

## Troya (Wolfgang Petersen, 2004) como fenómeno turístico y gran producción en Cabo San Lucas

## Troya (Wolfgang Petersen, 2004) as touristic phenomenon and great production of Cabo San Lucas

LÓPEZ-MARTÍNEZ, Ma. Teresa†\*, LÓPEZ-HERNÁNDEZ, Sonia y ESQUIVEL-RÍOS, Rocío

*Universidad del Mar, Campus Huatulco, Oaxaca México.*

*Universidad de Tecnológica de San Miguel de Allende, Unidad Comonfort. Camino a San Julián No.8 Col. Casco de Landeta, 37700 San Miguel de Allende, Gto.*

ID 1<sup>er</sup> Autor: Ma. Teresa, López-Martínez / ORC ID: 0000-0001-6800-1833, Researcher ID Thomson: S-6907-2018, CVU CONACYT ID: 191527

ID 1<sup>er</sup> Coautor: Sonia, López-Hernández / ORC ID: 0000-0002-9669-1488, Researcher ID Thomson: S-6911-2018

ID 2<sup>do</sup> Coautor: Rocío, Esquivel-Ríos / ORC ID: 0000-0003-4000-2732, Researcher ID Thomson: B-8710-2018, CVU CONACYT ID: 473897

DOI: 10.35429/JOCS.2019.20.6.15.26

Recibido: 09 de Enero, 2019; Aceptado 24 de Marzo, 2019

### Resumen

El cine es un medio de comunicación que genera en los espectadores la construcción de imaginarios a través de un impacto emocional Domínguez (2015) pues como disfrute se considera un detonador desde la teoría de los usos y gratificaciones Lozano (2007); (Jensen y Rosengren, 1990) y el entretenimiento (Bryant y Zillmann, 1996). En ese sentido es pertinente preguntar ¿qué hace la gente con los medios? Y de forma particular ¿Cuáles son las condiciones de la filmación que una producción como *Troya* (Wolfgang Petersen, 2004), del género cinematográfico de gran producción (Bergan, 2011) le puede dar a la promoción de Cabo San Lucas? El objetivo de esta investigación se centra en reflexionar desde una aproximación holística Bryant y Zillmann (1996); (Martin, 2003); (Goliot-Lété y Vanoye, 2005), Domínguez (2015); en los siguientes aspectos: 1) El aprovechamiento del cine para promoción del destino; 2) Los valores colectivos de identificación; y 3) El fenómeno *viajero-espectador* en las características del lugar y de la historia misma plasmada en pantalla de una de las locaciones principales que fue Cabo San Lucas.

**Turismo cinematográfico, Troya, Cabo San Lucas**

### Abstract

The cinema is a means of communication that generates the construction of imagination through an emotional impact (Domínguez López, 2015). We define enjoyment through the theoretical perspectives of uses and gratification Lozano, (2007); (Jensen and Rosengren, 1990) and entertainment (Bryant and Zillmann, 1996); In that sense, it is pertinent to ask the following: What do people do with such media? Specifically, Which filming conditions of a great production film genre (Bergan, 2011) like *Troya* (Wolfgang Petersen, 2004) can do on the promotion of Cabo San Lucas? The objective of this research is to reflect from a holistic approach Bryant and Zillmann (1996); (Martin, 2003); (Goliot-Lété and Vanoye, 2005), Domínguez (2015); the following aspects: 1) The use of cinema to promote a destination; 2) Collective identification values; and 3) The traveler-spectator phenomenon regarding the characteristics of this place and its history reflected on the screen from one of the main locations in Cabo San Lucas.

**Cinematic tourism, Troy, Cabo San Lucas**

**Citación:** LÓPEZ-MARTÍNEZ, Ma. Teresa, LÓPEZ-HERNÁNDEZ, Sonia y ESQUIVEL-RÍOS, Rocío. Troya (Wolfgang Petersen, 2004) como fenómeno turístico y gran producción en Cabo San Lucas. *Revista de Sociología Contemporánea*. 2019. 6-20: 15-26.

\* Correspondencia del Autor (correo electrónico: mariateresal@huatulco.umar.mx)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

## Introducción

El cine ha sido parte de la construcción de diversos imaginarios en los espectadores como fenómeno comunicativo. Las grandes producciones cinematográficas desde la teoría de los usos y gratificaciones Lozano (2007), (Jensen y Rosengren, 1990) se constituyen como portadoras de entretenimiento (Bryant y Zillmann, 1996); de disfrute y gozo, en la que el planteamiento de ¿qué hace la gente con los medios? son las alternativas que las audiencias poseen para poder usar un medio para entretenerse, identificarse y/o evadirse.

La realización de las grandes producciones que desencadenan el disfrute por el uso de tecnología digital en este tipo de género cinematográfico, la conjunción de elementos tales como grandes presupuestos, así como de capital humano es fundamental. Borden (2009) indica el papel que tienen los efectos especiales en el momento de recrear ciertos aspectos como en el caso de Troya, las batallas, gracias a las secuencias de acción, la banda sonora, entre otros elementos del lenguaje cinematográfico, que contribuyen a la imagen.

De entre estos aspectos se encuentran las locaciones, que son parte de la constitución de las historias de una gran producción y desde el aspecto de los usos y gratificaciones puede verse como un elemento para los espectadores, en esta investigación, el turista, puesto que identifican lugares, espacios en los que sus imaginarios (actores, paisajes) pueden manifestarse en sus referentes fílmicos.

De ahí surge la cuestión de ¿Cuáles son las condiciones de la filmación que una producción como Troya (2004) le puede dar a la promoción de Cabo San Lucas?

Es relevante mencionar que la geografía del turismo y los estudios de tourism management han detectado la importancia de las películas como elemento desencadenante de la moderna tradición de los viajes de ocio (Pardellas y Padín, 2004), (Osácar, 2009), (Rodríguez y Fraiz, 2010), (Aertsen, 2011), (Azevedo y Gomes, 2013), (Rodríguez, Fraiz y Alén, 2014).

