



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultad de Turismo

Memoria del Trabajo de Fin de Grado

Turismo cinematográfico: Evolución y presencia en España

Raúl Alberto Bauzá Illán

Grado de Turismo

Año académico 2014-15

DNI del alumno: 43208287G

Trabajo tutelado por Carlota Vicens Pujol
Departamento de Filología Española, Moderna y clásica



Se autoriza a la Universidad a incluir mi trabajo en el Repositorio Institucional para su consulta en acceso abierto y difusión en línea, con finalidades exclusivamente académicas y de investigación.

Palabras clave del trabajo:
Turismo cultural, turismo cinematográfico, caso España

INDICE:

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. TURISMO CULTURAL.....	4
2.1. DEFINICIÓN	
2.2. EL TURISMO Y EL CINE	
2.3. TURISMO CULTURAL EN LOS ULTIMOS AÑOS: NUEVA ZELANDA	
3. EL TURISMO AUDIOVISUAL EN ESPAÑA: SERIES DE TELEVISION Y CINE.....	11
3.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y BENEFICIOS DEL TURISMO AUDIOVISUAL EN ESPAÑA	
3.2. CASO 1: DOCTOR MATEO	
3.3. CASO 2: VICKY, CRISTINA Y BARCELONA	
4. EL TURISMO AUDIOVISUAL EN BALEARES.....	21
4.1. LA HISTORIA DEL CINE EN BALEARES	
4.2. BENEFICIOS DE RODAR EN LAS ISLAS	
5. CONCLUSIONES.....	25
6. BIBLIOGRAFÍA.....	26
7. ANEXOS.....	28
7.1. ANEXO 1: PELICULAS RODADAS EN LAS ISLAS BALEARES	
7.2. ANEXO 2: ENTREVISTA REALIZADA A LA SRA. MIREIA COVAS, COMMUNICATIONS SPECIALIST EN ILLES BALEARS FILM COMMISSION.	

1. INTRODUCCIÓN:

El turismo cinematográfico perteneciente a la rama del turismo cultural, ha ido aumentando en los últimos años. Millones de turistas viajan con el objetivo de visitar los escenarios de una película o de intentar revivir las sensaciones y experiencias que tuvieron al verlos por primera vez en la gran pantalla. Es por ello que numerosos países intentan que grandes proyectos cinematográficos sean rodados dentro de sus fronteras, como forma de atraer nuevas tendencias y flujos turísticos e incluso de lograr que zonas con poca actividad económica puedan crecer gracias a los numerosos visitantes.

El cine se ha visto a menudo menospreciado como forma de promoción turística pero es, sin lugar a dudas, una de las formas más indirectas de inducir a un futuro turista, un destino. Invertir en cine es también invertir en turismo.

En el presente trabajo se hará primero un breve recorrido por esta forma del turismo, primero, definiendo el turismo cultural y buscando la acepción que englobe el turismo cinematográfico, para posteriormente poner de relieve algunas cifras que evidencian la repercusión que ciertas películas o series televisivas rodadas en algunos países han tenido sobre el número de visitantes. Veremos como cine y turismo se interrelacionan hasta el punto de que la evolución de una afecta a la otra. El caso de Nueva Zelanda, cuyos flujos turísticos se han visto afectados por la filmación de dos trilogías y superproducciones entre sus fronteras como son: *"El señor de los anillos"* (EE.UU., 2001-2003) y *"El hobbit"* (EE.UU., 2012-2014), de Peter Jackson, servirá para ilustrar este apartado.

En un segundo momento, examinaremos el caso de España, primero históricamente para fijar los comienzos del *"Movie tourism"* y ver de qué modo las películas de la época influían en los criterios y en las percepciones de los turistas españoles y extranjeros, y también en la actualidad, viendo cual es la influencia que tiene a nivel internacional, a la hora de atraer superproducciones fílmicas tanto nacionales como internacionales, además de incidir en los numerosos beneficios que ello produce. Al final comentaremos brevemente 2 casos de importante presencia en el "Turismo Cinematográfico Español": el de la serie de televisión española *"Doctor Mateo"* (España, 2009) rodada en localizaciones de Asturias y dirigida por César Rodríguez Blanco, Ángeles Reiné, Jaime Botella, Enrich Folch y Manuel Tera. Y la película *"Vicky, Cristina Barcelona"* (EE.UU., 2008) del director neoyorkino, Woody Allen, como un ejemplo de promoción de la ciudad catalana en un contexto fílmico.

Por último, analizaremos el caso de Baleares, buscando cual ha sido su presencia histórica en el mundo de la televisión y el cine, los beneficios que ha obtenido de ello y cuales son las ventajas de rodar en el archipiélago. Para acabar, valoraremos la necesidad de promover este turismo como una forma de luchar contra la estacionalidad y atraer más turistas interesados en la cultura.

2. TURISMO CULTURAL

Los antecedentes de lo que se considera turismo cultural se remontan al siglo XVIII, con los denominados viajes del "Grand Tour", en los que jóvenes ingleses de clase media-alta viajaban por Europa para culturizarse y adquirir conocimientos sobre arte clásico. A lo largo del tiempo esta forma de turismo se fue extendiendo a otras clases sociales y países. Como no podía ser menos, la irrupción del cine en 1895, marcará una nueva etapa en la promoción de los destinos turísticos.

2.1. Definición

El turismo cultural fue definido por la Unesco en 1976 como:

Aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección. Esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada. (Chagas, 2014: 20)

Esta definición, mas centrada en el patrimonio (término que en el documento aparece muy a menudo ligado al de naturaleza) que en otras formas de cultura, quedaba bastante incompleta. Por ello la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 1995 decide ampliarla centrándose en cualquier tipo de desplazamiento que tengan una finalidad cultural y propone la siguiente definición: "todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros" (Chagas, 2014: 21). Pero este concepto no visualiza qué aspectos se incluyen en el ámbito del turismo cultural, por lo que el profesor Greg Richards de la universidad de Tilburg (Holanda), conceptualiza de este modo el turismo cultural: "todos los movimientos de personas con destino a atractivos culturales concretos, como sitios de interés patrimonial, manifestaciones artísticas y culturales, exposiciones de arte y teatro, en ciudades ubicadas en países que no son su lugar habitual de residencia" (Chagas, 2014: 21)

Como podemos apreciar, la visión es cada vez más amplia, de forma que por cultura se entiende cualquier tipo de manifestación artística, entre las que se incluye, evidentemente, el mundo audiovisual. Desde una película hasta una serie de televisión, todas ellas forman parte de la cultura contemporánea y de alguna forma buscan transmitir a los espectadores tanto sensaciones como conocimientos. El turismo cinematográfico sería pues «el negocio de atraer visitantes a través de la representación de un lugar o de historias en un lugar

determinado, ya sea por medio del cine, del vídeo o de la televisión¹». Según esta definición formarían parte del cine-turismo todas aquellas actividades relacionadas con: visitas al lugar / los lugares del rodaje, visitas a los estudios de rodaje o a los decorados en parques temáticos; participación en festivales cinematográficos; culto a actores célebres, fallecidos o no y coloquios de fanes (*fan convention*).

2.2. El turismo y el cine

Actualmente el turismo se ha convertido en una de las industrias más importantes del mundo, con un 11'7% del GDP mundial, un 8% de las exportaciones mundiales y da trabajo a un 8% de la población mundial. Entre las formas de promoción del turismo en el mundo, el cine es una de las más destacadas y a su vez de las más infravaloradas.

El turismo y el cine, han estado en contacto desde el comienzo del segundo. Al igual que la literatura, el objetivo de este siempre ha sido transportar al espectador a otros lugares o universos, ya sean reales o ficticios. Desde los hermanos Lumiere con la primera película conocida *La sortie des ouvriers des usines Lumière à Lyon Monplaisir* (Francia, 1895) hasta la actualidad con películas como la trilogía de *El hobbit* (EE.UU., 2012-14) de Peter Jackson o *Exodus: Dioses y Reyes* (EE.UU., 2014) de Ridley Scott. Alain Grenier (2011: 81) cita la película *Mutyni on the Bounty*, de Frank Lloyd, rodada en Taití en 1935, como uno de los primeros films en convertir el lugar de rodaje en un destino turístico. Como película con un alto e innegable valor cultural que influyó igualmente en la elección de un destino vacacional, queremos destacar el *Lawrence de Arabia*² de David Lean, rodada en Egipto en 1962.

Pero, ¿en qué medida influye en el turismo? Un largometraje es una de las formas más sencillas de crear una imagen en la mente del espectador y ayudarlo en su posterior elección sobre a qué lugar viajar, como destaca el profesor en sociología John Urry:

Los lugares son elegidos para ser visitados porque hay una anticipación... Dicha anticipación es construida y mantenida a través de una variedad de prácticas no-turísticas, tales como el cine, la televisión, la literatura, revistas, grabaciones [de música] y vídeos, que construyen y refuerzan dicha mirada. (Aertsen, 2011: 2)

A su vez el escritor Konstantin Stanishevski en su libro *Cine, imaginario y turismo* (2007) se centra más en el cine y dice lo siguiente:

El cine, especialmente el de ficción, juega un papel importantísimo en la creación de la imagen de un destino, un territorio, una ciudad o un país como posible destino turístico. Sus mensajes no se perciben como publicitarios, ya que la mente del receptor está abierta a la recepción tanto en su dimensión

¹ Scottish Tourism Board, 1991. Citado por Grenier, 2011: 80.

