegar a los 82.77 millones en 2018. Por tanto, podemos decir que España ha experimentado un incremento de percepción turística extranjera, por lo que los parámetros en relación a Juego de Tronos que buscamos podrían verse inmersos en estas cifras, aunque si bien es cierto, muchos otros tipos de intereses habrán motivado a tal magnitud de personas a visitar nuestro país.

GRÁFICO DE BARRAS 4- EVOLUCIÓN ANUAL DEL NÚMERO DE VISITANTES INTERNACIONALES EN ESPAÑA ENTRE 2006 Y 2018

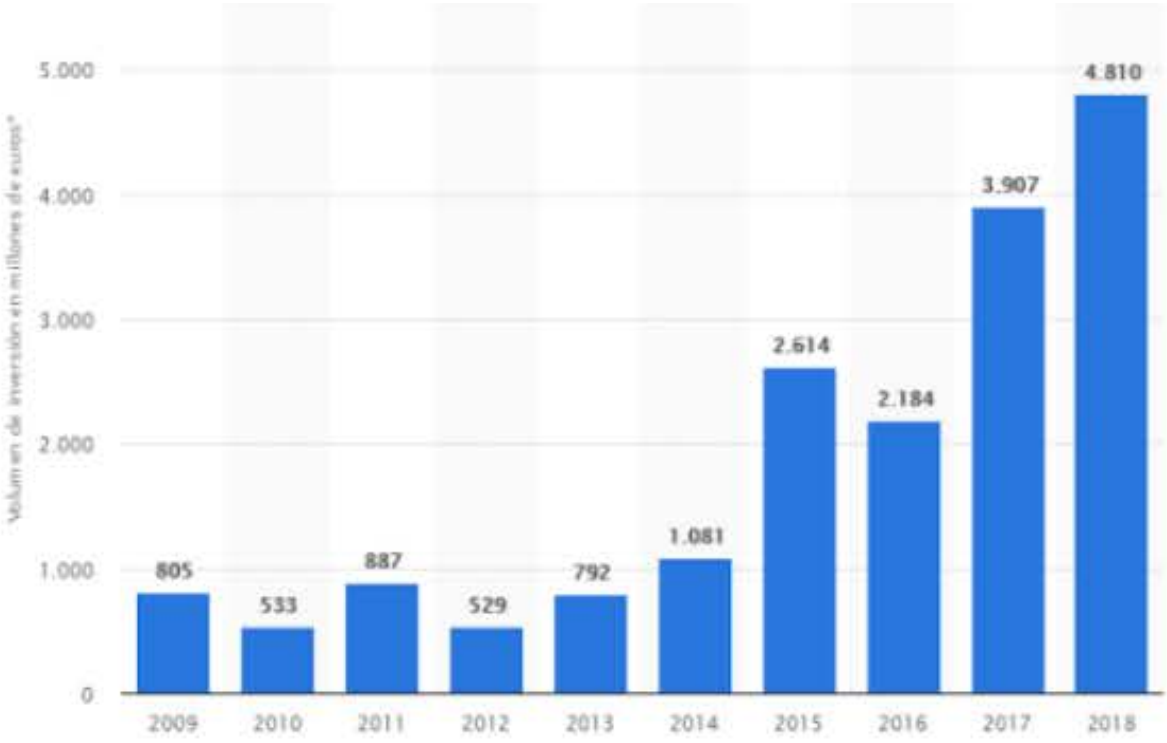


Fuente: Statista

Por último, el gráfico de barras 5 presenta la evolución anual de la inversión hotelera realizada en España entre los años 2009 y 2018. Dicha inversión, calculada en millones de euros, refleja una evolución algo dispar. En el año de arranque de la serie, 2011, podemos comprobar que dicha inversión es ridícula si la comparamos con parámetros actuales, ya que esta se ve cuatriplicada. Desde este punto se produce un descenso que nos lleva a 529 millones de euros para verse doblada dos años más tarde, en 2014. De nuevo doblada la cifra con respecto al año anterior en 2016, para sufrir una leve caída en 2016 y volverse a disparar hasta llegar en 2018 a un total de 4.810 millones de euros de inversión. Las cifras bajas que nos muestran los primeros años de estudio pueden haberse visto relacionadas con la crisis económica con la que contaba el país, pero tras recuperarse podemos comprobar que a partir del año 2012 hay una crecida continua.

Esto, a parte del tema económico nacional, se ve estrechamente relacionado con el aumento en la cifra de turistas llegado al país, suponiendo que los diferentes hoteles han tenido que hacer diferentes inversiones para la mejora de infraestructuras, servicios, etc.

GRÁFICO DE BARRAS 5- EVOLUCIÓN ANUAL DE LA INVERSIÓN HOTELERA REALIZADA EN ESPAÑA ENTRE 2009 Y 2018



Fuente: Statista

3.3. Actividad turística en Islandia

Así pues, a continuación se procede a hacer una relación y análisis de los datos turísticos captados en Islandia entre los años 2010 y 2017 respectivamente y a partir de los datos obtenidos en Tourism in Iceland in Figures (2018).

Tal y como podemos apreciar en la tabla 18, en la segunda columna se representa la relación de turismo percibido (en coronas islandesas) el cual asciende de 276.634 en el año 2013 a un total de 503.349 en 2017; lo que supone un incremento de 226.715; es decir de casi la mitad.

TABLA 18- GANANCIAS POR EXPORTACIONES TURÍSTICAS

	Export of goods and services (ISK billion)	Tourism* (ISK billions)	Share of tourism
2013	1,047,908	276,634	26.4%
2014	1,068,320	304,637	28.5%
2015	1,188,744	369,553	31.1%
2016	1,186,686	462,533	39.0%
2017	1,199,721	503,349	42.0%

*Total activity of Icelandic companies operating in Iceland and abroad.

Fuente: Tourism in Iceland in Figures

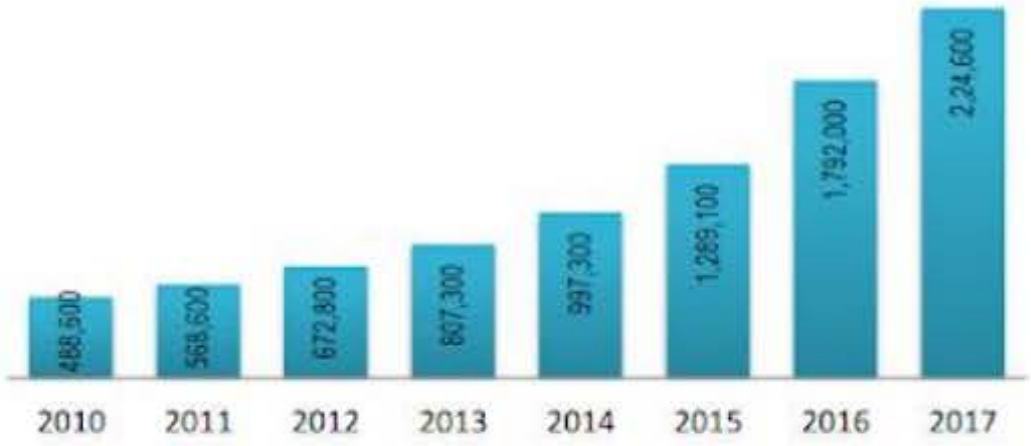
De este modo, en la tabla 19, podemos apreciar una relación de los turistas extranjeros que el país ha recibido a lo largo de los años 2010 y 2017. Como se hace referencia en la tabla, el incremento del periodo de tiempo de estos siete años es de un 24.3%; pasando de un total de 488.600 turistas a 2.224.600, lo cual supone una diferencia de casi el cuádruple y ascendiendo a un total de 1.736.000. Tal y como podemos ver también en el gráfico de barras 6, el número de turistas ha ido ascendiendo gradualmente año tras año, residiendo el mayor aumento el año 2016 con respecto de 2016 puesto que el país ha visto una crecida del 39%.