De acuerdo con la teoría de los usos y gratificaciones (Lozano, 2007) los integrantes de la audiencia son parte activa de la selección del contenido mediático, y este puede ser un claro ejemplo de cómo el mensaje puede trascender de un medio a otro, pues, la teoría de usos y gratificaciones fue pensada para la televisión, sin embargo, en cine también puede entenderse. Para el caso de Troya: ¿por qué el filme pudiera llegar a ser atractivo para la audiencia? ¿Cuáles son las características de la selección que el espectador puede hacer hacia el filme? ¿Qué le entretiene? ¿Qué le gratifica? Cabe destacar que desde el rubro de lo turístico puede aprovecharse, puesto que puede atraer a los viajeros, para poder evocar los momentos de filmación en los que ya no solo se encuentra el papel del viajero, sino también del espectador.

Diversos aspectos ligados al rubro de la relación del cine con el turismo, desencadena la pertinencia de encontrar atracciones, búsqueda de conocimiento, emociones los sitios donde se desenvuelven los argumentos, ciudades donde nacen los actores, parques temáticos, museos, plazas, iglesias, monumentos entre diversos aspectos. Con la finalidad de que el turista que se gratifica (Lozano, 2007) con el cine desde diversos aspectos: socialización, información, identificación; también coadyuve al aprovechamiento desde el lugar que puede ya ser un atractivo turístico o puede llegar a convertirse.

De esa manera Los Cabos y específicamente, Cabo San Lucas, además de ser considerado uno de los destinos turísticos más importantes de México, se ha constituido como un destino tanto para el ocio como un lugar de segunda residencia que según (Bojórquez; Ángeles y Gámez, 2019) para quienes de manera privilegiada se han apropiado de los recursos y el espacio geográfico, en detrimento de los residentes nacionales quienes viven en zonas marginadas, alejadas de las regiones de consumo sustuario, consolidando una geografía del espacio desigual y por tanto, segregada y polarizada (Bojórquez; Ángeles y Gámez, 2019). Ha sido también escenario de filmes internacionales como La mujer de mis pesadillas (Bobby&Peter Farrely, 2007), No te metas con Zohan (Dugan, Dennis, 2008) y Troya (Wolfgang Petersen, 2004).

El objetivo principal es revisar el contexto en donde tuvo lugar la locación de la filmación de Troya (2004) caso específico Cabo San Lucas; el papel de la producción del filme, y las condiciones al interior del mismo; desde lo cinematográfico analizar el papel que tuvo el filme como una gran producción y las condiciones para su realización y finalmente el papel de la producción donde fue filmada para el aprovechamiento desde lo cinematográfico a través de una revisión documental cualitativa y holística con relación a la teoría de los usos y gratificaciones y el entretenimiento (Bryant y Zillmann, 1996).

### **Cine y promoción turística (Troya (Wolfgang Petersen, 2004)**

Los estudios en relación al cine y al turismo o como turismo cinematográfico, los estudios hispanos han sido extensos (Flores, 2015), (Bosch Roig, 2018), (Brotos, Murray-Mas y Bázquez-Salom, 2016), (González, Araújo y Rodríguez, 2015); que han contribuido con el análisis en la pertinencia del papel que tienen los destinos turísticos y su relación con el cine para comprender la eficacia que pueden tener los destinos, el marketing, la publicidad, entre otros aspectos.

Troya (2004) tuvo como escenario Los Cabos, o mejor dicho Cabo San Lucas. La película se filmó entre abril y septiembre del 2003. Los exteriores se realizaron en Los Cabos San Lucas de la Baja California en México (Prieto, 2005). En vez de México se había seleccionado, al igual que en *Gladiator* (Ridley Scott, 2000) Marruecos, pero la invasión de Irak<sup>1</sup> y el miedo al terrorismo islámico provocó la posterior elección de México de una forma precipitada ya que no conocían bien el lugar lo cual planteó al equipo diversos problemas.

En esta investigación Troya (2004) no se estudia por su fidelidad al aspecto histórico (Ferro, 1980); o su fidelidad hacia el poema épico de Homero (cine y literatura)<sup>2</sup>, sino desde el rubro de lo turístico para ser aprovechada en cuanto a sus rutas, parques, publicidad y los escenarios en el que se filmó: Cabo San Lucas. Si bien es cierto, el cine posee ese motor de identificación que se introyecta en los espectadores. Desde la estructura del mensaje, existen aspectos simbólicos que el espectador llega a identificar puesto que el cine lo interpela e involucra (Casetti, 1989).

Es decir, los espectadores que equiparan aspectos de sus vidas con las historias, puede ser un detonante para captar ese público a partir del cine y hacia lo que puede ser patrimonio cultural de lo que visualizan en la pantalla. De ahí que el entretenimiento y la teoría de los usos y gratificaciones sean fundamentales.

Algunos de los aspectos en los que los espectadores encuentran la gratificación de los que encuentran en los filmes es en los escenarios, puesto que se recrean o retoman espacios que son parte del espacio fílmico (Marcel Martin, 2003; Goliot-Lété y Vanoye, 2005) puesto que ahí ocurre el escenario geográfico de la puesta en escena de la historia, así como el ambiente dramático en el que se desenvuelve. Troya (2004) empleó tres localidades. La primera parte tuvo lugar en Malta, al sur de Italia “en el que se considera el set más grande del mundo”. La segunda fase se desarrolló en Londres. Finalmente, las batallas fueron grabadas en Los

Cabos Baja California. Para llevar a cabo esta “superproducción (Troya), los estudios Warner Bros [invertieron] cerca de 160 millones de dólares, de los cuales más de 25 se [destinaron] al Pacífico mexicano”(Reyes, 2003). En este estudio solo se hablará del trabajo realizado en Los Cabos.

<sup>1</sup> El 19 de marzo de 2003 inició la intervención en Irak de las tropas de EEUU, Reino Unido, Australia y Polonia, lo cual dio como consecuencia la caída del régimen baathista. Aunque duró 21 días, las maniobras finalizaron oficialmente el 1 de mayo. En 2003 el país de Irak por las condiciones, se vio afectado en cuestiones de seguridad, la debilidad de las instituciones; aspectos que fueron detonantes en los aspectos económico, político y social. Información extraída de la Oficina de Información

Diplomática del Ministerio de Asuntos exteriores y de cooperación del Gobierno de España (2018).