² Desde 1991 figura entre las películas preservadas por el National Film Registry (Registro Nacional de Filmes) de la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos, al considerarla cultural, histórica, y estéticamente significativa.

subconsciente como consciente (a diferencia de un mensaje percibido y reconocido como publicitario), por lo tanto sus efectos persuasores se hacen mayores y pueden ser tanto positivos como negativos, dependiendo de aquello que se perciba. (Aertsen 2011: 3)

Estas afirmaciones se pueden contrastar con los efectos que ciertas películas o series rodadas en algunos países han provocado en el turismo, como refleja la siguiente tabla:

Impactos de una película en el número de visitantes

PELICULAS	LOCALIZACION	IMPACTO EN EL NUMERO DE VISITANTES
<i>Braveheart (1995) de Mel Gibson</i>	Monumento Wallace, Escocia	Un 300% más de visitantes desde el estreno. Y 15 millones de libras de beneficio turístico para Escocia
<i>La mandolina del Capitán Corelli (2001) de John Madden</i>	Cephalonia, Grecia	Un 50% más de visitantes desde el estreno y durante 3 años
<i>Campo de sueños (1989) de Phil Alden Robinson</i>	Iowa, EE.UU.	35.000 visitantes en 1991 y el número aumenta cada año
<i>4 Bodas y un funeral (1994) de Mike Newell</i>	The Crown Hotel, Amersham, Inglaterra	Hotel completo los siguientes 3 años
<i>El último mohicano (1992) de Michael Mann</i>	Parque Chimney Rock, Carolina del Norte, EE.UU.	25% de aumento de turistas desde el estreno
<i>Trilogía: El señor de los anillos (2001-2003) de Peter Jackson</i>	Nueva Zelanda	Entre 1999 y 2004, los turistas doblaron el gasto turístico en 6 billones de dólares
<i>Harry Potter Saga (2001-2011) de Chris Columbus, Alfonso Cuarón, Mike Newell y David Yates</i>	Varias localizaciones de Reino Unido	Un 50% más de visitas en todas estas localizaciones
<i>Misión Imposible 2 (2000) de John Woo</i>	Parque nacional, Sydney, Australia	200% más de visitas en el año 2000.
<i>Los búfalos de Durham (1988) de Ron Shelton</i>	Durham, Carolina del Norte, EE.UU.	Incremento del 25% en visitantes, tras el año del estreno
<i>El fugitivo (1993) de Andrew Davis</i>	Dillsboro, Carolina del Norte, EE.UU.	Aumento del 11% de visitantes desde el estreno
<i>Notting Hill (1999) de Roger Michell</i>	Kenwood House, Inglaterra, Reino Unido	10% más de visitas en un mes
<i>Mujercitas (1994) de Gillian Armstrong</i>	Orchard House, Concord, Massachusetts	65% de crecimiento en el número de turistas, un año después del estreno
<i>Orgullo y Prejuicio (2005) de Joe Wright</i>	Lyme Park, Sydney, Australia	150% más de visitas.
<i>El código Da Vinci (2006) de Ron Howard</i>	Capilla de Rosslyn, Escocia	En 2003, cuando la novela fue publicada, la Capilla recibió unos 9.500 visitantes Después del estreno de la película, subió a cerca de los 139.000

<i>Cocodrilo Dundee (1982) de Peter Faiman</i>	Australia	Aumento del 20,5% en el número de visitantes Estadounidenses de 1981 a 1988
<i>Los juegos del Hambre (2012) de Gary Ross</i>	Dupont State Recreational Forest, Carolina del Norte, EE.UU.	Un incremento del 31% del número de visitantes en 2012
<i>Defensa (1972) de John Boorman</i>	Rayburn County, Georgia, EE.UU	20000 turistas fílmicos al año, y unos beneficios de 2 a 3 millones de dólares
<i>Gorilas en la niebla (1988) de Michael Apted</i>	Ruanda	20% más de turistas en 1988
<i>Bailando con lobos (1990) de Kevin Costner</i>	Fort Hayes, Kansas, EE.UU.	Un incremento del 25% de turistas, en comparación con el 7% de los años previos
<i>Salvar al soldado Ryan (1998) de Steven Spielberg</i>	Normandía, Francia	Un aumento del 40% en turistas americanos
<i>Sentido y Sensibilidad (1995) de Ang Lee</i>	Saltram House, Inglaterra, Reino Unido	39% más de visitas
<i>Lost in Thailand (2012) de Zheng Xu</i>	Tailandia	Un incremento año tras año de un 93% de turistas chinos.
<i>La playa (2000) de Danny Boyle</i>	Tailandia	22% más de visitantes en el sector joven en el 2000.
<i>Su majestad Mrs. Brown (1997) de John Madden</i>	Osborne House, Isla de Wight, Reino Unido	Un aumento de visitas del 25%
<i>Troya (2004) de Wolfgang Petersen</i>	Canakkale, Turquía	73% más de visitantes
SERIES	LOCALIZACION	IMPACTO EN EL NUMERO DE VISITANTES
<i>The office (2005-2013) de Ricky Gervais y Stephen Merchant</i>	Scranton, Pennsylvania, EE.UU.	3500 visitantes fueron a diversos "Puntos de referencia" mencionados en la serie.
<i>Juego de tronos (2011-...) de David Benioff y D. B. Weiss</i>	Dubrovnik, Croacia	Desde 2013, un incremento en el número de llegadas del 11%, año tras año
<i>Downton Abbey (2010-...) de Julian Fellowes</i>	Castillo de Highclere, Reino Unido	1500 visitantes diarios
<i>The Walking Dead (2010-...) de Frank Darabont</i>	Grantville, Georgia, EE.UU.	3600 visitantes donde se realizan tours de las localizaciones, desde verano de 2012
<i>Miami Vice (1984-1990) de Anthony Yerkovich</i>	Miami, EE.UU.	Aumento de un 150% en el número de turistas alemanes entre 1985 y 1988
<i>Dallas (1978-1991) de David Jacobs</i>	Rancho Southfork, Dallas	500.000 visitantes por año
<i>Middlemarch (1994) de Anthony Page</i>	Stamford, Lincolnshire, Inglaterra, Reino Unido	27% más de turistas en 1994

Impacto del cine aumentando número de visitantes (Hudson S. y Ritchie, J.R.B., 2006) y actualizado con datos de Skift "The Rise of Destination Marketing Through Movies and TV" (Vincent Trivett + Skift Team, 2013)³

³ Para más información visitar: http://www.hosteltur.com/125790_turismo-cinematografico-30-casos-han-impulsado-destinos.html (última consulta el 12 de diciembre de 2015)

Según la consultora Tourism Competitive Intelligence (TCI) Research en su investigación *Travelsat Competitive index*, el cine movió en 2012 unos 40 millones de turistas internacionales⁴. Asimismo la consultora indica que 10 de cada 100 visitantes elige los destinos principalmente influenciados por una película y señala que algunos de los destinos mas visitados de ese año fueron Manila debido a la película *El legado de Bourne* (EE.UU., 2012) de Tony Gilroy, que hizo aumentar el turismo en la zona en un 331% o Hawái con un 200% debido al estreno de *Los descendientes* (EE.UU., 2011) de Alexander Payne. Puede deducirse de ello que de alguna forma, las motivaciones para justificar un viaje se han ido expandiendo: ya no se trata solo visitar lo desconocido o buscar relajación y descanso, si no de vivir experiencias únicas y/o visitar lugares motivado por los hobbies.

2.3. El caso de Nueva Zelanda



Uno de los lugares de rodaje de "El señor de los anillos" Fuente: El periódico

En la actualidad nueva Zelanda no es solo conocida por su maravilloso entorno natural ni por su excepcional contraste de paisajes, si no por ser el lugar de rodaje de una de las adaptaciones literarias mas conocidas de la ultima década, la trilogía de *El señor de los Anillos* (EE.UU., 2001-03), dirigida por Peter Jackson. Desde su estreno y su posterior éxito en taquilla, la película ha sido utilizada tanto por oficinas de turismo como por touroperadores como un atractivo más de la isla⁵.

Desde el anuncio de su rodaje en 2001, se estimó ese mismo año un aumento de los ingresos turísticos en un 7%, y 2 semanas después del estreno de la primera parte, en enero de 2002, los touroperadores afirmaron un crecimiento de un 20%. A finales de ese mismo año estos ingresos se doblaron hasta un 40% y uno de sus recorridos basados en la película *El señor de los anillos: La comunidad del anillo* (EE.UU., 2001) se vendió el doble. Incluso se crearon dos guías de localizaciones específicas de la película, una de

⁴ Para más información visitar: http://www.hosteltur.com/127350_turismo-cinematografico-mueve-40-millones-turistas-internacionales.html (última consulta el 25 de febrero de 2015)

⁵ Para más información visitar: <https://www.youtube.com/watch?v=OxGCw37taL4> (última consulta el 26 de febrero de 2015)

IanBrodie, *The Lord of the Rings Location Guidebook* (2003) y otra de Lonely Planet, *A Perfect Day in Middle-Earth* (2014)

Este movimiento llegó a reflejarse hasta la compañía Air New Zealand en 2002, con 2 aviones dedicados a la película, con una enorme imagen de algunos de los protagonistas a los lados y realizando incluso un video de las normas de seguridad con el personal de vuelo caracterizado.