TABLA 19- TURISTAS INTERNACIONALES Y CRUCEROS

	2015		2016		2017	
	Passengers	Vessels	Passengers	Vessels	Passengers	Vessels
Reykjavík	100,141	108	98,676	114	128,094	134
Akureyri	72,015	86	82,516	93	109,365	124
Ísafjörður	54,000	64	85,108	81	78,732	95
Seyðisfjörður	19,115	28	16,139	32	19,973	42
Vestmannaeyjar	8,036	31	11,374	41	12,138	50
Grundarfjörður*	12,628	28	10,861	27	11,142	26

Fuente: Tourism in Iceland in Figures

GRÁFICO DE BARRAS 6- TURISTAS INTERNACIONALES RECIBIDOS EN ISLANDIA ENTRE 2010 Y 2017



Fuente: Tourism in Iceland in Figures

En la tabla 20 se muestra el total de los turistas internacionales de cruceros y los cruceros recibidos en Islandia entre los años 2015 y 2017. De la misma manera, se hace referencia que ha habido un gran incremento de los mismos ya que han pasado de recibir un total de 72.000 en el año 2010, a 132.000 en 2017, lo que supone una gran crecida desde el lanzamiento de la serie en el año 2011. Entre ellos podría destacar el puerto de Akureyri, ya que se sitúa muy próximo a dos de las localizaciones que se encuentran en el país y esto podría dar explicación de que se sitúe en segunda posición tras el puerto de la capital y habiendo recibido en el año 2017 un total de 109.365 pasajeros y 124 cruceros, distando 37.350 pasajeros y 38 cruceros con respecto al año 2015.

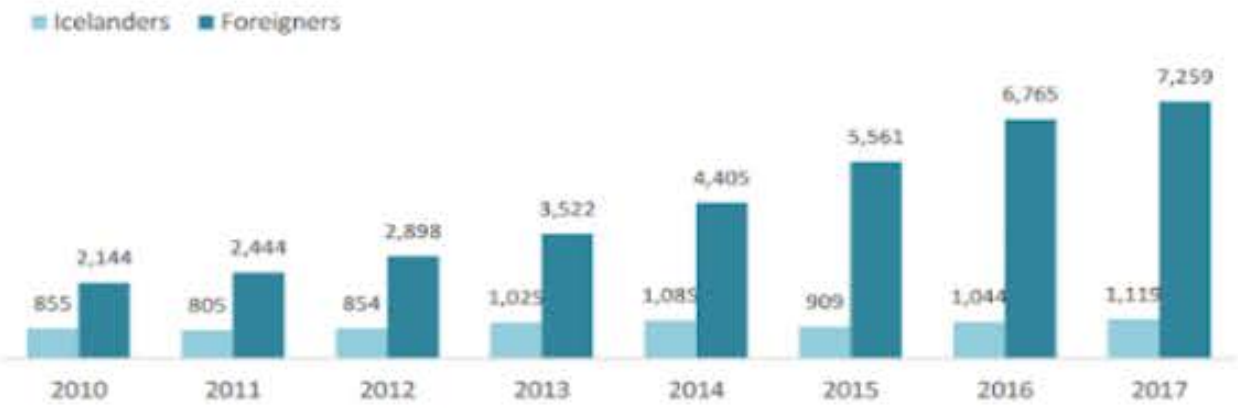
TABLA 20- PASAJEROS INTERNACIONALES DE CRUCEROS

	2015		2016		2017	
	Passengers	Vessels	Passengers	Vessels	Passengers	Vessels
Reykjavík	100,141	108	98,676	114	128,094	134
Akureyri	72,015	86	82,516	93	109,365	124
Ísafjörður	54,000	64	85,108	81	78,732	95
Seyðisfjörður	19,115	28	16,139	32	19,973	42
Vestmannaeyjar	8,036	31	11,374	41	12,138	50
Grundarfjörður[1]	12,628	28	10,861	27	11,142	26

Fuente: Tourism in Iceland in Figures

Así pues en el gráfico de barras 7, podemos ver la relación entre los años 2010 y 2017 de las pernoctaciones en todo tipo de alojamientos, tanto por turistas nacionales como extranjeros. A simple vista se puede apreciar cómo estas han experimentado un crecimiento gradual con el paso de los años. Vemos que, como de costumbre el número de noches pasadas por turistas extranjeros es mayor que el de nacionales y que se ha pasado de un total de 2.999.000 estancias en 2010 a 8.378.000, lo cual supone un incremento de 5.379.000; es decir que podemos confirmar que el turismo islandés se ha visto mejorado con el paso del tiempo y esto en medida podríamos decir que puede ser debido también al incremento de cruceros al que el país se ha visto expuesto; entre otras causas.

GRÁFICO DE BARRAS 7- PERNOCTACIONES EN TODO TIPO DE ALOJAMIENTOS REGISTRADOS EN MILLONES



Fuente: Tourism in Iceland in Figures

En el estudio aportado por el Ferdamalastofa (Icelandic Tourist Board), que es de donde hemos sacado los datos para dicho estudio, han recopilado en porcentajes los principales motivos que a los turistas les han llevado a visitar Islandia. En la tabla 21 se hace referencia a los mismos y podemos apreciar en cabeza con un 92.4% que el principal motivo para viajar allí sería la naturaleza del país. Pero si nos fijamos en todos los indicadores podemos apreciar como, en décimo lugar y con un 39.4%, los turistas declaran haber visitado el país por las películas y/o series de televisión que muestran paisajes de Islandia. Así pues es un dato relevante a tener en cuenta en nuestro estudio, ya que supone un alto porcentaje, casi llegando al 50% de los turistas que viajan a este país es por motivos de cine (entre otros). De este modo, aunque Islandia ha dado escenario a películas famosas tales como Tomb Raider o Thor 2, Juego de Tronos ha rodado en diferentes localizaciones del país y cuenta con un mayor número de fans a lo largo del planeta; por lo que las probabilidades de que un turista haya decidido visitar Islandia con motivo de la serie tendría un alto número de posibilidades.

TABLA 21- QUÉ ES LO QUE HA MOTIVADO A LOS TURISTAS A VISITAR ISLANDIA

The country's nature or particular natural feature*	92.4%
Wanted to try something new, had not been there before	81.9%
A destination I have always wanted to visit	80.0%
Interest in the Nordic region	74.1%
Nature related recreation	73.0%
Safe travel destination	63.8%
Icelanders/Icelandic culture in general	54.1%
Friends, relatives or colleagues recommended Iceland	54.0%
Internet media coverage of Iceland	53.3%
Movies/TV programmes showing Icelandic landscapes	39.4%
Read about Iceland in a newspaper or magazine	35.8%
Attractive price offer/Low airfare	34.3%
Icelandic food/Food culture	26.0%
Broadcast media coverage of Iceland (television/radio)	23.4%
Icelandic design	23.3%
Icelandic music	15.2%
Icelandic literature or a book featuring Iceland	15.2%
Stopover opportunity in Iceland	14.8%
Previous visit	14.1%
Friends/Relatives in Iceland	11.1%
Particular event in Iceland (cultural/sports)	10.2%
From seeing Icelandic-language films	8.7%
Special family event (wedding, birthday, or another event)	7.6%
Confer./Meeting/intern. collaboration/Business relations	5.8%
Health/Medical treatment in Iceland	3.1%

Fuente: Ferdamalastofa

3.4. Actividad turística en Malta

Hemos procedido a realizar un breve estudio de los datos económicos de Malta entre los años 2011 y 2018. Dichos datos han sido recuperados de Knoema y su Atlas Mundial de Datos (https://knoema.es/atlas/Malta/topics/Turismo).

En la tabla 22 se muestra una relación de los datos obtenidos en cuanto a la contribución del turismo al PIB nacional. Como podemos apreciar, el país se ha visto sometido a una serie de grandes cambios en lo que al turismo se refiere ya que, podemos ver como en 2011 arranca con un crecimiento con respecto al año anterior de casi un 20% (19.85%), para al año tener cifras en negativo. De tal modo podemos decir que Malta no goza de un aporte al PIB gradual, ya que vemos como en 2013 y 2014 tiene crecidas cada vez más significativas hasta llegar al 2015, donde el aporte del turismo al PIB cae un 11.53% con respecto al año anterior. Concluímos con que los tres años venideros han sido favorables pues en todos se ha visto una mejora del aporte, aunque las cifras varíen dependiendo del año, como podemos comprobar en 2017 que tiene un repunte de 18.22% con respecto al 2016 y en 2018 que mejora un 8.85% del 2017.