<sup>2</sup> La *Ilíada* obra literaria clásica poética y epopéyica de Homero considerada dentro del canon literario dentro de la edad teocrática de los antiguos griegos (Bloom H, 2005), que narra los acontecimientos de la guerra de Troya, en la que los personajes de Aquiles y Héctor forman parte.

La prensa señaló que Troya (2004) “es una epopeya en la que destacan escenas como el enorme Caballo de Troya, construido en Malta, donde también se hicieron varias escenas de mar, con la réplica de las naves inmensas, que después viajó [la producción] a las playas de Los Cabos, en México, donde se filmó parte de la historia. Las escenas de interiores en la película, por ejemplo, los palacios, se hicieron en los estudios Shepperton de Londres.” (Crónica, 2004).

Las producciones cinematográficas muestran procesos complejos de elaborar, pensar y repensar estos productos mediáticos. Filmes como *Lo que el viento se llevó* (Victor Fleming, 1939), *Senderos de Gloria* (Stanley Kubrick, 1957), *Cleopatra* (Joseph L. Mankiewicz, 1965) *Ben Hur* (William Wyler, 1959), *Apocalipsis Now* (Francis Ford Coppola, 1979) son algunos filmes que mostraron una forma de hacer cine en la que el arte de la utilización de la producción era fundamental, además de los guiones como en el caso de *Senderos de Gloria* o *Apocalipsis Now* como ejemplo.

Demostrar que un filme puede quedarse en los espectadores por la manera en que la historia llega a la pantalla cinematográfica es debido a que las grandes producciones, los actores como estrellas cinematográficas, el proceso mercadotécnico logra su cometido y que pudiera ser parte de un estudio de recepción. El pensar que detrás de un producto audiovisual, se encuentra el trabajo de muchas personas, nos permite cuestionar el valor de las producciones cinematográficas, hoy cada vez más sustituidas por las cuestiones digitales (Lipovetsky, 2007).

Sin embargo, cabe destacar que, para poder llegar a las audiencias, hay que considerarlas dentro del aspecto del entretenimiento. Según Bryant y Zillmann (1996) desde la perspectiva de los productores, el propósito primordial de la preponderancia de los mensajes mediático electrónicos actuales es el entretenimiento. Cabe señalar que la película de Troya (2004) emplea elementos que permiten que el espectador se sienta atraído: el uso de efectos, los lugares donde fue filmado, las estrellas de cine, el lenguaje cinematográfico empleado, son algunos de ellos.

Sin embargo, el entretenimiento definido sencillamente como una actividad diseñada para provocar diversión o puede ser la mezcla del ocio y la cultura que da como resultado «industrias de la cultura y el ocio» está constituida por las artes escénicas, la literatura de consumo, el cine (...) los parques temáticos y el turismo (...) [García Gracia, Fernández Fernández, & J.L., 2000 en Primo, W, 2017, pág. 2]. También como señala Montaigne (1927) (en Bryant y Zillmann, 1996) “la concepción «moderna» del entretenimiento es considerada como medio efectivo y aceptable de liberación de infelicidad y de la inevitable presión de la vida cotidiana.” Es un poco lo que las producciones hollywoodenses logran, puesto que son producciones que, aunque puedan plantear problemas humanos claros, buscan que el público se disperse. En el caso de Troya (2004) aunque existen algunos elementos que plantean la guerra, la muerte, el idilio llevado a la destrucción; la producción logra que los espectadores puedan sentir al filme como aquel que provoca a través de las actuaciones, la música, los efectos visuales, el sonido, nutren e intensifican el fenómeno cinematográfico una mayor compenetración.

### **Cabo San Lucas, De entre los escenarios fílmicos de Troya (2004)**

Un filme puede ser detonante para que a partir del mismo pueda incidir en la percepción de los espectadores respecto a los lugares donde se rodó, pero también como objeto del turismo. Baja California Sur, en particular en Los Cabos, donde se unen las aguas del Golfo de California con las del Océano Pacífico; según (Bojórquez; Ángeles y Gámez, 2019) a principios del Siglo XX era una pequeña localidad pesquera, a la que le arribó el desarrollo turístico. Desplazó a San José del Cabo (cabecera municipal) como centro dinamizador de la economía de la región, transformándose en la segunda localidad en importancia económica después de La Paz, capital del Estado de Baja California Sur. El crecimiento económico del municipio es fuente de atracción de población de localidades aledañas y de otros Estados de la República, principalmente de Sinaloa, Guerrero y el Estado de México; además de residentes temporales extranjeros — estadounidenses y canadienses principalmente—, a partir del desarrollo del turismo residencial.

A finales de 1979 el municipio de Los Cabos ha formado parte de las políticas públicas por parte del Estado a través de la constitución del Centro Integralmente Planeado (CIP) Los Cabos, como parte de los megaproyectos. Cabe señalar que éste comenzó en San José del Cabo uniéndose a Cabo San Lucas a través de un corredor turístico costero de 33 km, en el que se encuentra una zona hotelera. Bojorquez L. (2019). Un corredor turístico es un espacio de atracción que como lo señala Hernández (2019), los Cabos es parte de un destino que después de Cancún y otros destinos turísticos, posee una ubicación estratégica por estar cerca de Estados Unidos y Canadá; países de los cuales provienen importantes mercados del turismo internacional.