Actual decoración de los aviones "Air New Zealand" Fuente: Airline reporter

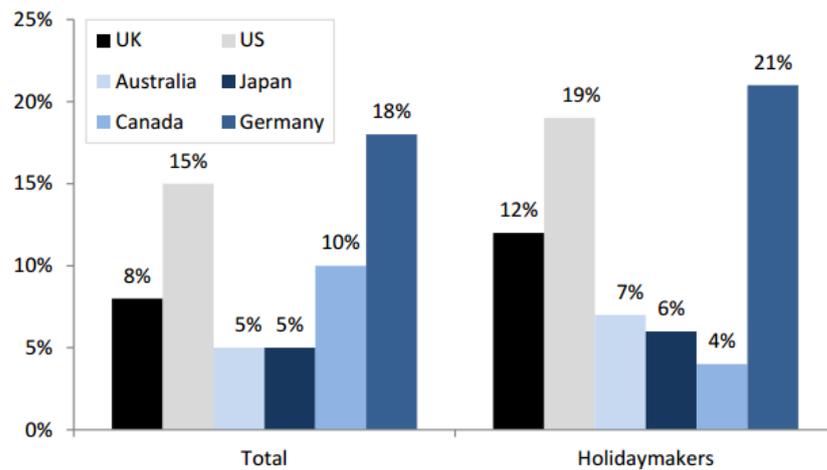
Actualmente este fenómeno se está reviviendo gracias a la trilogía de *El hobbit* del mismo director. En octubre de 2010, Nueva Zelanda y Warner Bros anunciaron una alianza estratégica para que el rodaje de esta nueva franquicia fuese en el mismo país. Además acordaron una serie de puntos como la inclusión de un extra en los DVDs de *El hobbit* que fuese un documental sobre Nueva Zelanda y que la premiere de la película fuese allí⁶. Incluso el gobierno desplazó a ingenieros y tropas del ejército para construir carreteras que facilitasen el acceso al rodaje de las películas

Esto ha llevado a que la propia Nueva Zelanda promueva su isla como un perfecto escenario para grandes superproducciones, y desde la página web de *Film New Zealand*⁷ muestran los beneficios y las ayudas que ellos mismos otorgan. Tal ha sido el aumento de visitantes que el ministerio de empresas, innovación y empleo de Nueva Zelanda, decidió realizar una encuesta el año pasado a sus visitantes internacionales mayores de 15 años, sobre cómo ha influenciado *El hobbit* a la hora de optar por ese destino. Los resultados, publicados en 2013 por el *International Visitor Survey Online Database* de Nueva Zelanda, fueron los siguientes:

⁶ Para más información visitar: <http://www.med.govt.nz/sectors-industries/screen-industry/the-hobbit> (última consulta el 24 de febrero de 2015)

⁷ Para más información visitar: <http://www.filmnz.com/> (última consulta el 24 de febrero de 2015)

Was "The Hobbit" a factor in consideration of visiting NZ? Response Q4 2013



Fuente: NZIER, report to tourism New Zealand, March 2014

Como observamos, alrededor de un 20% de los estadounidenses y los alemanes que visitan Nueva Zelanda, optaron por ese destino debido a la nueva trilogía⁸.

⁸ Para más información visitar: <http://www.tourismnewzealand.com/sector-marketing/film-tourism/> y http://nzier.org.nz/static/media/filer_public/8b/f7/8bf74d73-e8a6-436d-bda6-206b4132c0e2/understanding_western_market_growth.pdf (última consulta el 10 de diciembre de 2014)

3. EL TURISMO AUDIOVISUAL EN ESPAÑA: SERIES DE TELEVISION Y CINE

La presencia del mundo audiovisual en España ha ido haciéndose más fuerte con el paso de los años. Miles de españoles aprovechan su tiempo libre en ir a ver una película o un programa de televisión en contraposición al ocio al aire libre. Por ello, son numerosas las influencias indirectas que un español medio puede recibir diariamente, ya sea a la hora de comprar un producto o no, o de viajar a un destino concreto. A continuación expondremos la evolución histórica que ha tenido en nuestro país la interrelación de dos campos de estudio como son el cine y el turismo, exponiendo algunos ejemplos y analizando 2 casos de importancia: el de una película extranjera y el de una serie nacional.

3.1. Evolución histórica y beneficios del turismo audiovisual en España

Desde el comienzo en los años 60 del "Boom turístico" en España, numerosas fueron las formas de atraer visitantes al litoral español. Sin duda alguna, una de las primeras películas españolas donde se usa una clara estrategia de promoción de las costas españolas es *El turismo es un gran invento* (1967) de Pedro Lazaga, donde tan sólo comenzar el filme apreciamos numerosos planos y secuencias de zonas con cierto atractivo turístico. Además el narrador hace ver al espectador las ventajas de pasar las vacaciones junto a la playa y las peculiaridades de este tipo de turismo en comparación con la España interior y metropolitana, anclada en la miseria y el aislamiento. El eje central resulta ser un pueblo rural que ve estas ventajas como una forma de crecer económicamente y de darle un impulso de modernización a toda la villa. El alcalde del pueblo intenta demostrar a todos los habitantes el impulso de modernización que supondría traer el turismo a sus lindes y por ello realiza un viaje a la costa del sol para documentarse.



Paco Martínez Soria y José Luis López Vázquez en "El turismo es un gran invento", Fuente: Filmotech

Otra película del mismo director llamada *Los tramposos* (1959) muestra como unos estafadores se dedican a engañar a los extranjeros de Madrid y sonsacarles parte de su dinero. En este caso se da una imagen negativa de los turistas considerándolos seres intelectualmente inferiores y fáciles de engañar.

Desde películas como *Amor a la española* (*España, 1966*) de Fernando Merino donde se representaba a las chicas extranjeras como incitadoras sexuales, hasta otras como *El verdugo* (*España, 1963*) de Luis García Berlanga, donde la mayoría de la acción ocurre en Mallorca, y en la que se contraponen la belleza y el atractivo turístico de la isla con la desgracia del protagonista que debe ejecutar la última pena de muerte de la dictadura franquista.

Cabe mencionar los numerosos rodajes dentro de nuestras fronteras del género conocido como "Spaghetti Western" a finales de los 50, siendo los años 60 y 70 su punto álgido con el rodaje de más de 300 películas. Concentrados en su mayoría en el desierto de Tabernas, en Almería, películas como *La muerte tenía un precio* (1965) de Sergio Leone o *El Bueno, el Feo y el Malo* (1966) del mismo director, fueron rodadas allí, y aun hoy se conservan algunos de sus escenarios y se realizan espectáculos para atraer a los amantes del Western⁹.

En términos generales puede decirse que se ha intentado comparar, en parte de la filmografía española de los años 60, 70 y 80, la modernidad de los extranjeros y el mundo sumiso y tradicional del español, plagado de estereotipos de la época y donde se mostraba a los turistas el carácter, galán y cómico de los españoles, a la vez que su picaresca y su amabilidad interesada.

Poco a poco España ha visto los beneficios procedentes de este turismo. Determinadas comunidades como Madrid y Andalucía han decidido impulsar el turismo cinematográfico. En el caso de la capital española, se han adoptado medidas como bonificar el coste de los rodajes en edificios públicos o buscar formas de estimularlo mediante incentivos fiscales¹⁰.

Tenerife es uno de los destinos que más trabaja en esta estrategia. Películas como *A todo gas 6* (EE.UU., 2013)¹¹ de Justin Lin, *Furia de titanes* (EE.UU., 2010) de Louis Leterrier e *Ira de titanes* (EE.UU., 2012) de Jonathan Liebesman, se han podido rodar gracias al apoyo de la agencia "Tenerife Film Commission". Una de las ventajas que ofrece esta comunidad, es que todas las empresas audiovisuales pagan un tipo de impositivo del 4% mientras que en el resto de España está al 32'5%¹².

El caso más reciente es el de *Juego de Tronos* (2011- en emisión) en Sevilla: el Concejal delegado de Empleo, economía, fiestas mayores y Turismo del ayuntamiento de Sevilla, Don Gregorio Serrano, anuncio a los medios de

⁹ Para más información visitar: <http://www.cabogataalmeria.com/Cabo-Gata/Actividades/Ocio/Tabernas-Hollywood-Oeste-poblados.html> (última consulta el 16 de abril)

¹⁰ Para más información visitar: http://www.hosteltur.com/145670_comunidad-madrid-apuesta-turismo-cinematografico.html (última consulta el 10 de diciembre de 2014)

¹¹ Para más información visitar: http://noticias.lainformacion.com/arte-cultura-y-espectaculos/cine/fast-furious-6-tenerife-acoge-el-preestreno-en-espana_qADslUtyetP1SemS0ZIQj7/ (última consulta el 10 de diciembre de 2014)

¹² Para más información visitar: http://www.hosteltur.com/132500_tenerife-plato-hollywood-400-personas-100-vehiculos-cuatro-tanques.html (última consulta el 10 de diciembre de 2014)

comunicación que este rodaje, llevado a cabo entre el 10 y el 30 de Octubre, supuso unas 12000 pernoctaciones, siendo unas 200 habitaciones de hotel ocupadas durante los 2 meses de rodaje y un aumento de las visitas al Real Alcázar de 2'35%, aproximadamente, unas 75000 personas más que años anteriores. Además también influyó en la oferta de empleo de la zona ya que la productora contrato a unas 140 personas y a más de 50 autónomos, además de a unos 600 extras.