TABLA 22- CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL PIB DEL PAÍS

FECHA	VALOR	CAMBIAR, %
2018	1	8,85 %
2017	1	18,22 %
2016	1	7,57 %
2015	1	-11,33 %
2014	1	16,26 %
2013	1	6,88 %
2012	1	-0,92 %
2011	1	19,85 %

Fuente: Knoema

Por el otro lado, la tabla 23 muestra el número de turistas recibidos por el país en el margen de años previamente citados. Podemos apreciar como Malta ha experimentado una llegada de turistas que se ha visto favorecida con el paso de los años, y siempre de manera ascendente y gradual. Si bien es cierto que los cambios han sido crecientes y pasando de un total de llegadas de 1.415.000 en 2011 a un total de 2.274.000 en 2017, lo cual supone casi el doble de turistas en seis años, también hay que remarcar, como es lógico que no todas las crecidas han sido de las mismas magnitudes en cada año. De este modo, cabría resaltar que en el año 2017 se produjo una crecida del 15.67% con respecto al año anterior (la mayor en los seis años) y la menor se produjo en 2012, suponiendo una crecida del 1.98%.

TABLA 23- NÚMERO TURISTAS RECIBIDOS

FECHA	VALOR	CAMBIAR, %
2017	2.274.000	15,67 %
2016	1.966.000	10,26 %
2015	1.783.000	5,50 %
2014	1.690.000	6,83 %
2013	1.582.000	9,63 %
2012	1.443.000	1,98 %
2011	1.415.000	5,68 %

Fuente: Knoema

3.5. Actividad turística de Marruecos

A pesar de que este país solo cuenta con dos localizaciones de la serie; por lo que los datos aportados será más difícil tengan una relación estrecha con el impacto que ha tenido rodar en dichos lugares, hemos procedido a un breve estudio según datos recopilados a partir de la web Knoema y su Atlas Mundial de Datos (https://knoema.es/atlas/Marruecos/topics/Turismo).

De este modo, en la tabla 24 se muestra la contribución del turismo al PIB del país, y tal y como podemos apreciar las cifras que se muestran son muy similares, arrancando de un 9% en 2011 hasta los años 2015 y 2016 en los que sufre una bajada del 1% para remontar y acabar en 2018 con una aportación del 10%. A su vez, en la columna de la derecha vemos los cambios que ha sufrido, incrementando muy poco en algunas ocasiones (de un año con respecto a otro) y en dos casos hasta siendo negativo, reflejándose la disminución más grande en el año 2015; que es cuando dijimos pasa de un aporte del 9% al 8%.

TABLA 24- CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL PIB DEL PAÍS

FECHA	VALOR	CAMBIAR, %
2018	10	7,59 %
2017	9	11,66 %
2016	8	2,03 %
2015	8	-12,63 %
2014	9	8,31 %
2013	9	0,47 %
2012	9	-5,81 %
2011	9	10,91 %

Fuente: Knoema

Por otra parte, en la tabla 25 se aprecia el número de llegadas total al país en la misma relación de años (2011-2018). De este modo, vemos un crecimiento gradual de la percepción de turistas, salvo en el año 2015 que se aprecia una bajada relativamente baja (1.03%). Tal es así que en 2011 y con motivo del estreno de la serie, Marruecos contó con un total de 9.342.000 de llegadas, una diferencia de 2.007.000 con respecto a 2018, ya que en este año alcanzó un total de 11.349.000 llegadas al país.

TABLA 25- NÚMERO DE LLEGADAS

FECHA	VALOR	CAMBIAR, %
2017	11.349.000	9,84 %
2016	10.332.000	1,52 %
2015	10.177.000	-1,03 %
2014	10.283.000	2,36 %
2013	10.046.000	7,16 %
2012	9.375.000	0,35 %
2011	9.342.000	0,58 %

Fuente: Knoema

3.6.Análisis turístico de Reino Unido

Según los datos obtenidos a partir de Northern Ireland Statistics and Research Agency (2019) se procederá a realizar el mismo estudio que en casos anteriores y así poder enmarcar nuestro caso en particular, esclareciendo; en este caso Irlanda del Norte y en qué medida según dichos datos podríamos definir el impacto de la serie en el turismo nacional.

Tal y como podemos apreciar, en la tabla 26 se muestran las cifras totales del número de viajes que se han producido en el país, así como el número de noches y el total del gasto producido en el país (en lo que a términos turísticos se refiere) a lo largo de los años 2013 a 2018. De la misma manera, en cada estudio se hace una subdivisión del total en doméstico y extranjeros. Tal es así que en primer lugar analizaremos el caso del número de viajes que se produjeron; pasando de un total de 4.069.000 en 2013 hasta alcanzar 4.997.000 en 2018, suponiendo un incremento del 22.81% a lo largo de estos años y produciéndose una evolución de crecida gradual. No pasa lo mismo en el caso del total de pernoctaciones; puesto que en el año 2016 se produce una bajada con respecto al año anterior y lo mismo pasa en 2018, se trata de cifras no muy grandes pero por ejemplo el porcentaje de incremento de 2018 con respecto a 2017 es negativo. De todos modos, tal y como apreciamos el balance general es positivo; ya que se pasó de 14.394.000 pernoctaciones en 2013 a 16.296.000 en 2018, con un incremento del 13.21%. Por último; en la última fila se refleja el gasto total en millones de euros; y en donde se ve reflejado que el gasto extranjero es bastante mayor que el nacional. Arrancando en 2013 con una cifra de 715 millones y alcanzando en 2018 una de 968 millones. Así pues, podemos asegurar que el turismo en Irlanda del Norte ha sufrido una crecida en muchos sentidos a lo largo de siete años y es nuestra tarea averiguar en qué medida esta crecida se ha visto influenciada por el rodaje de la serie en sus diferentes localizaciones.

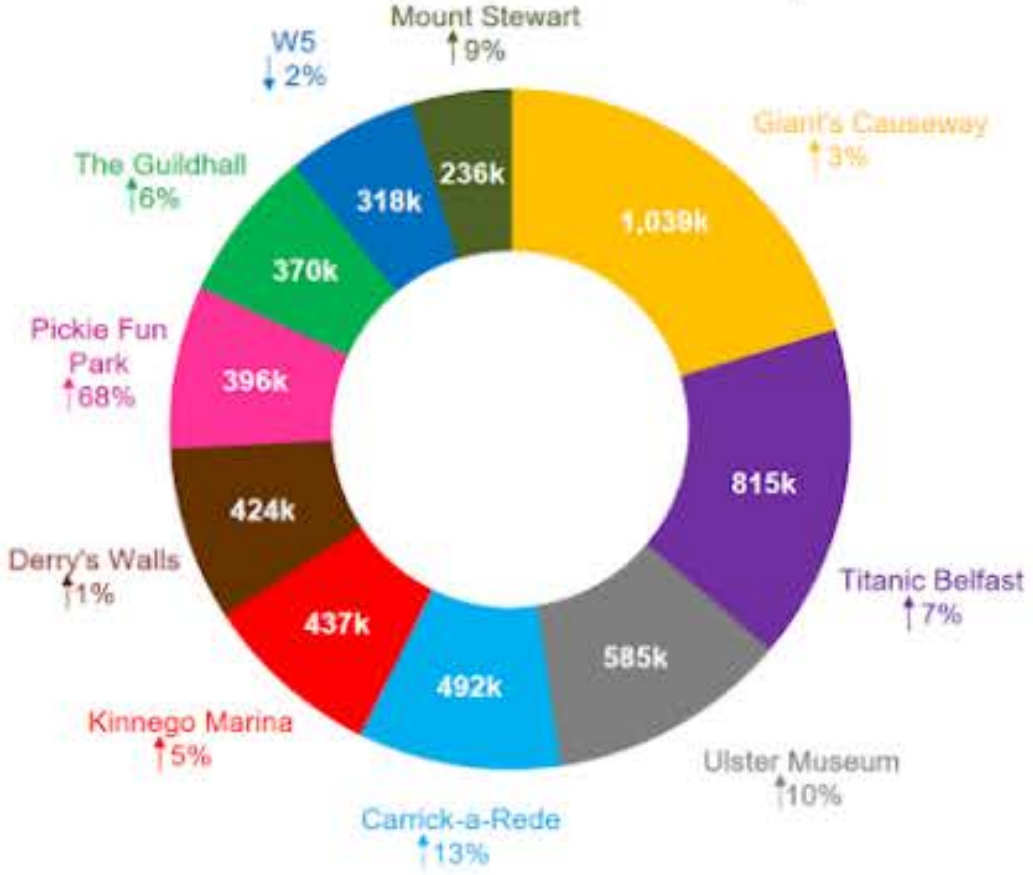
TABLA 26- NÚMERO ESTIMADO DE VIAJES PERNOCTADOS, NOCHES Y GASTOS EN IRLANDA DEL NORTE ENTRE 2013 Y 2018