En el caso del cine, el mercado en el que se desenvuelve es en la presencia de capital para ser destinado en las producciones cinematográficas y la cantidad de personas que intervienen en las mismas. El Secretario de Turismo de Los Cabos, en ese momento Jesús Corral informó que las filmaciones de Troya (2004) en esa zona dejarán una ganancia del estado de unos 25 millones de dólares (El Siglo de Torreón, 2003)

El papel de la decoración en el filme, afianza el aspecto del género cinematográfico al que pertenece. Las grandes producciones utilizan un trabajo previo para la creación de sus escenarios y decorados y que de nuevo afianza la pertinencia dentro de las características del lenguaje cinematográfico (Martin, 2003) (Goliot-Lété y Vanoye, 2005). Para Troya (2004) la construcción de algunos sets se realizó en la zona de las Dunas para llevar a cabo las escenas, por lo que la producción comenzó a trabajar en la escenografía con antelación. (El Siglo de Torreón, 2003)

Algunos aspectos que forman parte de esos elementos que el espectador y turista pueden identificar con el conocimiento que tengan del filme o no; el papel de los símbolos fílmicos, en los que el significado reside en la imagen (Martin, 2003): El templo de Apolo, las puertas de Troya y el astillero de los barcos que han sido en el desierto de San Lucas, donde estuvieron los barcos que se usarían en las escenas marítimas (...)

El titular de la Secretaría Municipal de Turismo, Jesús Corral, dijo que, en las dunas de arena aledañas al Faro Viejo, responsables del filme construyen el set que es el Templo de Apolo, el embarcadero y un muro con una enorme puerta, que será la entrada a esa ciudad (El Siglo de Torreón, 2003).

El set construido para el film en los Cabos en donde se ubica el Fort Ricasoli del Siglo XVII (Prieto, 2005) se transformó en el interior de la Troya homérica abarcó “cerca de 50 hectáreas” (...) (Reyes, 2003). Este sitio turístico ha sido considerado como uno de los que posee servicios hoteleros y una biodiversidad de flora y fauna marina (lobos marinos, ballena gris) Hernández (2019) que son protegidos y esto es parte de la concientización y el respeto por las zonas protegidas que deben tener las producciones cinematográficas. Para la producción el sitio se protegió. Se preservó la flora y la fauna en la que 4000 cactus fueron etiquetados y colocados en viveros y las abundantes tortugas fueron depositadas durante el rodaje en otro lugar. (Prieto, 2005).

En palabras de Jesús Corral, el Secretario Municipal de Turismo indicó que los responsables de la cinta tienen bajo su cuidado nueve nidos de la tortuga marina, pues el quelonio llega a esa zona a cumplir con su ciclo de reproducción, y se está cuidando el entorno ecológico. Aseveró que además se está protegiendo la flora y esa empresa cinematográfica cuenta con un vivero para preservar las especies de cactáceas, aunado a que la película se realiza con una inversión de 160 millones de dólares. (El Siglo de Torreón, 2003).

En cuanto a utilería, fabricaron 2.000 flechas, así como también 3.000 espadas y lanzas y 4.000 escudos. La construcción de las murallas troyanas se realizó en 4 meses y se emplearon 20 toneladas de yeso. Tenían 150 metros de largo con una altura de 12 metros. (Prieto, 2005).

Por otro lado, la producción tuvo que enfrentarse a los fenómenos naturales, como señala Hernández (2019) existe condiciones geográficas favorables en Los Cabos, aunque en ocasiones la presencia de huracanes vulnera el destino. Ignacio y Marty impactaron en Los Cabos<sup>3</sup>, provocando que se suspendiera el rodaje, después de que cientos de técnicos se dieron a la tarea de reconstruir el set, actividad que les tomó más de un mes, la productora Warner Brother decidió reducir el número de extras. (Cuéllar, 2003).

### Metodología

La ubicación del contexto del destino turístico de Los Cabos permite identificar las condiciones de producción como una de las locaciones fundamentales del filme de Troya (Wolfgang Petersen, 2004). La metodología en esta investigación de cualitativa y documental, basada en la revisión de textos periodísticos así como teóricos acerca de la producción del filme en Los Cabos; el papel del cine de gran producción en la relación turista-espectador-estrella que da lugar a la reflexión holística del filme Troya (2004) como una gran producción, ante el papel de los usos y gratificaciones (Lozano, 2007), (Jensen y Rosengren, 1990) y el entretenimiento (Bryant y Zillmann, 1996).

### Troya (2004) en los grandes estudios o grandes producciones: usos y gratificaciones y entretenimiento

En segunda instancia, respecto a las características que el espectador tiene para elegir un filme, se señala Troya (2004) el cual pertenece al cine de las grandes producciones, puesto que concentra la producción en gigantescos estudios o “factorías de sueños” y gestiona todos los aspectos del negocio, desde la producción y la publicidad hasta la exhibición (...) (Bergan, 2011).

<sup>3</sup> En años recientes cabe destacar que el 14 de septiembre de 2014, el huracán Odile afectó en las costas de la localidad de Cabo San Lucas, perteneciente al municipio de Los Cabos, lo cual generó pérdidas económicas por alrededor de 855 millones de dólares americanos (Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, 2015), y lo que provocó cierres parciales y definitivos en negocios turísticos, que han sido de una de las fuentes de empleo de los habitantes, puesto que aporta el mayor Producto Interno Bruto (PIB) al estado de Baja California Sur. (Hernández, 2019, pág. 288).

<sup>4</sup> El star system, se ha considerado dentro del Hollywood clásico, el cual dejó de existir en los años 60. El concepto

A esto hay que considerar que el nacimiento del sistema de los estudios de Hollywood, se dio con el star system<sup>4</sup> como característica principal, que supuso la primacía de la producción estadounidense, prácticamente desde 1915 hasta nuestros días. Domínguez (2015)

Los estudios calcan los métodos de trabajo del modelo industrial, caracterizado por la especialización y la división del trabajo. Las formas de trabajo eran prácticamente iguales en todos los estudios. Realizadores, guionistas, técnicos e intérpretes conforman equipos de trabajo que quedan bajo la responsabilidad de un productor ejecutivo. (Domínguez, 2015, pág.17) Antonio Cuevas (Fernández & Barco, 2014) manifiesta, y se puede aplicar al aspecto cinematográfico, que la inversión del trabajo, el tiempo, los capitales con los que se cuenta forman parte de los principios económicos que satisfacen las necesidades de su propio mercado, en este sentido, el de los espectadores que gustan de este tipo de cine. De ahí que para muchos productores la recuperación económica puede ser lenta, incluso, para algunos no llega con la totalidad deseada por la cuestión del consumo. Es por eso que el valor de una película a priori no se mide de la misma manera en un espectador, puesto que el aprecia la película (mercancía, producto comunicativo) en la etapa de su exhibición, pero no en la producción y mucho menos en la distribución. Por ello, el papel de la producción en las películas sea cual fuere, es un fenómeno importante. Sin embargo, como señala Poloniato (2013) existen películas que dentro de la clasificación señalada no figuran ni como películas con valor de argumento y mucho menos de creación artística. Debido a esto, como señala García Tsao (1996) el papel del productor puede ser un concepto dualista que corresponda a la parte de la derrama económica o a la parte creativa.