Debido a los numerosos beneficios que causa este tipo de acciones, no solo las administraciones locales han optado por tomar medidas. El gobierno central decidió, desde el Ministerio de Hacienda y Administraciones Publicas, devolver un 15% de los gastos ocasionados por los rodajes como incentivo fiscal. Como dato curioso, hasta los negocios locales aprovecharon el tirón del rodaje, sacando en algunos restaurantes un menú propio con nombres de personajes de la serie¹³.



Uno de los platos con nombre de personajes de "Juego de tronos" Fuente: Restaurante Casa Curro

Esto ha llevado a que otras provincias de la comunidad andaluza quieran aprovechar tan importante filón comercial. Como es el caso del municipio malagueño de "Rincón de la Victoria", que presentó en la Feria internacional de Turismo en Madrid (FITUR) un proyecto para la creación de un parque temático inspirado en el universo de J.R.R. Tolkien con el nombre de "La comarca"¹⁴. Contaría en principio con una inversión de 1,7 millones de euros y se constituirá de varias áreas temáticas, donde se propondrán numerosas actividades que promuevan valores medioambientales como senderismo, ciclismo o jogging.

¹³ Para más información visitar: <http://www.escapadarural.com/blog/juego-de-tronos-en-espana/> (última consulta el 21 de abril de 2015)

¹⁴ Para más información visitar: <http://www.alfabetajuega.com/noticia/la-comarca-llegara-a-andalucia-n-48449> (última consulta el 21 de abril de 2015)



Presentación en FITUR de "La comarca" fuente: alfabetajuegos

No fue este el único proyecto turístico presentado en FITUR relacionado con el cine. La diputación de Sevilla, a través de la Promoción del desarrollo económico y del turismo (PRODETUR) y con la colaboración de la "Andalucía Film Commision" (AFC) presento la "Ruta de cine La Isla Mínima", inspirada en la película de Alberto Rodríguez, ganadora del goya a "Mejor Película" en 2015 y uno de los mayores taquillazos españoles de 2014¹⁵.

Uno de los casos mas conocidos de una película internacional que ha tenido repercusión en España es de la película India *Zindagi Na Milegi Dobara* (2011) (*Solo se vive una vez*) de Zoya Akhtar, creada a partir de un acuerdo entre TurEspaña y una productora de Bollywood, donde la trama gira alrededor de un chico indio soltero que viaja con sus 2 mejores amigos a España donde viven diversas experiencias como la famosa "Tomatina" de Buñol o las playas paradisíacas de la Costa Brava. Esto supuso un aumento de visitantes indios, que pasaron de unos 70.000 a unos 200.000 tras al estreno del filme, igualando a la cantidad que recibían países como Francia e Italia.



Los protagonistas de "Zindagi Na Milegi Dobara" en Valencia, Fuente: OneKnightStands

¹⁵ Para más información visitar:

http://www.dipusevilla.es/actualidad/noticias/destacadas/noticia_0100.html (última consulta el 23 de febrero de 2015)

3.2. Caso 1: Doctor Mateo

Las series de televisión, al igual que el cine, han ido produciendo también un cierto efecto en el imaginario de los turistas, que resulta mayor debido a su duración. Miles de personas peregrinan a los lugares donde ocurrió u ocurre su serie favorita. Ejemplos como Juego de Tronos o incluso la ya clásica Doctor Alaska dan fe de ello. En España la mítica Verano Azul supuso un incremento, de forma inconsciente, en los años 80 de los turistas en la localidad de Nerja en Málaga. Pero no es hasta Doctor Mateo cuando la intención en promoción es consciente, siendo el arquetipo español de este fenómeno.



El reparto de "Doctor Mateo" Fuente: Formula TV

Doctor Mateo (2009-2011) fue una serie de 5 temporadas que narraba la historia de Mateo (Gonzalo de Castro), un recién doctorado en Nueva York, que decide volver al pueblo donde veraneaba de joven, San Martín del Sella, para ejercer. Allí se adaptará a la vida rural con la ayuda de su tía Juana (Rosario Pardo), y entablará amistad con habitantes del pueblo como el tabernero Tom (Daniel Freire) y el policía Alfredo (Alex O'Dogherty). Pasado un tiempo, caerá enamorado de la profesora Adriana (Natalia Verbeke) con la que vivirá una apasionada aventura.

Producida por Notro Films para la cadena española de televisión Antena 3 y basada en la serie británica *Doc Martin*, fue un gran éxito en España, con un share que pese a ir cayendo, se mantuvo en una media de 14'6% en sus 5 temporadas, es decir, unos 2.674.000 espectadores.



Varios turistas fotografiándose en Lastres, enfrente de la casa del Doctor Mateo. Fuente: La opinión a Coruña

La serie, caracterizada por ocurrir en su mayor parte en exteriores y bellos paisajes, fue rodada en el pueblo de Lastres (Asturias), cuyo nombre ficticio en la serie fue el antes mencionado "San Martín del Sella". Desde que comenzó la serie en 2009 las visitas al pueblo de Lastres han crecido notablemente. Mediante un acuerdo entre los productores y los organismos oficiales de turismo del Principado, se optó desde un principio en realizar una ruta turística o movie map de 13'7 km, de unos 30 minutos de recorrido aproximadamente, siguiendo el itinerario que a continuación reproducimos:



Fuente: La Comarca de la Sidra¹⁶

El efecto Doctor Mateo se tradujo en unos 30.300 visitantes entre julio y septiembre del año 2010. Casi unas 3000 personas visitaron la casa del doctor, y durante las 5 temporadas que duró la serie, el número de turistas decreció pero se mantuvo elevado. Antes de que se estrenase, el número de visitantes en comparación con otros lugares situados en la parte oriente de la comunidad era de un 16'9% en 2008; tras el estreno de la serie éste pasó a ser un 19,8% en 2009 y un 27'3 en 2010.

¹⁶ Para más información visitar:

http://lacomarcadelasidra.com./index.php?option=com_content&view=article&id=129-dr-mateo-route&catid=14-home&Itemid=1&lang=en (última consulta el 12 de marzo de 2015)

FIGURA II.22.c: LUGARES VISITADOS-ORIENTE (%)



ORIENTE	%
COVADONGA	36,4
CANGAS DE ONÍS	36,0
LLANES	35,4
RIBADESELLA	32,3
LOS LAGOS	27,4
LASTRES	27,3
VILLAVICIOSA	16,9
PICOS DE EUROPA (RUTAS)	14,7
PICOS DE EUROPA (LOCALIDADES)	12,7
MIRADOR DEL FITO	7,7
NAVA	3,0
OTROS	1,7

Fuente: SITA

Fuente: SITA 2010

Como puede apreciarse el efecto producido por la serie en el pueblo ha sido notable, lo que demuestra que hasta una serie de producción y emisión nacional, puede rejuvenecer el turismo en una zona desconocida para la mayoría de turistas.

3.3. Caso 2: Vicky, Cristina y Barcelona



El director Woody Allen, con Penélope Cruz y Javier Bardem en el rodaje de "Vicky, Cristina y Barcelona", Fuente: Richard Crouse

Ya en el año 2003, el respetado director Woody Allen expuso sus intenciones de rodar en España. Dudando entre Barcelona y Asturias, esta última por ser el lugar donde recibió el premio Príncipe de Asturias de las Artes, finalmente se decantó en 2005 por la ciudad condal. No es hasta 2007 cuando comienza el rodaje, con la polémica de la existencia de una inversión pública de un 10% del presupuesto final del filme, alrededor de unos 15 millones de euros.

Con estrellas nacionales como Penélope Cruz y Javier Bardem, e internacionales como Scarlett Johansson, acompañados de una bella Barcelona de fondo, las intenciones estaban expuestas para atraer el máximo

público posible. Tanto el Ayuntamiento de Barcelona como la Generalitat de Catalunya vieron una forma perfecta de promocionar la ciudad a nivel internacional. Pese a las duras críticas que recibieron de la prensa española, tachando la película de "Video turístico", funcionó como campaña publicitaria. Ya desde la propia página web del filme se permitía en una de las secciones ver los atractivos de la ciudad¹⁷.

Además, su proyección en diversos festivales como Cannes, Londres o San Sebastián ayudó a cumplir las expectativas impuestas en el filme, alcanzando los 96,408,652\$ en taquilla.

