



CONPEHT  
Desde 1991



Universidad  
**Externado**  
de Colombia

# Cine, lugares imaginados y turismo

Universidad Externado de Colombia  
Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**Bogotá, octubre 22 y 23 de 2019**

# Primer llamado de comunicaciones

■ **Organizado por:**

Universidad Externado de Colombia

Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Grupo de investigación: turismo y sociedad

Festival de cine de Bogotá

Procolombia

■ **Comité directivo**

**Rector :** Juan Carlos Henao

**Secretaría General:** Martha Hinestrosa Rey

**Decana :** Edna Rozo

■ **Comité organizador**

Edna Rozo

Claudia María Jiménez

Adriana Echavarría

Marta Lucía Vélez Rivas

Henry Laguado

## Descripción

El séptimo arte ha constituido un espacio mágico de recreación de la ensoñación y de mundos posibles: a través de sus historias, imágenes, música nos transporta a lugares de fantasía a ciudades míticas o del futuro, encantadas a través de la lente, de la puesta en escena y de los personajes. Tal ensoñación transmitida a través de la imagen en movimiento es fuente de inspiración y de deseo para futuros viajeros en búsqueda de las sensaciones y expectativas creadas a través de la pantalla, constructora de imaginarios turísticos.

## El cine y el turismo

- El cine es quizá la manifestación artística con mayor impacto emocional entre la población en la actualidad. El poder emocional del cine es tan grande, y la capacidad emocional de las imágenes tan potente, que resulta muy difícil negar sus posibilidades para influir sobre el individuo.
  - Cuando el espectador sigue el lugar en el que el filme es desarrollado, la imagen turística del destino suele verse implicada, la define como el producto de una construcción mental que llega a través de los diversos canales de información del cual se puede tener pocas o muchas impresiones.
- 
- Los imaginarios turísticos son una parte de los imaginarios sociales que hacen referencia al acto social de viajar, es una construcción subjetiva y compleja que se complementa por experiencias, información de otras personas o medios de comunicación. El imaginario es producto de los idearios (ideales) de una sociedad y los individuos de esta, por lo tanto, llegan a orientar las acciones de sus miembros (Hiernaux, 2002, pp. 9-11).
  - Son una porción del imaginario social en dirección al sector turístico, es decir, a las manifestaciones del proceso societario de viajar; su construcción es compleja, subjetiva, intervenida por la transferencia tanto de impresiones subjetivas captadas a través de experiencias de vida, como de datos recogidos de otras personas o medios de difusión. (Hiernaux, Cordero & Duyen, 2002, pp. 8-9)

## Ejes temáticos

La construcción de los imaginarios  
y la proyección de la imagen  
turística de las ciudades a través  
del cine.

- Las imágenes proyectadas en un filme influyen en la percepción visual del espectador por el interés en los lugares presentados, pues a través de las emociones causadas se desarrolla una serie de pensamientos, deseos e intereses que intervienen en mayor o menor medida en sus decisiones y apreciaciones.
- Según Baloglu & McCleary, en la formación imagen-destino se relacionan aspectos cognitivos, afectivos y globales a partir de factores de estímulo y factores personales necesarios para la construcción de imaginarios.
- El imaginario es producto de los idearios (ideales) de una sociedad y los individuos de esta, por lo tanto, llegan a orientar las acciones de sus miembros (Hiernaux, 2002).
- De la anterior reflexión podemos preguntarnos ¿Qué destino elegir? ¿A dónde queremos viajar? ¿Qué diferencia un destino de otro?

## Ejes temáticos

Cine, dark tourism y psicoanálisis:  
lo grotesco, el terror, el misterio y  
sus vínculos con el dark Tourism

- El ser humano siempre ha tenido la necesidad de comprender y explicar sus actuaciones. Pero, cada cultura responde a una psicología particular que intenta conocer las creencias populares a través de un principio organizativo que apela a lo narrativo. Es decir que, desde el punto de vista de la psicología, conocer en profundidad algo de alguien exige saber sobre su vida y su historia.
- Partimos de que el cine, precisamente, estaría involucrado en forma directa con la vida del ser humano, pues en las películas se cuentan historias de vida, con palabras, imágenes y sonidos interrelacionados.
- El lugar que ocupa el espectador frente al cine está relacionado con el inconsciente, el cual hace posible y alimenta la identificación con los personajes y situaciones mostradas en la pantalla. Se trata de algo más fundamental: de la condición humana. De todos aquellos problemas, conflictos, dificultades, temores, peligros, asechanzas, amenazas, etc.: a todo lo que está expuesto el hombre frente a su entorno, a la sociedad y a sí mismo.
- Esta reflexión nos permite cuestionarnos acerca de: ¿cuál es la relación entre el cine y el *dark tourism*?