de estrella cinematográfica no ha desaparecido del todo. Pero la discusión aún continúa en reconocer a estrellas los años dorados. Sin embargo, el Hollywood actual es heredero de esa época en la que la estrella lo era todo, pero la evolución de la sociedad y los medios de comunicación, en especial con las redes sociales, han cambiado la concepción de estrella. Con el fin del sistema de los estudios, las estrellas comienzan a desvincularse de las grandes productoras, pasando del contrato de 7 años a fórmulas más breves como el contrato película a película, que aún se mantiene en la actualidad. Esto les ha generado una mayor libertad creativa y una mayor autonomía en sus carreras. Domínguez (2015)

LÓPEZ-MARTÍNEZ, Ma. Teresa, LÓPEZ-HERNÁNDEZ, Sonia y ESQUIVEL-RÍOS, Rocío. Troya (Wolfgang Petersen, 2004) como fenómeno turístico y gran producción en Cabo San Lucas. Revista de Sociología Contemporánea. 2019

Hoy en día el papel de la producción se ha ido reduciendo puesto que los programas digitalizados han sustituido al factor humano. Como expresa Castellanos (2006) “La computadora se está convirtiendo en la extensión natural del diseño del set y está evidenciando el papel activo de la cámara en secuencias donde es difícil distinguir las sombras, las luces, los colores y las figuras de la realidad natural y social de las provenientes de la virtualidad (...)”. Aun Troya (2004) se aleja de este concepto en algunos aspectos, lo cual retoma el trabajo del productor.

Ahora bien, en el caso del presente análisis, Troya (2004) ha sido un filme que se ha caracterizado por ser parte del cine de las grandes producciones: “500 obreros malteses, 200 artesanos ingleses, mil 200 extras de diversas nacionalidades, 4 mil cactus (de diversas especies) desenterrados bajo el ojo vigilante de los botánicos, 200 toneladas de yeso y la protección rigurosa de las tortugas mexicanas en vías de extinción” (Universal 2004). Pero también podría estudiarse dentro del cine de época (García, 1996) en la modalidad de cine péplum<sup>5</sup> que no respeta ni cronología ni la geografía. En este sentido, también se puede ver a este filme desde este enfoque, sin embargo, la tonalidad de este no es esa. De cualquier modo, habría que considerar de qué otra manera puede revisarse y eso se hará en las reflexiones.

El argumento del filme se ha basado en La Ilíada de Homero, en la que se relata un aspecto concreto de la guerra de Troya, en la que entra en juego el derecho de una mujer entre griegos y troyanos. Desde lo fílmico la guerra de Troya es la metáfora de otras guerras, o ese proceso de lectura intertextual (Stam, 2014), pero que al final forman parte de lo que los humanos han vivido: “las pasiones, los grandes gestos, las decisiones trágicas forman parte del ser humano tanto como los acontecimientos cotidianos o la lucha diaria para sobrellevar un mundo en convulsión. Ése es el decoro estético de la historia y el sentido de la gesta de la guerra de Troya” (Milenio, 2004).

La lectura de cada uno de los aspectos que presenta Troya (2004), tienen que ver con ese espectador (Hernández; Hernández y Mendiola, 2014) que distingue en varias facetas de acuerdo a la forma de aproximarse al filme desde lo vicario hacia lo reflexivo. Desde ahí viene la presencia del disfrute, del gozo, del conocimiento, de lo identitario.

La presencia del papel de la metáfora ideológica (Martin, 2003) desde el papel de la guerra cobra sentido desde que los pueblos vencedores encuentran su identidad, como los vencidos su catarsis.” (Milenio, 2004) o bien la lectura que los espectadores le dan al filme considerando que ver una película como está en 2004 tiene ecos diferentes: “Basta leer el periódico que sea para comprender que, en las cabezas decapitadas, la toma de la ciudad, la voluntad de humillar al otro y las ilusiones ópticas se encuentran resonancias de hoy” (Universal, 2004). Es decir, la realidad y la ficción poseen líneas muy delgadas.

### **Estrellas y Extras en Troya (2004) y los usos y gratificaciones**

Respecto al papel del actor en el cine este es fundamental en la gratificación de la audiencia, puesto que constituye uno de los elementos que enriquece el lenguaje cinematográfico y que puede construir en la historia del argumento a través de lo que representa (Martin, 2003). Actores como Brad Pitt, Eric Bana, Orlando Bloom en Troya (2004) constituyen por un lado como su vehículo para la estrella. (Dyer, 2001, p. 87), y además son atractivos para los espectadores. Existen películas que han tenido el objetivo de hacer brillar a la estrella. Por ejemplo, la manera en que Brad Pitt y Eric Bana se proyectan en pantalla se logra a través del lenguaje cinematográfico: los ángulos en contrapicado, algunos primeros planos (Martin, 2003) que los connotan en el mito del héroe. Al igual que la película se impregna de la esencia de la estrella, la misma película contribuye a la imagen pública de ésta como una forma más de promoción. (Domínguez, 2005)

<sup>5</sup> Se ha considerado por algunos críticos que la única cualidad palpable del rubro es que el director Peterson consigue el único éxito posible: hacer un péplum, que era como se llamaba a las películas italianas de fines de los 50 y los 60 hechas para competir en el mercado. El género

péplum era dedicado a las cintas italianas sobre gladiadores, pero desapareció a fines de los 60, sustituido por el Spaghetti Western que hizo estrella a Clint Eastwood. (Universal, 2004).