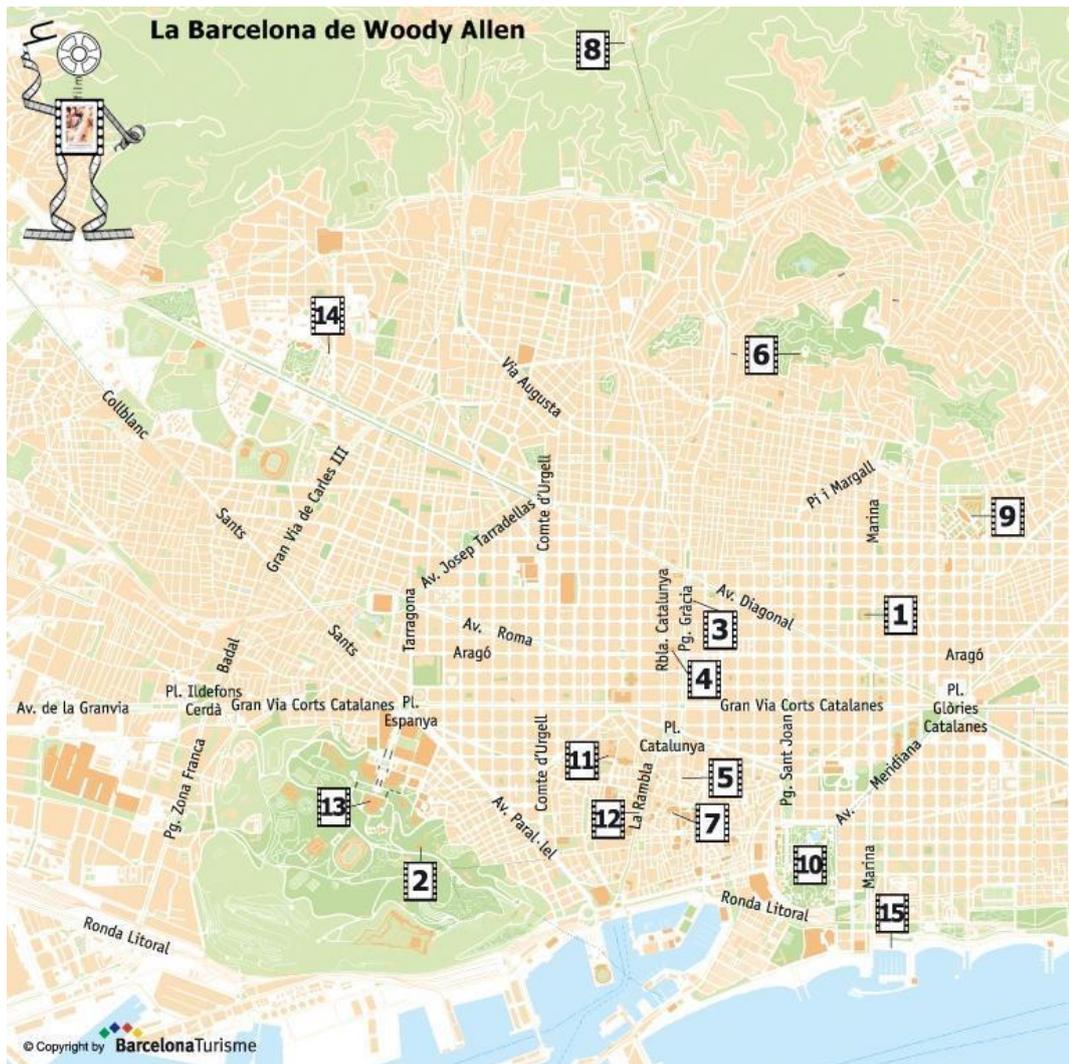
La película cuenta la historia de 2 amigas, Vicky (Rebecca Hall) y Cristina (Scarlett Johansson), dos turistas americanas que van a Barcelona a pasar las vacaciones. Mientras que Vicky es racional y desea sentar la cabeza, Cristina es todo lo contrario, una apasionada que busca vivir aventuras. Allí conocen a Juan Antonio (Javier Bardem) un pintor, con una relación agitada con su exmujer María Elena (Penélope Cruz).

La sinopsis ya deja entrever el carácter promocional del filme, ya que al ser dos turistas las protagonistas, acompañan al espectador en su descubrimiento de una nueva ciudad, su gente y sus costumbres, recorriendo al *topos* del "falso ingenuo". Lo primero que hacen las amigas es visitar los monumentos más famosos de la ciudad, tanto la Barcelona de Gaudí como la de Miró y, a lo largo de la película las visitas son constantes a diferentes zonas de la localidad, desde la Sagrada Familia hasta las prostitutas del Raval. Además el personaje de Vicky está motivado por una tesis sobre identidad catalana que está escribiendo, por lo que su búsqueda de información acompaña al público durante toda la proyección.

Además la visita de los protagonistas a Oviedo permite ver el contraste de culturas existente en España, al tiempo que hace de esta otra ciudad un destino turístico de interés. El estilo mediterráneo, caracterizado por la fiesta, las terrazas al aire libre y la luz como un elemento decorativo, impregna todo el filme y proporciona esa sensación de querer estar allí y vivir ese momento. En conclusión, convierte la ciudad en un personaje más, y eso sin duda consigue el objetivo de atraer y motivar al turista.

Por ello desde Barcelona Movie Walks'14, especializados en rutas de cine en la ciudad, optaron por crear un itinerario de todos los lugares visitados, según se aprecia en la siguiente figura:

¹⁷ Para más información visitar: <http://vickycristinabarcelonalapelicula.es/> (el dominio de la página web ha expirado)



<p>1 Temple Expiatori de la Sagrada Família Vicky i Cristina fan fotografies de la façana del Naixement. Plaça de la Sagrada Família M Metro - Línia 5 - Sagrada Família</p>	<p>5 Els Quatre Gats Primera trobada entre Juan Antonio i les dues nord-americanes. M Metro - Línia 4 - Urquinaona</p>	<p>9 Hospital de Sant Pau Vicky surt de classe amb el seu company Ben. M Metro - Línia 5 - Hospital de Sant Pau</p>	<p>13 Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC) Vicky i Judy conversen a l'escalinata que dona accés al museu. Autobus - 50 M Metro - Línia 1 - Espanya</p>
<p>2 Fundació Miró Vicky, Cristina i Judy contemplen una escultura de Miró a la terrassa de la Fundació. Autobus - 50</p>	<p>6 Parc Güell La Vicky i en Juan Antonio es retroben després del viatge a Astúries. Carner d'Olot a/n M Metro - Línia 3 - Lesseps</p>	<p>10 Parc de la Ciutadella Maria Elena ensenya tècniques de fotografia a la Cristina. M Metro - Línia 1 - Arc de Triomf</p>	<p>14 Finca Güell Vicky espera Juan Antonio a l'entrada principal. M Metro - Línia 3 - Palau Reial</p>
<p>3 Casa Milà - "La Pedrera" Vicky, Cristina i Judy admiren les vistes de Barcelona des del terrat. M Metro - Línia 5 - Diagonal</p>	<p>7 Plaça Sant Felip Neri La Cristina i en Juan Antonio proposen un dinar amb la Vicky i en Doug. Plaça Sant Felip Neri M Metro - Línia 4 - Jaume I</p>	<p>11 MACBA Cristina, Vicky i Doug conversen asseguts en un bar de la plaça del MACBA. Plaça dels Àngels 1 M Metro - Línia 1 - Universitat</p>	<p>15 Port Olímpic Mark i Judy passegen pel Moll de Xaloc. M Metro - Línia 4 - Ciutadella</p>
<p>4 Fundació Tàpies Els Nash conviden la Vicky i la Cristina a la inauguració d'una exposició. M Metro - Línia 4 - Passeig de Gràcia</p>	<p>8 Tibidabo Després del dinar els quatre visiten el parc. Funicular del Tibidabo - Tramvia blau</p>	<p>12 La Rambla Cristina passeja mentre fa fotografies a les parades de flors. La Rambla M Metro - Línia 3 - Liceu</p>	

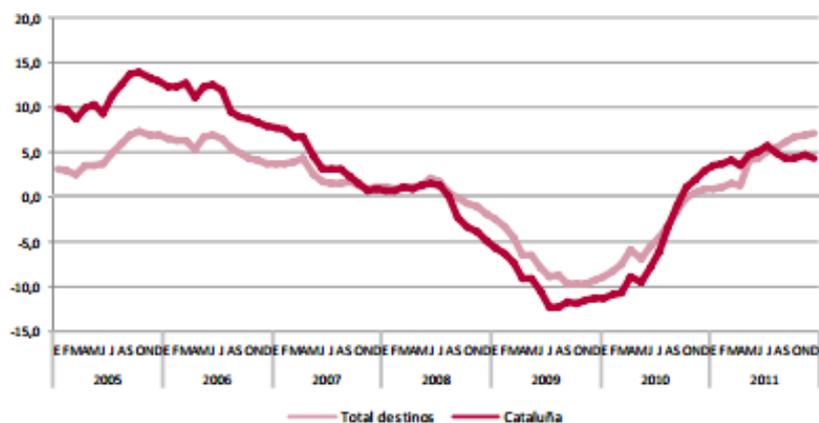
Fuente: Barcelona Movie Walks '14¹⁸

Pese a ello la estrategia no funcionó del todo bien y, en parte también debido a la crisis económica de 2009, el número de turistas no creció en comparación con otros años:

¹⁸ Para más información visitar: <http://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?ldRuta=6> (última consulta el 16 de febrero de 2015)

Evolución de las entradas de turistas con destino Cataluña y total destinos.