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% Change (2017-18)
Overall Trips (000s)	**4,069**	**4,513**	**4,531**	**4,571**	**4,851**	**4,997**	**+3%**
Domestic (000s)	*1,980*	*2,335*	*2,230*	*1,984*	*2,193*	*2,188*	*0%*
External (000s)	*2,089*	*2,179*	*2,301*	*2,587*	*2,658*	*2,809*	*+6%*
Overall Nights (000s)	**14,394**	**15,082**	**15,471**	**15,175**	**16,866**	**16,296**	**-3%**
Domestic (000s)	*4,577*	*5,049*	*4,791*	*3,814*	*5,220*	*4,520*	*-13%*
External (000s)	*9,817*	*10,033*	*10,680*	*11,361*	*11,646*	*11,776*	*+1%*
Overall Expenditure (£M)	**715**	**745**	**764**	**850**	**926**	**968**	**+5%**
Domestic (£M)	*192*	*238*	*219*	*237*	*270*	*299*	*+11%*
External (£M)	*524*	*507*	*545*	*613*	*657*	*669*	*+2%*

Fuente: Northern Ireland Statistics and Research Agency

En la figura 1 podemos ver el “top 10” de las atracciones turísticas visitadas en el año 2018. Teniendo en cuenta que excluye parques, bosques y jardines es un dato que quizás no nos sea muy relevante pero he considerado su mención puesto que entre estos 10 más visitados encontramos una de las localizaciones de la serie en el país: Carrick-a Rede donde; como ya hemos dicho con anterioridad se ubicaría el campamento de Renly Baratheon. Dicha localización ha visto un incremento del 13% en sus visitas llegando al segundo puesto de este ránking después de Pickie Fun Park; el cual sufrió un incremento del 68%.

FIGURA 1- LAS DIEZ ATRACCIONES MÁS VISITADAS EN 2018 (EXCEPTO PARQUES, BOSQUES Y JARDINES)



Fuente: Northern Ireland Statistics and Research Agency

Por el otro lado, en la tabla 27 podemos ver como en la primera columna se hace referencia al stock producido de los diferentes tipos de alojamientos en el país entre los años 2013 y 2018. Así pues, vemos como se pasa en 2013 de 709 a 832 en el 2018; lo que supone un crecimiento del 9% con respecto al año anterior. Lo mismo sucede con las habitaciones y el número de camas, pues ambas han visto un incremento a lo largo de los años y han experimentado un crecimiento del 13% en el año 2018 con respecto al anterior y alcanzando en dicho año un total de 3.619 habitaciones y 8.231 camas.

TABLA 27- STOCK NORIRLANDÉS DE PENSIONES, BED AND BREAKFASTS Y ALOJAMIENTOS ENTRE 2013 Y 2018

Year	GHBBGA	Rooms	Bed Spaces
2013	709	3,045	6,948
2014	688	2,978	6,815
2015	686	2,999	6,876
2016	739	3,158	7,224
2017	762	3,206	7,296
2018	832	3,619	8,231
Change 17/18	**9%**	**13%**	**13%**

Fuente: Northern Ireland Statistics and Research Agency

4. Análisis del impacto turístico en las localizaciones en las que se rodó la serie

4.1. Impacto turístico en Croacia

El caso de Croacia es en el que podemos apreciar de un modo más claro el impacto que ha tenido la serie en el turismo local. Aunque disponga de un par de localizaciones en los alrededores, el foco principal de rodaje de este país ha sido la ciudad costera de Dubrovnik. Desde el inicio de la serie en 2011 hasta su temporada final, Dubrovnik ha sido el lugar de asentamiento de grabación de las escenas correspondientes a Desembarco del Rey, capital de los Siete Reinos en la ficción. Así pues, con el paso del tiempo la serie se ha convertido en algo tan icónico que los fans quieren experimentar por sí mismos las localizaciones donde se han rodado las escenas, y por tanto Croacia es un lugar esencial en la lista.

De este modo, y según datos del blog Holiday Watchdog (2018), gracias a la filmación de la serie en esta ciudad, esta misma está experimentando un crecimiento del 10% en el turismo local, según datos que el alcalde reveló a Bloomberg.com en el año 2015, tal y como recoge el diario Money (2017). Dicho crecimiento, y de nuevo gracias a datos aportados por el diario Money (2017), está impulsando la economía del país de una recesión económica presente desde el año 2009, aunque esta economía siga siendo un siete por ciento más pequeña de lo que era en el año 2008.

Según los datos de South China Morning Press (2018), un día de verano normal la ciudad puede recibir un total de ocho cruceros, lo cual implica alrededor de 28.000 pasajeros llegando a la ciudad y sumándose a los que ya podía tener. De este modo, tal y como se menciona en el artículo, en el año 2017 las autoridades locales junto con el alcalde Frankovic, anunciaron un plan para limitar el flujo de turistas provenientes de cruceros hasta alcanzar un máximo de 4.000 diarios, ya que de no hacerlo la ciudad se veía amenazada con perder su título de Patrimonio de la Unesco.

Otro de los motivos que podría llevar a un turista a visitar la ciudad de Dubrovnik sería que en 2017 el periódico New York Times nombró el país como el destino del año. De todos modos, como en otros casos y aunque no dispongamos de datos numéricos, tal y como confirma Mirella Radman en su artículo para The Dubrovnik Times (2017):

> "Anyone you speak to will tell you it's as if the entire universe has converged on Croatia this year, along with their grandmother, sister, aunt and postman. If I had a dime for every tourist I've met at Dubrovnik airport, ferry terminal, bus station or the main strip who tells me they are visiting the city primarily because of Game of Thrones, I'd surely be a millionaire by now, possibly even one in the double digits".

De esta manera, la autora del artículo y residente en la ciudad, comenta que no hay lugar al que vaya en el que no se encuentre algún turista que le comente que su principal motivo de viaje es Juego de Tronos, asegurando que si hiciera un recuento de todas las personas que se lo han comentado, podría llegar a ser millonaria, o incluso billonaria.

Pero, por el otro lado, el efecto que ha tenido Juego de Tronos, ha provocado, como en el caso de los otros países y tal y como se mencionó con anterioridad, un incremento en la economía local. El efecto más popular en las diversas localizaciones a lo largo del territorio europeo han sido la creación de tours, los cuales no faltan en la ciudad, pero la ciudad de Dubrovnik ha experimentado el opening de diversas tiendas temáticas, algunas incluso con los derechos oficiales de HBO.

4.2. Impacto turístico en España

España presenta un número elevado de localizaciones en a lo largo de su territorio, por lo que podemos decir que el impacto provocado en las mismas ha sido mayor o menor dependiendo del grado de importancia o el número de localizaciones en cada lugar, a saber; Barcelona que se localiza una única escena de un castillo de una casa menor en la ficción casi no ha tenido repercusión, mientras que Osuna, cuya plaza de toros protagoniza una de las escenas más importantes de la quinta temporada, se ha visto inundada de turistas. Pero, a grandes rasgos podemos confirmar que las diferentes localizaciones españolas han experimentado un impacto notable tras el rodaje.

Para la recogida de datos sobre los diferentes puntos de rodaje y su impacto, hemos procedido a ponernos en contacto con las diversas Oficinas de Turismo de cada localidad, solicitando información. De la mayoría hemos recibido la misma respuesta: “ese tipo de datos no han sido recopilados, no registramos ningún tipo de dato de cuando preguntan sobre Juego de Tronos, aunque si lo hacen”. Sin embargo, dos son las excepciones ya que Osuna y Girona nos han proporcionado lo que estábamos buscando en datos reales.

En primer lugar podemos decir que Girona, a pesar de tener una sola localización si ha tenido un ligero impacto. Así es que el recuento hecho por la Oficina de Turismo de Girona, desde el año 2016 sería el siguiente: en el año 2016 se obtuvieron un total de 165.915 solicitudes de información, de las cuales 836 fueron sobre Juego de Tronos. En el año 2017 a pesar del grueso total (133.308) haya sufrido una caída considerable de alrededor de 30.000 solicitudes, un total de 948 fueron sobre la serie, lo que supone una crecida significante. Y por último, los datos del año 2018 confirman que de 96.447 solicitudes, 832 fueron sobre Juego de tronos, lo que significa que tras bajar de nuevo sobre 30.000 solicitudes y las cifras de las relacionadas con la serie se mantienen. De este modo, los datos aportados por la Oficina de Turismo de Girona nos confirman que, aunque ha sido pequeño, la ciudad ha experimentado un interés de visita motivado por la serie.