Pensar en los diferentes actores en Troya como señala Edgar Morin (En Domínguez, 2015) lo que diviniza a la estrella es el amor. Los personajes de las películas se enamoran y son objetos de amor. Esto a su vez hace a los héroes y a las estrellas objetos de amor por parte del público y los hacen objetos de culto.

El turismo cinematográfico ha podido aprovechar de diversos aspectos en torno a los elementos que dan pie para el conocimiento de lo relacionado con el universo cinematográfico: el papel de las historias en los espacios geográficos que utilizan las producciones, la presencia de los actores, incluso la referencia de nombrar lugares que se vuelven icónicos por ser referentes de ciertos géneros cinematográficos<sup>6</sup>. Como expresaba Morin (1964) acerca de la construcción que da pie a esas figuras de “estrellas” ya desde la segunda década del siglo XX el contenido, la realización y la publicidad eran parte de eso que fundamenta todavía la industria cinematográfica.

La forma de concebir a los actores tiene que ver con esas formas de construcción en torno a los géneros cinematográficos que los moldean y que en el rubro de lo turístico vincula al visitante en la forma en que pudo haberse concebido el filme y a su vez la idea que como señala Morin (1964) esos seres son “(...) sublimes, excéntricos, se hacen construir falsos castillos feudales, residencias en forma de templos antiguos, con piscinas de mármol, caballerizas, ferrocarriles privados. Viven muy lejos por encima de los mortales (...)

Se aman entre sí, se desgarran entre sí y sus amores confundidos son tan fatales en la vida como en el cine” (pág.17). Por lo anterior, la presencia de una estrella en una obra o en una película determina cómo el espectador percibe la obra y esto ha sido aprovechado. Aunque en la historia de Troya (2004) se perciban imágenes de guerra, el primer conflicto es una disputa de amor.

Pero también ese sentimiento es entre el espectador-actor: “(...) Convivimos con ellas, sus imágenes nos las encontramos en nuestra vida diaria: en el cine, por supuesto, en anuncios, en marquesinas, por Internet.

Son personas de carne y hueso a los que percibimos como ídolos, como mitos vivientes a los que sentimos muy alejados de nuestra vida ordinaria, pero a la vez cercanos en sus imágenes” (Domínguez, 2015, pag. 2).

En este rubro de las estrellas y ese aspecto del ideal el historiador Roman Gubern (2001) manifiesta que el star system ha estado asociado a ciertos estereotipos en la narración, así como la cuestión emotiva (...). Esto afianza la posibilidad de atracción y disfrute en los espectadores, puesto que Troya (2004) desde la lectura que puedan darle al filme desde que se admira en pantalla (como una película de argumento, ocio y/o entretenimiento) adquiere esos procesos de identificación ante ciertas necesidades y gratificaciones: de escape a la rutina, evasión de problemas, compañía, entre otros aspectos (Lozano, 2007). Eso a su vez es lo que desde el aspecto turístico en el disfrute de los espacios puede adquirirse al imaginar y recrear las locaciones.

En otro aspecto que interviene en esa presencia alejada un poco de ese proceso de lecturas que a los espectadores les genera la evocación de sus personajes construidos gracias a un lenguaje cinematográfico (Martin, 2003) que les permite ubicar sus historias; se pasa al papel de la producción en la que los habitantes del lugar ahora participan. El papel del casting y/o personas que pueden intervenir en un filme, es fundamental en la construcción de lo que se busca transmitir. Para el filme de Troya (2004) se consideraba a mil extras, quienes serían los soldados que participarían en las batallas de la historia. Entre los requisitos requeridos para ingresar era tener cuerpo atlético, de 18 a 40 años de edad, con estatura mínima de 1.75 metros (El Siglo de Torreón, 2003).

Como toda película de Hollywood, en la actualidad se mantiene el glamour, tal y como se empezó a percibir en los años 30. Incluso en México en Los Cabos, los directivos de la Warner en México habían previsto realizar un desfile por Reforma (Milenio, 2004). No se ha encontrado documento hasta el momento de que esto se hubiera realizado.

<sup>6</sup> Filmes de películas de superhéroes como Spider Man (Sam Raimi, 2002), Batman (Tim Burton, 1989), o filmes del género de romance que toman como espacio geográfico la ciudad de Nueva York; del mismo modo lo

hace Woody Allen con filmes como Manhattan (1979) o algunas otras ciudades como Roma en el caso de Vacaciones en Roma (1953) de William Wyler. Ver en Borden (2009).

LÓPEZ-MARTÍNEZ, Ma. Teresa, LÓPEZ-HERNÁNDEZ, Sonia y ESQUIVEL-RÍOS, Rocío. Troya (Wolfgang Petersen, 2004) como fenómeno turístico y gran producción en Cabo San Lucas. Revista de Sociología Contemporánea. 2019

Otro elemento gratificador para los espectadores son los extras. Un extra es definido como aquellas personas contratadas por docenas para servir de multitudes y aunque su trabajo no es actuar una de las cosas que deben respetar es no voltear a la cámara (García, 1996), y también situaciones que requieren mucha responsabilidad. Para la filmación de Troya (2004) se abrió la convocatoria del casting para mujeres de 18 a 60 años, aunque deberán ser de tez blanca y también a niños se abrieron las audiciones (El Siglo de Torreón, 2003). En relación a este momento de la filmación: “cerca de mil extras fueron contratados para dar vida a guerreros griegos y troyanos, durante las batallas que se libran a las afueras de la ciudad mediterránea (...) pero no todos los extras son mexicanos, ya que varias decenas de griegos fueron traídos de Bulgaria, su país de origen. (Reyes, 2003).

En cuanto al trabajo de los extras, el diario Reforma (2003) indicó que “La producción contrató alrededor de 600 personas [mexicanos] para ser soldados y 500 más para llenar el pueblo que se creó en la zona aledaña a El Viejo Faro, de Cabo San Lucas”. Además, los extras tienen que cumplir con requerimientos tales como soportar pruebas físicas de correr, saltar, pelear, memorizar la rutina de combate, manejo del arco, flecha, espada y escudo; también tienen que dramatizar la muerte.