% variación interanual media. Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

4. EL TURISMO AUDIOVISUAL EN BALEARES

Desde principios del siglo XX, las Islas Baleares ha sido uno de los destinos en España para el rodaje de numerosas producciones cinematográficas. Debido a su extraordinario clima, sus paisajes naturales y el contraste de localizaciones existentes, muchos han sido las productoras que han optado por rodar en nuestro archipiélago.

4.1. La historia del cine en Baleares¹⁹

La relación de las Islas Baleares con el cine comienza el 23 de enero de 1897, cuando se realiza la primera proyección con el cinematógrafo de los hermanos Lumière en Palma, 14 días después en Mahón y unos años después, el 3 de abril de 1904 en Ibiza. No es hasta junio de 1913 cuando se rueda en Mallorca la primera película de ficción extranjera *La sortija misteriosa* o *El secreto del anillo*, de Films Arte de Roma.

Llegados los años veinte, se cuentan 118 cines en las tres islas y empiezan a proliferar la producción de películas rodadas en nuestra geografía, entre ellas, *El secreto de la Pedriza* (1926) de Francisco Aguiló, la primera rodada por la entidad Balear Film, donde se aborda el tema del contrabando en Mallorca.

Llegada la segunda republica, se empiezan a rodar numerosos documentales en las islas y, durante la guerra civil, la mayoría de cines son cerrados y tan solo se proyecta propaganda alemana o italiana. En 1939 vuelven a abrirse la mayoría de salas de cine, comienzan a llegar numerosos estrenos de todas partes del mundo y vuelven a rodarse películas en nuestras islas. En la década de los 50 y 60, coincidiendo con el estreno de las pantallas panorámicas, esta tendencia crece, más cuando en los años 60, con el boom turístico, las Islas Baleares son consideradas uno de los destinos preferentes para viajar en pareja con el ya conocido eslogan “Luna de Miel en Mallorca”. La película *El verdugo* de José Luis Berlanga es un claro ejemplo de ello. Ya alcanzados los 90, muchos isleños se atreven a rodar algunas película en su tierra natal, ejemplo de ello son *El cielo* (1999) de Antoni Aloy, rodada en la Possesió de Raixa.

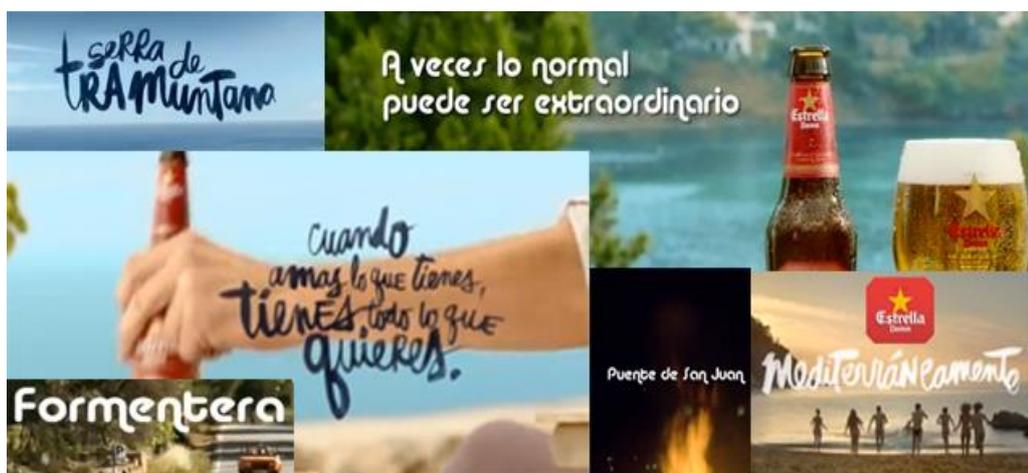
Posteriormente con la llegada del turismo alemán masivo a las islas, empiezan a llegar productoras germanas que muestran intereses en rodar películas y series. Uno de los casos mas conocidos es el de la serie alemana “*Hotel Paradies*” dirigida por Michael Günther, y situada en el Hotel “Es Molí” en la localidad de Deiá. Narra la historia de una pareja, Max y Lisa que viajan a la isla de Mallorca, para hospedarse en dicho hotel y allí conocerán a un grupo pintoresco de personas. Compuesta por un total de 27 episodios, transmitida entre el 16 de enero hasta el 12 de abril de 1990, atrajo a miles de turistas a la

¹⁹ Para más información visitar <http://www.balearesfilm.com/filmografia/> (última consulta el 21 de abril de 2015)

localidad y dio una percepción de la isla muy positiva. Por otro lado, tenemos otras películas como *Ballermann 6* (1997) dirigida por Tom Gerthart, cuya imagen proyectada era la de un lugar donde la fiesta y el alcohol estaban a la orden del día, y donde la zona de Playa de Palma era principalmente alemana.

Alcanzado el 2001, la isla de Formentera fue plató de *Lucia y el sexo* de Julio Medem, un éxito de taquilla que sirvió como reclamo turístico para que cientos de turistas optaran por este destino en sus vacaciones. Finalmente uno de los casos mas actuales es el de *Cloud Atlas* (2012) de los hermanos Wachowski, rodada en el Port de Soller o Sa Calobra entre otras localizaciones. En el Anexo 1 pueden observarse, por décadas, las películas (o gran parte de ellas) rodadas en las islas.

Pero no solo de cine viven las islas, anualmente se ruedan más de un centenar de anuncios publicitarios dirigidos por famosos cineastas como: Paolo Sorrentino, Mikael Salomon, Peter Cattaneo, etc. Uno de los que más influencia tuvo en el turismo fueron los spots publicitario de Estrella Damm, que año tras año fueron promocionando las Islas como un lugar perfecto para que los jóvenes disfruten de las vacaciones de verano, estén con los amigos y vivan el estilo mediterráneo, de ahí el eslogan "Mediterráneamente", por supuesto, siempre acompañados de un cerveza Damm.



Carteles publicitarios de las diferentes campañas. Fuente: www.carlesgili.es

El primer anuncio de esta exitosa campaña fue en 2009; se situaba en la isla de Formentera, lo que dio lugar a una enorme presencia mediática en diarios y entrevistas radiofónicas. Esto se tradujo en un aumento de los turistas que preguntaban en las oficinas de información por los lugares vistos en el spot²⁰. Actualmente, se esta rodando en Ibiza una nueva entrega de esta campaña publicitaria, dirigida por Alejandro Amenábar y con la presencia de la

²⁰ Para más información, visitar: http://www.hosteltur.com/62696_formentera-mejora-su-ocupacion-turistica-al-calor-cancion-verano.html (última consulta el 10 de Enero de 2015)

actriz estadounidense, Dakota Johnson, acompañada de artistas nacionales como Quim Gutiérrez y Natalia Tena²¹.

El surgimiento de asociaciones como la “Balears film commission” demuestra el interés económico en que se sigan rodando películas en las islas. Su página web muestra todos los beneficios y las ventajas, así como las normativas y legislación existente²².

Además, gracias a su colaboración con entidades locales, ha promovido el surgimiento de iniciativas turísticas relacionadas con el cine. Una de las últimas actuaciones, es la conocida como “Calvià es cine”²³ donde, en colaboración con el departamento de cultura de la zona, se propone una ruta por los escenarios de películas rodadas en el término municipal como, por ejemplo, *El mago* (Reino Unido, 1968) de Guy Green, *The Damned United* (Reino Unido, 2009) de Tom Hooper y *Supercutres* (Reino Unido, 2011) de Ben Palmer. Ello sin tener en cuenta la proyección y exhibición de películas, anuncios publicitarios, documentales y cortometrajes con Calvià de fondo.

Este organismo, la “Balears film commission”, nace para promocionar el rodaje de películas y series en el archipiélago, y surge debido a la desaparición en noviembre de 2012 de la Mallorca Film Commission. Su objetivo es agilizar los trámites administrativos para la concesión de los permisos de rodaje, de forma que empresas nacionales y/o internacionales establezcan las Islas Baleares como su emplazamiento de rodaje.

4.2. Beneficios de rodar en las islas

El archipiélago Balear cuenta con una diversidad de paisajes tan marcada, que resulta perfecta para realizar un proyecto audiovisual que requiera diversas localizaciones con la ventaja de que los traslados entre zona y zona resultan muy cortos. Además de ser la comunidad española con más kilómetros de costa (1239'9 Km), cuenta con más de 300 playas y calas, 33 faros y 60 puertos comerciales. En la zona interior se enfrentan la belleza de los entornos naturales, a los pintorescos pueblos y a las modernas avenidas.