A su vez, la Oficina de Turismo de Osuna también nos ha aportado información real acerca del impacto visto en la localidad. La ciudad se ha visto obligada a abrir la Plaza de Toros (lugar de grabación) como una nueva atracción turística y el Museo de la ciudad ha abierto dos salas dedicadas a la serie, datos que en caso de no poseer ninguna cifra numérica ya nos confirman la presencia de un impacto en la ciudad. Es así que la plaza de toros contó con un total de 1.514 visitas en 2015, con respecto a las 13.137 que recibieron tanto el museo como la oficina de turismo, mientras que en 2016 recibió un total de 1.687 la plaza de toros y 9.695 el museo. De este modo, haciendo un análisis de las estadísticas aportadas, se contempla un aumento considerable, teniendo en cuenta que 2015 fue el año de estreno de la quinta temporada de la serie y también el año de apertura de los salones del museo, el cual recibe solo en el mes de diciembre un total de 1.289 visitantes. Y por si no fuera suficiente, tal y como confirma el titular del diario Aionsur (2018), la afluencia de turistas crece un 70% en Osuna gracias al rodaje de Juego de Tronos.

Sevilla es otra de las ciudades que se ha visto favorecida gracias a Juego de Tronos. Gracias al rodaje de diversas escenas del sur ficticio y por haber sido el Real Alcázar foco de rodaje, podemos afirmar que Sevilla ha experimentado en 2015 un incremento del 25% su número de visitantes con respecto al año anterior, según datos de la revista Fotogramas (2015), además de generar un negocio de 100 millones de euros, sin contar los beneficios obtenidos por el aumento de flujo turístico. Tal es así, que durante el rodaje se incrementó un 2.35% el número de visitas al Real Alcázar, que en cifras numéricas ascendería a un total de 75.000 personas y con un aumento de la ocupación hotelera de 12.000 pernoctaciones, según el Diario de Sevilla (2014), El Correo de Andalucía (2014) y el diario Derrentería (2014).

La costa de Zumaia ha estado muy presente en la séptima temporada y el cambio ha sido notable. A pesar de no contar con cifras reales, un artículo de El Diario Vasco (2017) que numerosos fans visitan a diario las localizaciones. En dicho artículo se hace referencia a un heladero, quien ha notado el incremento de turistas considerablemente y lo relaciona con Juego de Tronos porque la gente ha dejado de ir en bañador para disfrutar de la playa y ahora solo acuden con cámara de fotos. Además según datos de un reportaje de la EITB(2018), el sindicato de localizadores de Hollywood ha premiado las localizaciones vascas como mejores localizaciones de toda la serie, lo cual supone un valor añadido para los fans a la hora de visitar dichos lugares.

De este modo, podemos confirmar que España sí ha sufrido un impacto en el turismo de las localidades en las que la serie ha filmado alguna escena. Aunque dichas localizaciones son más de las que hemos mencionado, no se dispone de información ni datos concluyentes o relativamente importantes que tengan que ser tenidos en cuenta, pues como ya mencionamos con anterioridad, en su mayoría no se hace un recuento de las visitas que se reciben por este motivo. Sin embargo, otro de los motivos por los que podemos confirmar la presencia de este impacto es gracias al boca a boca, y habiendo realizado la procedente encuesta hubiésemos concluido con lo mismo. Del mismo modo, la creación de diferentes tours y aparición de las localizaciones en redes sociales con motivos de la serie confirman de nuevo el tema de debate: si existen viajeros que han visitado las localizaciones donde se rodó la serie, y por tanto si existe un impacto económico en nuestro país.

4.3. Impacto turístico en Islandia

Islandia es otro de los casos en donde ha resultado difícil encontrar datos e información específica para determinar en qué grado Juego de Tronos ha supuesto un impacto, ya que en lo que a números se refiere, pocos son relacionados con la misma.

Lo relevante es que, gracias a un artículo del periódico Newsweek (2017) y un post en el blog Focus Economics (2017) podemos confirmar que Islandia ha tenido un impacto en lo referente al turismo gracias a la serie. Para comenzar, en dichos artículos resaltan la importante crecida a la que se ha visto sometida la economía islandesa; y que es en su gran medida debido al influjo de turistas que la serie “ha provocado”.

Como se ha dicho con anterioridad, Islandia ha servido como localización para la mayoría de escenas de Más Allá del Muro, donde todo es nieve y, por tanto, es la escena ideal. Es así que sus cuevas, y parajes son visitados por muchos visitantes para así poder presenciar escenas de suma importancia en la serie y que a todo fan le gustaría conocer, como la cueva en la que están Jon Nieve e Ygritte.

Tal y como comentan en dichos artículos, se espera que el turismo en Islandia crezca hasta llegar a un total de 2.4 millones de visitantes, lo cual supondría un aumento de la población siete veces su tamaño, y afectaría de manera directa a todos los negocios y sector turístico, no de la zona que si no del país.

Pero, por el otro lado, también podemos apreciar el lado perjudicial de lo que llamamos boom turístico en un estudio realizado por Bloomberg (2017), en este caso provocado por la serie. La fuerza que Juego de Tronos ha dado al sector en el país ha ayudado a que en 2017 se produjese un alzamiento en el tipo de cambio: la corona islandesa ascendió un cuatro por ciento con respecto al euro; lo que supone una bajada en los beneficios económicos en el sector, ya que dista un 21 por ciento del año anterior.

4.4. Impacto turístico en Malta

El caso de Malta puede llegar a ser algo diferente. Si bien tiene un total de 11 localizaciones de la serie, estas fueron empleadas en mayor medida únicamente en la primera temporada de la serie, y bien cuando esta cobró fuerza y empezó a contar con una mayor financiación las localizaciones fueron cambiadas en su mayoría para ser de localizadas esta vez en Dubrovnik.

A la hora de obtener información y datos sobre si Juego de Tronos ha impactado en el país o no, nos hemos puesto en contacto con la Autoridad de Turismo de Malta. Tras ponernos en contacto a través de info.visitmalta@visitmalta.com nos han dado respuesta de que esta entidad no recoge datos acerca de los visitantes motivados por la serie.

De todos modos, desde este departamento nos derivan a Malta Film Tours, la cual se trata de una web dedicada a la venta de diferentes tours sobre Juego de Tronos. Tal es así, que podemos confirmar que la serie si ha tenido y tiene un impacto turístico en el país.

Aunque no dispongamos de datos oficiales que confirmen el grado o nivel del impacto, gracias a un artículo de Times of Malta (2019) podemos decir que, al menos dichos tours si tienen resultados favorables. En dicho artículo se menciona a Malcom Ellul, quien se encarga exclusivamente de tours de Juego de Tronos, los cuales están todos reservados principalmente por americanos, ingleses y alemanes.

4.5. Impacto turístico en Marruecos

Marruecos cuenta con dos localizaciones de la serie en sus tierras; Ait Benhaddou la cual podemos ubicar en la tercera temporada como la ciudad esclavista de Yunkai, donde Daenerys Targaryen era protagonista, y los muros de la ciudad de Essaouira, que daba vida a la otra ciudad de la Bahía de los Esclavos: Astapor. Por desgracia, ni las instituciones ni el gobierno marroquíes han decidido hacer un recuento del número de turistas recibidos en la ciudad por motivos de la serie, ni contamos con ningún dato relevante acerca del número de visitas. Pero, gracias a un artículo del periódico Morocco World News (2019) podemos afirmar que por lo menos la ciudad de Ait Benhaddou ha recibido un gran número de turistas con motivo de la serie. El dato aportado por dicho medio confirma que esta localidad del sur marroquí es la segunda localización (de todas las empleadas por la serie) en aparecer más veces en la red social Instagram, llegando a aparecer en 58.933 fotos capturadas por los fans y con el hashtag de la ciudad. De este modo, aunque no contemos con un número real de visitas a la ciudad por este motivo, si podemos confirmar que al menos casi un total de 60.000 se han acercado al lugar de filmación, por lo que sobra decir que sí es cierto que existe un impacto en el turismo local, y que la serie atrae a miles de turistas.