## Ejes temáticos

Lugares míticos, mágicos y de fantasía y sus vínculos con el turismo

- Desde la modernidad y posmodernidad las tendencias turísticas han sido marcadas por la imagen, fija o en movimiento. Esa búsqueda de lo *extraordinario* (Graburn, citado por Cohen, 2004), se expresa, entre otras, en lo que MacCannell denominó las “*autenticidades escenificadas*”, que surgen como respuesta a la búsqueda de experiencias “auténticas” por parte del turista.
- Ligada a esta perspectiva el cine muestra los lugares míticos donde se generan relaciones de alteridad con grupos claramente diferenciados culturalmente. Es así que Oriente, los pueblos indígenas, los lugares recónditos son escenarios de películas de impacto emocional entre los potenciales turistas y de fascinación sobre su cultura y el “misterio” que envuelve su historia.
- Así se vuelven objeto de deseo en Occidente a través de películas clásicas como *Cleopatra* (1963) con Elizabeth Taylor o a través de las películas de corte bíblico que muestran lugares emblemáticos, como *Ben-hur* (1959) o filmes de aventura como *Indiana Jones* (1981, en adelante), producida por Steven Spielberg que recorre lugares míticos y llenos de incógnitas para Occidente, que se construyen en los imaginarios a través del cine juvenil.
- Estos límites difusos entre la realidad y la fantasía se materializan en la oferta turística que se crea a través de la puesta en escena de estos territorios a través del cine. Es así como surgen interrogantes: ¿Es posible construir escenarios donde nuestro realismo mágico tenga expresión para el turismo? ¿Cómo la hiperrealidad atraviesa la oferta turística? ¿Cómo representar lo mítico, mágico y fantástico en escenarios cotidianos?

## Ejes temáticos

Visiones futurísticas y la  
proyección de los nuevos lugares  
turísticos

- Las visiones futurísticas del devenir de la sociedad tienen expresión en el cine: *Blade Runner* (1982), clásico del cine de ficción, recrea la sociedad del futuro en la que se muestra las relaciones complejas que se tejen entre humanos y los seres creados artificialmente, los replicantes, que son perseguidos a muerte para ser extinguidos en la Tierra, tras un motín en Marte. Tal historia en ciudades construidas desde estéticas futuristas, señala los peligros que conlleva la ingeniería genética y la imposibilidad de controlar sus efectos.
- Pero no sólo estas películas han influido en los imaginarios turísticos sobre el espacio sideral, sino que a su vez, han sido la inspiración de nuevas tendencias arquitectónicas, aún en las ciudades más históricas y clásicas, convirtiendo estos espacios en los lugares anhelados por los turistas.
- Desde la construcción de estos imaginarios futuristas surgen también interrogantes: ¿Cómo influyen las estéticas futuristas del cine en la construcción de los lugares turísticos? ¿Cómo los imaginarios sobre las sociedades del futuro, permean las relaciones de alteridad presentes? ¿Son las representaciones futuristas, juegos de poder que determinan las dinámicas del turismo?



## Datos del evento

Objetivo, fecha y lugar

- Analizar los imaginarios turísticos de ciudades y lugares asociados a la fantasía, al mito, al terror, a la aventura, recreados a través del cine y sus efectos en la experiencia turística.
- **Fecha:** octubre 22 y 23 de 2019.
- **Lugar:** Universidad Externado de Colombia (Calle 12 No. 1-17 Este. Teléfonos: (00571) 3537000; 282 60 66 Ext. 1411; 1402; 1405.)