Es por ello que surge la Balears Film Commission, una empresa sin ánimo de lucro que busca promocionar el archipiélago como una comunidad llena de localizaciones ideales para todo tipo de proyectos audiovisuales: largometrajes, cortometrajes, series televisivas, documentales o sesiones fotográficas. Este organismo está integrado dentro de la Spain Film Commission y de la European Film Commission Network. Otras de sus

²¹ Para más información, visitar:

<http://www.elmundo.es/baleares/2015/05/06/5549fba922601d3e458b4582.html> (última consulta el 12 de Mayo de 2015)

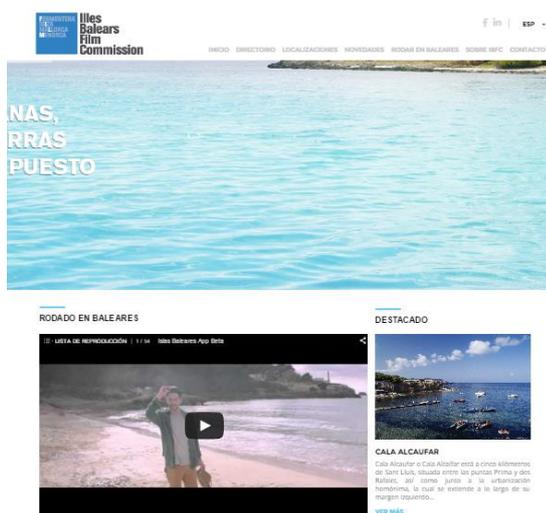
²² Para más información, visitar: <http://balearesfilm.com/> (última consulta el 10 de Enero de 2015)

²³ Ver <http://www.elmundo.es/baleares/2015/02/16/54e1bd9822601de0748b4572.html> (última consulta el 23 de febrero de 2015)

funciones son asesorar en la búsqueda de emplazamientos para los rodajes e informar de las condiciones para filmar en las que se encuentran estas.

Respecto a los equipos técnicos, desde la página web puede accederse a un directorio on-line con diversas empresas de producción que proporcionan equipos técnicos como cámaras, grúas, catering, etc. Estas empresas incluyen desde Directores de casting, hasta actores, pasando por guionistas y agencias de publicidad. También disponen de modernos estudios insonorizados de más de 1000 m² con completos sistemas de iluminación y talleres para la construcción de decorados.

Claramente existe un interés por parte de este organismo de intensificar la inversión en el rodaje de películas dentro de nuestro archipiélago. Prueba de ello es la renovación de imagen que tuvo la página web, dándole un aspecto más actual y buscando la expansión en redes sociales como Facebook o LinkedIn:



Apariencia actual de la página oficial de la Illes Balears Film Commission²⁴

El crecimiento de nuevos proyectos para los próximos meses demuestra que la renovación funciona y que hay cierto interés. Ejemplos como el proyecto del joven director israelí Shay Kanot con una película titulada *Ibiza*, que está siendo rodada enteramente en paisajes ibicencos; *Isla bonita*, de Fernando Colomo²⁵, cuyo rodaje es en Menorca o el de la nueva entrega del reality show inglés de la cadena británica ITV conocido como *The Resort (Celebrity Love Island)* en *Ses Salines* demuestra que el futuro de las Baleares y el cine es muy prometedor, como puede deducirse en la entrevista que realicé a Mireia Covas, Communications Specialist en Illes Balears Film Commission (ver Anexo 2).

²⁴ Fuente: <http://www.balearesfilm.com/>

²⁵ Director y guionista conocido por *Bajarse al moro* (1988), película nominada 6 Goyas.

5. CONCLUSIONES

Como demuestran los datos aquí presentados, el turismo audiovisual es una fuente de ingresos bastante considerable pero arriesgada. Su presencia a nivel mundial ha dado pie a numerosos estudios que han basado su tesis en la influencia de ciertas películas sobre el número de visitas turísticas, lo que ha llevado a que numerosos países opten por impulsar y beneficiar los rodajes dentro de sus fronteras. Podemos afirmar que la sinergia entre dos ciencias tan distintas como son el mundo audiovisual y la industria turística, puede dar lugar a nuevas formas de negocio, que beneficien de forma recíproca a ambas.

De cualquier modo el «turismo cinematográfico», o «Film Tourism», no sólo resulta una forma de promoción indirecta y efectiva, sino que sus efectos positivos pueden ayudar a aquellos países que aún no han encontrado su factor diferenciador a la hora de atraer turistas. A ello debemos añadir que es además un producto que rompe con cualquier estacionalidad y cuyo alcance es muy amplio. Al fin y al cabo no debemos olvidar que el turista no solo busca pasar sus vacaciones en un lugar recóndito y lejano, sino vivir una experiencia única y diferente.

Sin embargo, a nivel español, este motivador turístico no se ve tan apoyado en comparación con otros países. Casos aislados son los únicos que nos permiten observar la existencia de cierto interés por visitar aquellas zonas cuya ubicación ha sido utilizada como plató de series o películas.

Pese a todo, hemos podido comprobar que no siempre los resultados son los esperados. Siendo el de *Vicky, Cristina y Barcelona* un claro ejemplo de como, pese a la campaña de promoción y el claro anuncio turístico que resultaba la película, los efectos fueron apenas notables y no se dieron enormes beneficios.

Para ello es necesario promover y potenciar los rodajes, mediante numerosos beneficios fiscales que permitan a productoras de cine nacionales e internacionales considerar España fuente de riqueza paisajística y de consideración en el mundo cinematográfico.

La renovación estratégica de la Baleares film Commission demuestra un creciente interés en apostar por esta fuente de ingresos y ayudar a que nuevos mercados turísticos puedan surgir a través de una película, una serie o un programa de televisión.

Es por ello que, a modo de conclusión audiovisual y creyendo firmemente en la idea de que en Baleares sería posible un fenómeno parecido al de Nueva Zelanda, presento una muestra de lo que se puede realizar con mucha imaginación, interés y poco presupuesto. El corto aquí presentado narra la historia de un dibujante que, sintiendo que ha perdido la inspiración, decide coger su mochila y recorrer la isla, buscando los sitios en los que ha vivido los mejores momentos de la relación con su pareja²⁶.

²⁶ Para visualizar el corto “Un nuevo viaje” clicar aquí: <https://vimeo.com/127603698>

6. BIBLIOGRAFIA:

ARTICULOS:

Aertsen, V. U. (2011). "El cine como inductor del turismo. La experiencia turística en Vicky, Cristina, Barcelona". *Razón y Palabra*, número 77, pág. 1-24.

Araújo Vila, N., & Fraiz Brea, J. A. (n.d.). "El turismo inducido a través de las series de ficción y su papel dentro del turismo experiencial. El caso de la serie de ficción Doctor Mateo". *Facultad de C.C. Empresariales Y Turismo, Universidad de Vigo*, pág. 1-25.

Gómez Alonso, R. (2006). "El turismo no es un gran invento: aperturismo y recepción del ocio y consumo a través del cine español de los 60". *Área Abierta*, 15, pág. 1-10.

Grenier, A. (2011). « Ciné-tourisme. Du concept au fan, au coeur de l'expérience » in *Théoros*, vol. 30, nº1, pág. 79-89.

Morère Molinero, N., & Perelló Oliver, S. (2013). *Turismo Cultural: Patrimonio, museos y empleabilidad*. (E. Lizarralde & E. Ferro, Eds.) (2013th ed., Vol. 25). Madrid: Fundación EOI, pág. 1-497

Puche, A. M. (2008). "El cine como soporte didáctico para explicar la evolución del viaje y la actividad turística". *Universidad de Murcia, Cuadernos*, pág. 145-163.

Valdés Peláez, L., de la Ballina Ballina, F. J., Baños Pino, J. F., Ceniceros González, E., Domínguez Menchero, J. S., Iglesias Argüelles, V., ... Susacha Melijosa, I. (2010). *El Turismo en Asturias 2010* (p. 438). Gijón.

CONFERENCIAS:

Bosch Roig, G. I. (2015). "Rutas de cine, turismo cinematográfico en Mallorca: el caso alemán". *Congreso Internacional de Turismo Cultural: Análisis, diagnóstico y perspectivas de futuro* (en prensa).²⁷

PRENSA ONLINE:

F. Colmenero, R. (2015). Amenábar y Dakota Johnson: 50 sombras de cerveza. *Elmundo.es*.

<http://www.elmundo.es/baleares/2015/05/06/5549fba922601d3e458b4582.html>

Largo, A. (2015). No pagar a "Cloud Atlas" nos dios mala imagen. *Ultimahora.es*. <http://ultimahora.es/noticias/cultura/2015/02/09/144102/pagar-cloud-atlas-nos-dio-mala-imagen.html>

Mora, J. (2015). "Calvià, medio siglo de cine en una ruta turística". *El mundo.com*.

<http://www.elmundo.es/baleares/2015/02/16/54e1bd9822601de0748b4572.html>

Penelas, S. (2013). El efecto "Doctor Mateo" en el turismo. *La Opinión A Coruña*,

²⁷ Quisiera expresar mi agradecimiento a la Dra. Gloria Bosch, por poner a mi disposición los datos ofrecidos antes de su publicación en prensa

Sáenz, H. (2011). Mallorca conquista Hollywood. *Elmundo.com*.