4.6. Impacto turístico en Reino Unido

Irlanda del Norte, como ya hemos comentado, es otro de los países europeos que ha sido escogido por la HBO en 2011 para comenzar a rodar la serie que estamos estudiando, llegando a dar lugar a algunas de las escenas y localizaciones más icónicas de toda la serie. De este modo, la serie ha proporcionado un total de 34 millones de euros gastados en el turismo del país, según datos de The Guardian (2019), ya que además de albergar muchas escenas de rodaje (y con los gastos que conlleva para alojar al equipo), recibe miles de fans de todas partes del mundo.

A la hora de pensar en los motivos por los que viajar, mucha gente apostaría que nadie lo hace por el mero hecho de visitar un lugar donde se ha rodado una escena que aparece en una serie o película. Pero, tal y como podemos apreciar en el artículo de la BBC (2019), diferentes motivos son dados por los diferentes viajeros, a saber: “Me encanta, me encanta estar alrededor, estar en el momento imaginando que estaba ahí con mis personajes favoritos” o “La posibilidad de conseguir un tour al mismo tiempo que estábamos en un crucero fue una oportunidad genial. Lo hicimos también en Croacia y queríamos ver más escenas.” Estos y otros tantos motivos relacionados con la serie son aportados por dichos viajeros en el artículo, reflejando que si hay un porcentaje de personas que tienen intereses motivados en visitar, en este caso Irlanda del Norte, basados en el impacto que ha tenido la serie. Así mismo podemos observar que estos motivos son diferentes en cada persona, pues se aprecia como hay personas que únicamente se mueven con este motivo, y para otras que es algo secundario, pero que también tiene aliciente a la hora de escoger un destino.

Los primeros datos encontrados sobre datos económicos registrados del impacto de la serie de este país, conciernen a un artículo del periódico The Guardian (2014). Como podemos apreciar el artículo es de 2014, teniendo la serie cuatro años de longevidad televisiva, y uno más de presencia en Irlanda del Norte por motivos del rodaje y en este se afirma que las cuatro primeras temporadas de la misma han tenido un impacto económico en el país, con un beneficio que ascendió a los 94 millones de euros. Dentro de estos beneficios se incluyen los gastos de alojar al reparto, así como los diferentes servicios empleados a lo largo de estos cuatro años por todo el equipo. Del mismo modo, los datos que nos proporciona el mismo artículo hablan sobre la creación de puestos de trabajo, los cuales ascendieron a 900 empleos a tiempo completo y 5.700 a tiempo parcial, en una región que no supera los dos millones de habitantes.

En lo referente a la creación de empleo, es inimaginable la captación que puede llegar a tener la serie. Como es lógico y mencionamos anteriormente, muchos empleos tanto a tiempo parcial como completo han sido creados, en su mayor parte relacionados con el sector turístico; ya sean puestos en hoteles, restaurantes… favoreciendo claramente al crecimiento de la economía local. Pero tal ha sido el impacto que incluso (entre muchos otros ejemplos) una taxidermista se ha visto favorecida gracias al impacto de Juego de Tronos. Tras recuperar datos de un post de Upworthy (2015) contamos con la información de que Ingrid Houwers se encargó de proporcionar pieles y animales disecados para el rodaje. Esto ha implicado que la taxidermista experimentase un caso de publicity (publicidad no pagada) teniendo clientes que afirman comprarle por ser quien proveía de taxidermia a la famosa serie.

Del mismo modo, tal y como narra el titular del artículo del NewStateman (2019) “Game of Thrones is over- but its impact on Northern Ireland will live on”, el cual viene a decir que aunque la serie haya llegado a su fin, su impacto perdurará en Irlanda del Norte. Tal es así que en este mismo artículo podemos leer como con la octava temporada un tour oficial fue plagado de turistas, acabando con las ventas cada fin de semana. Además diversos elementos de culto a la serie han sido creados por artistas locales, entre los que destacan un tapiz gigante de un lobo huargo o una imitación de la corona de Cersei, y los cuales tienen un tremendo éxito, siendo visitados por casi un total de 150.000 personas.

El mismo dato publicado por The Guardian, es recogido en el titular del periódico The Irish Times (2018), recalcando que la serie proporciona cerca de 34 millones de euros al sector turístico norirlandés. En el mismo artículo se afirma también que alrededor de 120.000 personas han viajado al país en el año 2016 para apreciar los diferentes escenarios de la serie. Y es que además, tal y como dice Rosemarie McHugh (Directora de desarrollo de producto turístico de Irlanda del Norte)

> “Our industry has responded to this opportunity with the creation of tours, experiences and events related to the show, but demand is there for more. We look forward to continuing to work with our industry to develop visitor experiences that equal the power and excitement that HBO has brought to our screens.” (McDonnel, 2018).

La directora aclara cómo el turismo nacional se puede ver favorecido gracias a este nuevo flujo de turistas: con la creación tours y experiencias con relación a la serie, pues de este modo el viajero tendrá un mayor interés en visitar las localizaciones que no solo por haber dado lugar a una escena de su serie favorita; tendrán quién les explique en qué momento de la misma aparece y qué personajes la protagonizan.

Según los datos de un artículo de The Irish Times (2019), se estima que la información más reciente con respecto al año anterior 58 millones de euros han sido gastados en el Norte. Dicha cantidad se refiere únicamente a lo recaudado por fans que han viajado especialmente por motivos de la serie. Del mismo modo, el autor del artículo afirma que uno de cada seis visitantes a la región en 2018 lo ha hecho por el mismo motivo, ascendiendo a una cifra total de 350.000 personas, una cifra bastante significativa.

5. Conclusiones

Para dar por finalizado este trabajo de investigación, cabría hacer una breve síntesis de lo tratado con anterioridad, para así abordar y reafirmar las conclusiones a las que se han llegado a lo largo del proyecto. De este modo, y una vez aclarado que esta serie televisiva ha tenido un éxito mundial, podemos reafirmar que si ha tenido un impacto.

Pero, ¿ha sido dicho impacto en el turismo? Es obvio, tal y como comentamos con anterioridad, que la serie ha impactado de diversas maneras en la sociedad; puesto que, y para empezar el impacto televisivo que ha tenido ha alcanzado cifras desorbitadas, batiendo récords con el lanzamiento de la última temporada este año 2019. Pero cuando hablamos de turismo, se nos ha hecho un poco más difícil medir el grado de impacto que ha tenido. Para ello nos hemos basado en diferentes fuentes, a saber: artículos de periódicos y revistas, blogs, nos hemos puesto en contacto con las diferentes entidades responsables en materia turística de las localidades/regiones donde se han rodado… pero encontrar cifras reales de, por ejemplo, el número de turistas que viajan a un lugar motivados por conocer dónde se rodó la famosa serie, ha resultado complejo, y en la mayoría de los casos no se dispone de los mismos.

De todos modos, hemos empleado otro tipo de herramientas de medición para poder abordar la pregunta de si Juego de Tronos ha supuesto un impacto turístico en las localizaciones donde se ha rodado. Dichas herramientas fueron obtenidas a través de los diferentes artículos empleados en la investigación, y fueron de lo más variopintas: en el caso de Irlanda del Norte (por ejemplo) hemos recuperado de un artículo de la BBC (2019) un vídeo en el que se entrevista a diversos turistas, los cuales confiesan, con diferentes argumentos y motivaciones, haber visitado esa zona por la serie, algunos únicamente por eso y otros compaginando diversos tipos de turismo con el turismo cinematográfico. Otra herramienta de medición recuperada son las redes sociales, en este caso el Instagram, que gracias a las fotos subidas por los turistas se ha podido estimar un número de visitantes a los diferentes escenarios.

Tal es así que, aunque no podamos dar una cifra exacta de la repercusión que ha tenido en el turismo, podemos concluir con que las diversas localizaciones se han visto favorecidas, en lo que a la captación y recepción de turistas se refiere gracias a la filmación de la serie a lo largo de estos territorios. Como es lógico este impacto se ha visto magnificado en ciertas zonas, como es el caso de Croacia, ya que el lugar de rodaje se aglomera en su mayor medida en la ciudad de Dubrovnik, representando esta la ciudad más importante de la ficción y recopilando un centenar de escenas vistas después en pantalla, por lo que, como es de esperar Dubrovnik ha tenido un impacto mucho mayor que el resto de escenarios, y aún mayor si lo comparamos por ejemplo con la ciudad de Barcelona, que da lugar a la escena de un castillo de una casa menor en la ficción.