Sin embargo, los extras son personas a las que le puede suceder muchas cosas que alteren su integridad física, por ejemplo, en Troya hay desde el que se quebró una costilla en uno de los entrenamientos con lanzas, el que fue mordido por una víbora por hacer sus necesidades fisiológicas detrás del área delimitada del desierto en vez de utilizar los sanitarios que colocó la producción y el que solo quiere ver a Brad Pitt. (Reforma, 2003). Las participaciones de los extras mexicanos (los horarios de filmación pueden ir desde las cinco de la mañana hasta las 18:00 horas y reciben entre 50 y 70 dólares al día, además de la comida) casi no se veían en el filme, puesto que los colocaban atrás en las escenas de batallas. Había que considerar que también existieron extras (aproximadamente 350) de origen búlgaro. En algunas entrevistas se señalaba “Es muy claro que mucha raza es mexicana, hay muchos pescadores, pero pues ellos casi ni se ven, solo son parte del montón” (Reforma, 2003).

Como señala Edgar Morin (1964) todo era posible, pero a su vez imposible. Eran accesibles pero inaccesibles y los estudios se movían dentro de este juego. “Todo alienta, pero al mismo tiempo todo descorazona” Todo el mundo o nadie pueden ser estrellas. Los extras mexicanos no pueden serlo. Es el mito del sueño americano. Hacer creer que todo es posible, cuando no es así (Domínguez, 2015). Muchos de extras que están participando, en especial los que viven en la región, han tomado la oportunidad como un trabajo extra y algunos ignoran la magnitud de la producción. Pero hay otros que “no toman en serio, unos que se les hace fácil y que dicen ‘mi mamá me encargó una foto con Brad Pitt, déjame ir a tomarle’”. (Reforma, 2003). En efecto, el cine y el turismo, forman parte de los escenarios de ocio que la dualidad de espectador-turista encuentra al identificar en los viajes los filmes, las ciudades temáticas por ser escenarios importantes de creaciones de géneros cinematográficos. En este respecto podría ser parte de otro estudio, dirigido hacia las nuevas formas de recepción que son mediadas por las condiciones tecnológicas que avanzan constantemente y que como expresa Rifkin (En Martínez, 2011) es un nuevo hiper-capitalismo que da acceso a experiencias culturales dentro de la sociedad del entretenimiento.

## Conclusiones

Cabe señalar que esta investigación aún requiere indagar sobre desde la producción de la película el papel que tuvo la escenografía, la utilería, el vestuario, que forman parte del imaginario para los espectadores de cómo se creó el film de Troya (Wolfgang Petersen, 2004) en Los Cabos con el fin de que pueda aprovecharse como finalidad turística.

De acuerdo con la teoría de los usos y gratificaciones los integrantes de la audiencia son parte activa de la selección del contenido mediático. El filme de Troya (Wolfgang Petersen, 2004) aunque haya tenido críticas desfavorables, el espectador es quien elige por qué de disfrutar un filme de ahí que la teoría del entretenimiento cobre lugar

Las gratificaciones que obtiene el espectador son diversas, como el entretenimiento, información, o simplemente identidad personal.

El éxito que hubiere tenido Troya (Wolfgang Petersen, 2004) también se debe al proceso de identificación que tiene el espectador con lo que ya se ha mencionado: el fenómeno de la gran producción y del concepto de estrella. En el caso de Troya (2004) hay que señalar algunos aspectos de su producción en la que las metáforas de la tragedia, los sentimientos, las batallas son los aspectos que gráficamente se visualizan a través de las imágenes. El espectador se puede sentir identificado con los personajes, puesto que múltiples sentimientos se desencadenan: el amor, la pasión, el odio, la guerra, el honor, la fidelidad, el placer, la ambición ¿pueden reunirse todos estos sentimientos en una producción que también revisó a una civilización exterminada?

Por otro lado, a partir de lo que se manifestó sobre el impacto que tuvo la filmación en Los Cabos, habrá que considerar si puede ser tomado en cuenta como objeto de investigación para captar un tipo de turista que pueda ser el que tenga una cultura o un gusto y atracción por lo cinematográfico, puesto que los Cabos como un CIP ofrece distintos servicios.

Por otro lado, pudiera considerarse que el tipo de turismo extranjero, (en particular el estadounidense, canadiense, entre otros) por su poder adquisitivo puede tener una presencia mayor con respecto al nacional, en el que captar por la cercanía del lugar, por los servicios de promoción que pueden captar las aerolíneas u otras formas de acceso. Esto también genera otros tipos de reflexiones a partir de este estudio, considerando en la actualidad el Festival Internacional de Cine de Los Cabos que señala en su página web el señalamiento de la filmación del filme Troya (2004).

### Referencias

Azevedo Schirm, F. y Gomes, Gomes, Christianne L. (2013) El ocio y el turismo en los artículos publicados en revistas académicas de turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*. 22 (5), 875-892. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180728713004.pdf>

Aertsen, Víctor U. (2011) El cine como inductor del turismo. La experiencia turística en Vicky, Cristina, Barcelona. *Razón y Palabra*, (77), Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520010082.pdf>

Bergan, R. (2011). *Cine...ismos...para entender el cine*. Gran Bretaña: Turner.

Bojórquez Luque, J. y Ángeles Villa, M. (2019). Turismo y polarización social en Los Cabos, México. El proyecto Zona Dorada. *Bitácora Urbano Territorial*, 29 (2): 117-126. Recuperado de: <https://doi.org/10.15446/bitacora.v29n2.77609>

Bojórquez Luque, J.; Ángeles Villa, M.; Gámez A.E. (2019). El derecho a la ciudad y rescate del espacio público en zonas urbanas turistizadas. Una reflexión para Los Cabos, Baja California Sur (México). *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 80, 109-128, Recuperado de: <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/bojorquez.pdf>

Bosch, R. G. (2018) *Rutas de cine, el turismo cinematográfico en Mallorca: el caso alemán* Vol. 16 N.o 3. 843-854. Recuperado de <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.059>

Brotons, C.M; Murray-Mas, I. y Bázquez-Salom, M. (2016) Viaje de ida y vuelta, al mito. La contribución del cine a la formación de la iconografía turística de Mallorca, 36 (2): 203-236. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*. Págs. 203-236 Recuperado de <http://dx.doi.org/10.5209/AGUC.53583>

Bryant, J. y Zillmann, D. (1996) *Los efectos de los medios de comunicación*. Investigaciones y teorías. España. Paidós.