## Resúmenes

Los resúmenes de participaciones deben de contener las siguientes características

- **Extensión máxima:** 400 palabras.
- **Contenido:** Objetivos, pertinencia, resultados y conclusiones.
- **Fuente para el cuerpo del texto:** Arial 12.
- **Doble espacio.**
- Nota. No incluir cuadros, gráficas o fotos.
- El siguiente es el esquema para el encabezado del resumen de comunicaciones:

**Título de la ponencia** (centrado, negrita, Arial 12)

**Resumen y Abstract**

**Nombre del Autor (es)** (justificado a la derecha, Arial 11)

**Institución del autor principal**, si aplica (justificado a la derecha, Arial 10)

**Correo electrónico** (justificado a la derecha, Arial 10)

**Eje Temático:**

**Palabras clave:** máximo cinco (5) (cursiva, centrado, Arial 11)

## Procedimientos para el envío

- Los resúmenes de comunicaciones deberán ser enviados en archivos Word al correo electrónico: [info\\_eventocine@uexternado.edu.co](mailto:info_eventocine@uexternado.edu.co)
- La recepción de resúmenes de comunicaciones estará abierta hasta el día **30 de Mayo 2019**.
- La comunicación sobre la selección se realizará el **día 30 de Junio de 2019**.

## Criterios de presentación

Las comunidades seleccionadas deben cumplir con los siguientes criterios:

**Título de la ponencia** (centrado, negrita, Arial 12)

**Nombre del Autor** (es) (justificado a la derecha, Arial 11)

**Institución del autor principal**, si aplica (justificado a la derecha, Arial 10)

**Eje Temático** (justificado a la derecha, Arial 10)

**Correo electrónico** (justificado a la derecha, Arial 10)

**Palabras clave:** máximo cinco (5) (cursiva, centrado, Arial 11)

- Extensión máxima: entre 15 y 20 páginas sin contar la bibliografía (máximo 40.000 caracteres con espacios incluidos).
- Fuente para el cuerpo del texto: Arial 12.
- Doble espacio.
- Márgenes superior e inferior de 2,5 cm.; izquierda y derecha de 3,0 cm.
- Revisión bibliográfica al menos de 15 referencias.
- Las referencias bibliográficas deben seguir el manual de estilo APA (sexta edición). Se puede consultar en [www.apastyle.org](http://www.apastyle.org)
- La organización de tablas y figuras deben seguir el manual de estilo APA (sexta edición) con una mínima resolución de 300 dpi.
- Si se van a incluir fotos, estas deben enviarlas en archivos independientes con una resolución mínima de 300 dpi y su impresión será en blanco y negro.
- Las hojas deben ir numeradas.
- La presentación de todo documento deberá ir acompañada de una hoja de portada en la que aparecerá la siguiente información: título del trabajo, resumen en español, inglés y el idioma original (cuando se requiera): se recomienda que el resumen contenga máximo 150 palabras; mención de palabras clave en español, inglés y en el idioma original (cuando se requiera), de cuatro a seis palabras y el eje temático correspondiente. No se debe incluir nombre de autor.
- La identificación del autor debe ir en hoja aparte y ha de incluir nombre completo, ciudad, país, breve resumen de hoja de vida, institución a la que se encuentra vinculado, dirección, correo electrónico y fecha de realización del trabajo.
- Se aceptan documentos en español, inglés, francés y portugués.
- La recepción de comunicaciones completas estará abierta hasta el día 10 de septiembre de 2019.
- El autor(es), deberá tener en cuenta que el tiempo máximo de exposición es de 15 minutos.

## Procedimiento para el envío

Las comunicaciones deberán ser enviadas en archivos Word al correo electrónico:

[info\\_eventocine@uexternado.edu.co](mailto:info_eventocine@uexternado.edu.co)

- Los documentos deben cumplir con los siguientes criterios:
- Ser documentos de investigación aprobados y presentados en el evento.
- Ser resultados originales de las investigaciones.
- Deben contener mínimo la siguiente estructura: resumen, palabras clave, introducción, metodología, desarrollo, resultados y conclusiones.
- Ser resultados de investigación basados en una revisión bibliográfica con el propósito de mostrar los avances sobre el área de interés. El documento debe contener una sistematización y análisis de la información.
- Los documentos deben ser inéditos.
- El documento no debe encontrarse en proceso de evaluación en otra revista, libro y otros órganos editoriales.