Así pues, podríamos decir que el país que ha tenido una menor repercusión ha sido Marruecos, ya que a lo largo del mismo solo se encuentran dos escenarios. Lo mismo debería pasar con Islandia, que cuenta con tres localizaciones, pero este país cuenta con un “privilegio” y es que tiene mucho turismo receptor gracias a los cruceros que pasan por el mismo, y al no tratarse de un territorio de magnitudes grandes muchos de los turistas que viajan en dichas travesías hacen paradas en las diferentes atracciones del filme. Otro sería el caso de España, siendo junto con Irlanda del Norte uno de los países que cuenta con más localizaciones, es un territorio muy amplio y con sets de rodaje muy diferentes, por lo que hay lugares con una repercusión enorme; como Osuna, Zumaia o

Sevilla y otras que, también debido a la relevancia de las escenas rodadas en ellas pasan más desapercibidas, como Navarra y sus Bardenas Reales.

5.1. Carácter del impacto

Una vez concluído el debate de si la serie ha supuesto o no un impacto en el turismo en las localizaciones donde se ha rodado, se nos plantea otra cuestión: ¿Dicho impacto ha sido positivo o negativo?. Si hacemos referencia y hablamos del número de turistas percibidos en las diferentes zonas, podemos decir que dicho impacto ha sido un claro elemento favorecedor, ya que supone un indicador de mejora de la economía en muchos niveles: gasto en transporte, restauración, hostelería, creación de empleo… todos ellos vistos con anterioridad y son elementos que suponen un aumento del aporte del turismo al PIB nacional de los diferentes territorios.

Otro supuesto favorecedor es la creación de nuevas atracciones que pueden captar la llegada de más turistas. Un ejemplo es el de Osuna, ciudad la cual tras el rodaje de escenas de la quinta temporada en su plaza de toros, la ha abierto de cara al público para que los fans puedan recrear alguna escena de la serie. La misma ciudad también ha abierto dos salas temáticas en el museo municipal con un coste de entrada de 2.50€, medidas que suponen un incremento también de ingresos locales. Además, la ciudad también ha albergado el rodaje del Podcast número 200 de Fuego y Hielo y una cena temática, medidas las cuales han supuesto un 100% de la ocupación hotelera de la ciudad en tales fechas según un artículo de Aionsur (2018). Otro ejemplo sería el caso de Dubrovnik, muchos de los comercios locales de la ciudad se han reinventado convirtiéndose en tiendas temáticas con motivo de la serie, algunas de ellas contando con la homologación de HBO.

Pero la repercusión económica que más impacto ha tenido y ha provocado el rodaje de esta serie es la creación de diversos tours. Cada uno es diferente, con diversas metodologías de ejecución, pero todos tienen el mismo objetivo: hacer que el turista reviva las escenas en frente de los lugares donde han estado los actores y el equipo de grabación. Así es que, un artículo del diario ABC (2017) recoge diez tours temáticos a lo largo de los diferentes lugares de rodaje. Podemos afirmar que existe al menos un tour por zona o región de rodaje, incluso en lugares con un menor número de apariciones en la serie como donde ha tenido más éxito. En Irlanda del Norte por ejemplo hay una amplia variedad de tours, tanto oficiales como no, en diferentes idiomas y con un amplio abanico de precios, para que el turista al llegar pueda escoger lo que más le convenga o interese.

Pero, obviamente no es oro todo lo que reluce y dicho impacto ha mostrado su lado negativo en ciertos territorios. Zumaia ha sido protagonista en la séptima temporada de la serie, representando escenas de Rocadragón y su reina Daenerys. Tal es así que El Diario Vasco (2017) habla de caos en Gaztelugatxe. En este paraje de mil escaleras vemos como la reina dragón entra en su fortaleza y esto se ha convertido en un fenómeno de masas, tal y como afirma el periódico la zona está siendo “asediada” por turistas, quienes aparcan a kilómetros solo por ver dicho escenario. Tal y como se comenta, el ayuntamiento ha tomado la determinación de poner zonas gratuitas de aparcamiento para residentes y OTA en lugares cercanos a la playa.

El caso en Dubrovnik no mejora ya que, como hemos visto con anterioridad, la ciudad se ha visto inundada de turistas por el fenómeno que está teniendo lugar en el mundo con relación a la serie. Tal es la situación que UNESCO ha amenazado con retirar el título a la Ciudad Antigua de Patrimonio de la Humanidad si el turismo en ella continúa del modo en el que está evolucionando. Y es que es la segunda ciudad en el mundo con mayor recepción de cruceros después de Venecia, llegándose a masificar. El Ayuntamiento ha establecido una propuesta, la cual consiste en limitar el número diario de entrada de turistas provenientes de cruceros a 4.000, aunque aún está por ponerse en marcha.

De este modo podemos concluir esta línea de investigación reafirmandonos en que hoy en día el turismo cinematográfico está cobrando cada vez más y más importancia, ¿y como una de las series con mayor éxito mundial no iba a verse reflejada?. Miles de personas se movilizan para conocer los lugares donde dicha serie ha sido filmada y así poder revivir en su propia piel algunas de sus escenas favoritas, o sacarse una foto simulando una escena y donde previamente lo hicieron los actores de la misma. Está claro que esto ha supuesto un elemento diferenciador en muchas de las localizaciones, y que se reciben más turistas por lo mismo, pero en ciertos casos el impacto positivo puede verse difuminado por complicaciones a las cuales las diferentes entidades deben hacerse cargo.

Referencias Bibliográficas

- Addley, Esther (2014, 4 de abril). Game of Thrones brings its magic to Northern Ireland´s Economy. *The Guardian*. Recuperado el 16 de septiembre de 2019 de https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2014/apr/04/game-of-thrones-northern-ireland economy-tourism
- Anónimo (2014, 5 de noviembre). El rodaje de Juego de Tronos genera 12.000 pernoctaciones en Sevilla y un repunte del 2.35% en el Alcázar. *Derrentería*. Recuperado el 19 de septiembre de 2019 de https://www.derrenteria.com/el-rodaje-de-juego-de-tronos genera-12-000-pernoctaciones-en-sevilla-y-un-repunte-del-2-35-en-el-alcazar/
- Anónimo (2017, 6 Marzo). *¿Qué es Juego de Tronos?* [Web log post]. Recuperado el 8 de julio de 2019 de https://deepsanddeeps.com/blog/juego-de-tronos/
- Anónimo (2017, 19 de septiembre). *The Icelandic economy and Game of Thrones: Just what maester ordered.* [Web Log Post]. Recuperado el 25 de septiembre de 2019 de https://www.focus-economics.com/blog/iceland-economy-impact-of-tourism-game-of-thrones
- Anónimo (2018, 12 de abril). Gaztelugatxe, Muriola e Itzurun, premiadas por localizadores de Hollywood. *EITB*. Recuperado el 3 de octubre de 2019 de https://www.eitb.eus/es/television/programas/que-me-estascontando/videos/detalle/5523346/video-gaztelugatxe-muriola-itzurun-premiadaslocalizadores-hollywood/
- Anónimo (2018, 28 de septiembre). Mass tourism threatens Croatia´s Game of Thrones city Dubrovnik, and it´s getting worse. *South China Morning Post.* Recuperado el 9 de octubre de 2019 de https://www.scmp.com/lifestyle/travel-leisure/article/2165976/mass-tourismthreatens-croatias-game-thrones-city-dubrovnik
- Anónimo (2018, 18 de octubre). La afluencia de turistas a Osuna crece un 70% gracias al rodaje de Juego de Tronos. *Aionsur*. Recuperado el 11 de octubre de 2019 de https://aionsur.com/la-afluencia-de-turistas-a-osuna-crece-un-70-gracias-al-rodaje-de-juego-de tronos/
- Anónimo (2019). Knoema. *World Data Atlas, Malta.* Recuperado el 29 de septiembre de 2019 de https://knoema.es/atlas/Malta/topics/Turismo
- Anónimo (2019). Knoema. *World Data Atlas*, Marruecos. Recuperado el 30 de septiembre de 2019 de https://knoema.es/atlas/Marruecos/topics/Turismo
- Anónimo. (2019, mayo, 20). The Game of Thrones effect on Northern Ireland Tourism. *BBC*. Recuperado el 2 de octubre de 2019 de https://www.bbc.com/news/av/uk-northernireland-48339329/the-game-of-thrones-effect-on-northern-ireland-tourism
- Ballabrig, Jordi y Jordan, Marijo. (2016, 24 de septiembre). *Ruta "Juego de Tronos" : Dubrovnik convertido en Desembarco del Rey.* Recuperado el 15 de julio de 2019 de https://www.marijobarcelona.com/juego-tronos-1/