Casetti F. (1989) *El film y su espectador*. Madrid, España: Cátedra

Castellanos, V. (10 de junio de 2006). Tendencias en el cine contemporáneo. *Revista digital universitaria UNAM*. Recuperado el 6 de septiembre de 2017, de Revista digital universitaria: [http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art45/jun\\_art45.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art45/jun_art45.pdf)

Cuéllar, J. C. (07 de Noviembre de 2003). Regresa "Troya" a Los Cabos. *El Universal* .

Domínguez L. G. (2015). *El star system: La construcción de mitos en el Hollywood clásico*. (Trabajo Fin de Grado) Universidad de Sevilla, España.

- Fernández, F. y Barco, C. (2014). *Producción cinematográfica. Del proyecto al producto*. España: Funiber.
- Ferro, M. (1980). *Cine e historia*. Barcelona: Gustavo Gilly
- Flores, R.D, (2015). Turismo cinematográfico y desarrollo económico local. El festival de cine de Huelva. *Cuadernos de Turismo, n° 36*, pp. 175-196. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.36.230931>
- García, T. (1996) *Cómo acercarse al cine*. México: Limusa, CNCA
- González Conde, A; Araújo Vila, N. y Rodríguez Campo, L. (2015), Turismo cinematográfico: La conquista on line de nuevos mercados. *ROTUR, Revista de Ocio y Turismo*, 9: 17-34. Recuperado de <http://www.rotur.es>
- Goliot-Lété, A. y Vanoye F. (2005) *Précis d'analyse filmique*. Paris: ArmandColin,
- Gubern, R (2001) *Historia del Cine*. Editorial Lumen, Barcelona, España (8ª. Edición)
- Hernández Infante, M.A.; Vásquez Solís, V. y Palacio Aponte, A.G.; (2019). Extensión territorial de la resiliencia turística ante la ocurrencia de eventos hidrometeorológicos en Los Cabos - Baja California Sur, México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28, 486 - 506
- Hernández Reyes M. A.; Hernández G. y Mendiola S. (2014) *Manual de apreciación cinematográfica*. México, D.F: UNAM. Recuperado de <https://books.apple.com/co/book/manual-de-apreciacion-cinematografica/id822970320>
- Irak (2018). Oficina de Información Diplomática. Ficha país. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Documents/Fichas/Pais/IRAQ\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/Fichas/Pais/IRAQ_FICHA%20PAIS.pdf) Oficina de Información Diplomática. [www.maec.es](http://www.maec.es)
- Jensen, K, B. y Rosengren, K, E. (1990). Five traditions in search of the audience. *European Journal of Communication*, (5) 2,3, 207-238
- Lipovetsky G.; Serroy J.; (2007). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.
- Martin, M. (2003). *El lenguaje del cine*. España: Gedisa
- Martínez López J. S. (2011). Sociedad del entretenimiento (2): Construcción socio-histórica, definición y caracterización de las industrias que pertenecen a este sector. *Revista Luciérnaga. Año 3, Edición 6*. Facultad de Comunicación Audiovisual. Medellín, Colombia.
- Milenio. (17 de 05 de 2004). Troya: la literatura y el cine. *Milenio*. p. 46.
- Morin, E. (1964) *Las estrellas del cine*. Buenos Aires, Argentina: EUDEBA
- Osácar, E. (2009). Del turismo y el cine al turismo cinematográfico. *Hermus*, 2, 18-25. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/Hermus/article/view/314609>
- Pardellas de Blas, X. X. y Padín Fabeiro, C. (2004). Una propuesta de turismo sostenible para el municipio de Caldas de Reis(Pontevedra). *Cuadernos de Turismo*, 13, 107-125. doi: 10.1036/0071393722.
- Petersen W., Rathbun D., Wilson C. (productores) y Petersen W. (director). (2004). Troya [Cinta cinematográfica]. E.U.: Warner Bros.
- Poloniato, A. (2013) *Cine y comunicación*. México: Trillas
- Prieto, A.. (2005). Troya sin Homero: Troya (2004). *Revista Universidad de Salamanca*, 23-37. *Estudios Históricos, historia antigua.*, 23-37, Recuperado el 8 de septiembre de 2019. <https://ddd.uab.cat/record/201560>
- Primo, W (2017) Ocio productivo, entretenimiento e industria cultural: del ocio tradicional al ocio digital. *Management Review*, (2), (2), Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6054220>

Reyes, S. F. (19 de Julio de 2003). Arderá Troya en los Cabos. *El Universal*.

Rodríguez Campo, F. B; Fraiz Brea J. A.; Alén González; (2014). El turismo cinematográfico como tipología emergente del turismo cultural. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12, (1), Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/259910992\\_El\\_turismo\\_cinematografico\\_como\\_tipologia\\_emergente\\_del\\_turismo\\_cultural](https://www.researchgate.net/publication/259910992_El_turismo_cinematografico_como_tipologia_emergente_del_turismo_cultural)

Rodríguez Campo, M.L.; Fraiz Brea, J.A. (2010). Consideraciones estratégicas para la promoción del turismo en Galicia a través del cine. *Revista Galega de economía*, 19(2). Recuperado de: [http://www.usc.es/econo/RGE/Vol19\\_2/castelana/art9c.pdf](http://www.usc.es/econo/RGE/Vol19_2/castelana/art9c.pdf)

El Siglo de Torreón (18 de julio 2003) Troya inicia batalla en México. *El Siglo de Torreón*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de El Siglo de Torreón: <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/40446.troya-inicia-batalla-en-mexico.html>