- Ben Saga, Ahlam (2019, 23 de enero). Morocco´s Ait Benhaddou is 2nd most

instagrammed Game of Thrones Site. *Morocco World News*. Recuperado el 5 de octubre de 2019 de https://www.moroccoworldnews.com/2019/01/264203/moroccos-ait-benhaddouinstagrammed-game-of-thrones/

- Cafolla, Anna (2019, 20 mayo). Game of Thrones is over-but its impact on Northern Ireland will live on. *NewStatesman*. Recuperado el 2 de octubre de 2019 de https://www.newstatesman.com/culture/2019/05/game-thrones-over-its-impact-northern-ireland will-live
- Calfas, Jennifer (2017, 24 de agosto). Game of Thrones made this city so popular that it´s going to turn tourists away. *Money*. Recuperado el 9 de octubre de 2019 de http://money.com/money/4905167/game-of-thrones-dubrovnik-croatia-tourism/
- Carroll, Rory (2019, 29 marzo). Tourism is coming… Northern Ireland turns into a Game of Thrones Hotspot. *The Guardian.* Recuperado el 2 de octubre de 2019 de https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/mar/29/tourism-is-coming-northern-ireland-turns into-a-game-of-thrones-hotspot
- Cueto, Cristina (2014, 4 de noviembre). "Juego de Tronos aumentó las visitas al Alcázar un 2,35% durante el rodaje". *Diario de Sevilla*. Recuperado el 19 de septiembre de 2019 de https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Juego-Tronos-aumento-visitasAlcazar_0_859114354.html
- Díaz, A. (2019, 28 de enero). Statista. *Evolución del Producto Interior Bruto del Sector Turístico en España de 2012 a 2028 (en millones de euros).* Recuperado el 15 de septiembre de 2019 de https://es.statista.com/estadisticas/539720/evolucion-anual-del-pibturistico-en-espana/
- Dunn, Thom (2015, 26 de agosto). *Game of Thrones might be fantasy, but its economic impact on Northern Ireland is very, very real*. [Web Log Post]. Recuperado el 26 de septiembre de 2019 de https://www.upworthy.com/game-of-thrones-might-be-fantasy-but-itseconomic-impact-on-northern-ireland-is-very-very-real
- Domínguez, Jaime (2015, 18 de agosto). Juego de Tronos: El rodaje en España impulsa la economía local. *Fotogramas.* Recuperado el 14 de septiembre de 2019 de https://www.fotogramas.es/series-tv-noticias/a9732363/juego-de-tronos-el-rodaje-en-espana impulsa-la-economia-local/
- Elaine. (2017, 2 de octubre). *10 Game of Thrones Filming Locations in Malta and Gozo*. [Web log post]. Recuperado el 17 de julio de 2019 de https://www.thewholeworldisaplayground.com/game-of-thrones-filming-locations-malta-gozo/
- Gail, Mónica (2017, 23 de agosto). Todos los lugares del mundo donde se ha rodado la serie <<Juego de Tronos>>. *ABC.* Recuperado el 10 de julio de 2019 de https://www.abc.es/viajar/noticias/abci-todos-lugares-mundo-donde-rodado-serie-juego-tronos 201708101854_noticia.html
- Ganado, Philip Leone (2019, 19 de mayo). The reason they´re coming here is Game of Thrones. *Times of Malta*. Recuperado el 19 de septiembre de 2019 de https://www.timesofmalta.com/articles/view/20190519/local/the-reason-theyre-coming-here-is game-of-thrones.710369
- Jiménez, Aiende S. (2017, 28 de agosto). Juego de Turistas en el trono de Zumaia. *El Diario Vasco.* Recuperado el 14 de octubre de 2019 de https://www.diariovasco.com/gipuzkoa/juego-tronos-turistas-zumaia-20170828191508-nt.html

- Justo, David (2017, 1 de septiembre). *Todo lo que debes saber de Juego de Tronos: Preguntas y Respuestas*. Cadena Ser. Recuperado el 8 de julio de 2019 de https://cadenaser.com/ser/2017/08/31/television/1504199700_344248.html
- Liman, Love (2017, 3 de mayo). Game of Thrones Crowns Iceland Krona as World´s Best Currency. Bloomberg. Recuperado el 26 de septiembre de 2019 de https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-05-03/world-beating-krona-weathers-iceland-s rate-cuts-on-tourism-boom
- Lowe, Josh (2017, 5 de marzo). Iceland´s Economy is booming-Thanks to a little help from Game of Thrones. *NewsWeek.* Recuperado el 25 de septiembre de 2019 de https://www.newsweek.com/iceland-game-thrones-hbo-westeros-krona-593949
- McDonnell, Francess (2018, 10 de mayo). Game of Thrones worth £30m a year to North´s tourism Sector. *The Irish Times*. Recuperado el 16 de septiembre de 2019 de https://www.irishtimes.com/business/transport-and-tourism/game-of-thrones-worth-30m-a-year-to north-s-tourism-sector-1.3490956
- McDonnel, Francess (2019, 22 de abril). Game of Thrones tourists spent €58m in North last year. The Irish Times. Recuperado el 15 de septiembre de 2019 de https://www.irishtimes.com/business/transport-and-tourism/game-of-thrones-tourists-spent-58m-in north-last-year-1.3867605
- Ministry of Tourism. (2018). *Tourism in Figures 2017*. Recuperado el 21 de junio de 2019 de https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_cdokumenti//180608_HTZTUBENG_2017.PDF
- Morente, Antonio (2014, 4 de noviembre). "Juego de Tronos" generó 12.000 pernoctaciones hoteleras durante su rodaje en Sevilla. *El Correo de Andalucía.* Recuperado el 19 de septiembre de 2019 de https://elcorreoweb.es/historico/juego-de-tronosgenero-12-000-pernoctaciones-hoteleras-durante-su-rodaje-en-sevilla-EIEC799915
- Northern Ireland Statistics and Research Agency (2019). *Northern Ireland Annual Visitor Attraction Survey 2018.* Recuperado el 4 de agosto de 2019 de https://www.nisra.gov.uk/sites/nisra.gov.uk/files/publications/Annual-NI-Visitor-Attraction Survey-2018.pdf
- Oladottir, Oddny (2018). Tourism in Iceland in Figures 2018. *Ferdamalastofa*. Recuperado el 17 de agosto de 2019 de https://www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/talnaefni/tourism-in-iceland-2018_2.pdf
- Onieva, Á. (2017, 29 de agosto). "Juego de Tronos": Así hemos visto las localizaciones españolas en la séptima temporada. *Fotogramas*. Recuperado el 29 de julio de 2019 de https://www.fotogramas.es/series-tv-noticias/g19346516/juego-de-tronos-temporada-7- localizaciones-espana-serie/
- Radman, Mirella M.K. (2017, 20 de agosto). Game Changer: How Dubrovnik benefits and loses from being King´s Landing. *The Dubrovnik Times*. Recuperado el 9 de octubre de 2019 de https://www.thedubrovniktimes.com/lifestyle/feature/item/2945-game-changer-how dubrovnik-benefits-and-loses-from-being-king-s-landing
- Robbydoo, H.W. (2018, 1 de octubre). *The Game of Thrones influence on Tourism in Croatia.* [Web Log Post]. Recuperado el 10 de octubre de 2019 de https://www.holidaywatchdog.com/blog/game-of-thrones-influence-on-tourism-in-croatia
- Santamaría, Paloma (2017, 4 de agosto). Diez tours temáticos de Juego de Tronos por el mundo. *ABC.* Recuperado el 14 de octubre de 2019 de https://www.abc.es/viajar/top/abcidiez-tours-tematicos-juego-tronos-mundo-201708041056_noticia.html

- Spain Film Comission. (2016). *Declaración de Valladolid para el Desarrollo de una estrategia española de fomento del turismo cinematográfico.* Recuperado el 12 de junio de 2019 de http://www.shootinginspain.info/es/turismo-cinematografico
- Visit Belfast (2019, 6 Junio*). Game of Thrones Film Locations [Web Log Post].* Recuperado el 21 de julio de 2019 de https://visitbelfast.com/article/game-of-thrones-filminglocations-belfast-northern-ireland