PAGINAS WEB:

Bermejo, M. (2015). Mallorca es el escenario elegido para “It’s Resort” el nuevo reality británico con famosos. <http://www.formulatv.com/noticias/44770/mallorca-escenario-elegido-its-resort-nuevo-reality-britanico-famosos/>

Canalis, X. (2012). Turismo de la Tierra Media. <http://comunidad.hosteltur.com/post/2012-10-16-turismo-de-la-tierra-media>

García, Y. (2014). Cómete a un personaje de “Juego de tronos.” <http://cinemania.es/serie/comete-un-personaje-de-juego-de-tronos/>

Hibberd, J. (2015). “Game of Thrones” mania hits Spain as 86.000 apply for roles. <http://www.ew.com/article/2014/10/23/game-of-thrones-spain-mania>

Llompart Cerdà, M. A. (2012). “Silencio...Cámara... ¡Acción! SE RUEDA EN MALLORCA”. <http://www.best-of-mallorca.com/es/spotlight-on/mallorca-autentica/100-mallorca-on-film>

www.hosteltur.com²⁸

<http://www.filmaffinity.com/es/main.html>

<http://www.balearesfilm.com/>

<http://www.imdb.com/>

²⁸ De este buscador online me han sido especialmente útiles las siguientes noticias:
“Formentera mejora su ocupación turística al calor de la canción del verano” (2009)
“Tenerife: plató de Hollywood con 400 personas, 100 vehículos y 4 tanques” (2012)
“El turismo cinematográfico mueve 40 millones de turistas internacionales” (2013)
“Turismo cinematográfico: 30 casos que han impulsado destinos” (2013)
“El rodaje de juego de tronos genera 12.000 pernотaciones en Sevilla” (2014)
“La comunidad de Madrid apuesta por el turismo cinematográfico” (2014)

7. ANEXOS:

7.1 Anexo 1: Películas rodadas en las Islas Baleares. Fuente: Baleares Film Commission

AÑOS	PELICULAS RODADAS EN LAS ISLAS BALEARES										
1910-1930	<i>La sortija misteriosa o El secreto del anillo (1913) de Films Arte de Roma</i>	<i>La fiesta del pedal (1915) de Veloz Sport Balear</i>	<i>Venganza Isleña (1923) de Manuel Noriega</i>	<i>L'homme des Baleares (1924) de André Hugon</i>	<i>Flor de espino (1925) de Jaime Ferrer</i>	<i>El secreto de la Pedriza (1926) de Francesc Aguiló</i>					
1930-1950	<i>Un marido a precio fijo (1941) de Gonzalo Delgrás</i>	<i>La ley del mar (1949) de Miguel Iglesias</i>	<i>Jack el Negro (1950) de Julien Duvivier y José Antonio Nieves Conde</i>								
1950 - 1960	<i>El correo del rey (1951) de Ricardo Gascón</i>	<i>Manchas de sangre en la luna (1952) de Edward Dein y Luis Marquina</i>	<i>La ley del Mar (1952) de Miguel Iglesias</i>	<i>Tres hombres y un bikini (1953) de Noel Langley</i>	<i>El aventurero (1957) de Ricardo Gascón y Kenneth Hume</i>	<i>Simbad y la princesa (1958) de Nathan Juran</i>					
1960-1970	<i>Bahía de Palma (1962) de Juan Bosch</i>	<i>La mujer de paja (1963) de Basil Dearden</i>	<i>El verdugo (1963) de Luis García Berlanga</i>	<i>La mujer de paja (1964) de Basil Dearden</i>	<i>Trampa bajo el sol (1965) de Gilles Grangier</i>	<i>Playa de Formentor (1965) de Germán Lorente</i>	<i>Angustia Mortal (1968) de Bryan Forbes</i>	<i>El mago (1968) de Guy Green</i>	<i>Un invierno en Mallorca (1969) de Jaime Camino</i>	<i>Al este de Java (1969) de Bernard L. Kowalski</i>	

1970 - 1990	"Fraude (1974) de Orson Wells	El viaje fantástico de Simbad (1974) de Gordon Hessler	¿Quién puede matar a un niño? (1975) de Narciso Ibáñez Serrador	Muerte Bajo el Sol (1982) de Guy Hamilton	Bearn o la casa de las muñecas (1983) de Jaime Chávarri	El último penalti (1984) de Martín Garrido	Tras el Cristal (1985) de Agustí Villaronga	El vent de l'illa (1987) de Gerard Gormezano	El niño de la luna (1989) de Agusti Villaronga					
1990 - 2000	El tiempo de la felicidad (1997) de Manuel Iborra	Bert (1998) de Lluís Casasayas	Diana: a Tribute to the people's princess (1998) de Gabrielle Beaumont	Hornblower (1998) de Andrew Grieve	El celo (1999) de Antoni Aloy	El mar (2000) de Agustí Villaronga	Sword of Honour (2000) de Bill Anderson							
2000-2010	Hornblower: Mutiny (2001) de Andrew Grieve	La isla del Holandés (2001) de Sigfrid Monleón	Lucía y el sexo (2001) de Julio Medem	Blocao (2001) de Pere March Torrandel	El robo más grande jamás contado (2002) de Daniel Monzón	El sueño de Ibiza (2002) de Igor Fioravanti	Volle Maan (2002) de Johans Nijenhuis	Mors Elling (2003) de Eva Isaksen	Mar de Fang (2004) de Agustí Torres y Luis Ortas	Aislados (2005) de David Marqués	la Caja Kovak (2006) de Daniel Monzón	Four last Songs (2007) de Francesca Joseph	Yo (2007) de Rafa Cortés	The damned United (2009) de Tom Hooper
2010-2015	Supercutres (2011) de Ben Palmer	L'Obra d'un Gegant (2011) de Toni Mir	El perfecto desconocido (2011) de Toni Bestard	Jack y su gemela (Jack y Jill) (2011) de Dennis Dugan	Cloud Atlas (2012) de los hermanos Wachowski	La Cueva (2012) de Alfredo Montero	Los Pelayos (2012) de Eduard Cortés	Jappelou p. De padre a hijo (2013) de Christian Duguay	Escuchar el mar (To hear the sea) (2013) de Ekaterina Telegina	Una extraña entre nosotros (2013) de Adam Neutsky-Wulff	Mejor otro día (2014) de Pascal Chaumeil			

7.2. Anexo 2: Entrevista realizada a la Sra. Mireia Covas (Communications Specialist en Illes Balears Film Commission):

1. ¿Cuáles son las funciones encomendadas a la Balears Film Commission?

La Illes Balears Film Commission es una oficina de servicios creada por el Gobierno de las Illes Balears, puesta en funcionamiento en el año 2014 con el objetivo de facilitar a las productoras nacionales e internacionales toda la información que precisen para la realización de rodajes en cualquier lugar del territorio de la comunidad autónoma.

La IBFC ofrece sus servicios sin ánimo de lucro y promociona Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera como localizaciones idóneas para todo tipo de proyectos audiovisuales (cine, TV, publicidad, cortometrajes, documentales o sesiones fotográficas). La sensibilización de las administraciones, de las instituciones y de los particulares sobre las ventajas que la producción audiovisual reporta al conjunto de la comunidad es fundamental, por lo que también trabajamos en ese sentido. La Illes Balears Film Commission está integrada tanto en la red Spain Film Commission como en la European Film Commission Network.

Al ser una oficina sin ánimo de lucro, todos nuestros servicios son gratuitos. A cambio, solo pedimos a las producciones que incluyan nuestro nombre y logo en sus créditos.

Entre nuestros servicios destacamos:

- Ayudar a productoras y profesionales a preparar los rodajes en las Islas Balears ofreciendo la información y el asesoramiento que puedan necesitar.
- Dar a conocer las diferentes localizaciones que ofrecen nuestras islas, ya sean públicas o privadas. Ofrecemos asesoramiento para su búsqueda e informamos de las condiciones de filmación para cada una de ellas. Para ello contaremos con un directorio que podrá consultarse en nuestra web.
- Informar sobre la gestión de permisos para rodar en los diferentes espacios de nuestras islas y colaborar con las productoras para que su obtención sea ágil y sencilla.
- Ofrecer información sobre los profesionales, infraestructuras y empresas del sector audiovisual de nuestras islas. Para ello contaremos con un directorio público
- Apoyar a los profesionales y a las empresas audiovisuales de las Islas Balears.

2. ¿Considera usted que el mundo audiovisual es una buena forma de atraer turistas a las Islas?

Por supuesto. Casos recientes a nivel nacional, como el de *8 apellidos Vascos* o a nivel internacional, como el de *Juego de Tronos*, demuestran que el cine es clave para dar visibilidad a un destino y ponerlo en el foco mediático.

Además del impacto del gasto directo de un rodaje sobre una región, se abren para esa región diferentes vías de enriquecimiento cultural y económico que el sector turístico puede aprovechar. Las rutas turísticas específicas relacionadas con el cine (el caso de *la Isla Mínima* es uno de los más recientes), la presentación del trono de hierro de *Juego de Tronos* como marca sevillana en el último Fitur, etc., son ejemplos muy recientes de cómo pueden llegar a retroalimentarse el mundo audiovisual y el turismo.

3. ¿Cree que actualmente se están tomando las suficientes medidas necesarias para promover el rodaje de películas en Baleares? En caso de respuesta afirmativa, ¿cuáles? / en caso de respuesta negativa ¿por qué? ¿con qué dificultades se encuentran?

Pese a que se están poniendo en marcha buenas medidas (como la misma apertura de esta Film Commission el año pasado), aun queda mucho trabajo que hacer. La entrevista a nuestra coordinadora, Pilar Garcés, publicada recientemente en UH, da muchas de las claves de lo que se ha hecho y de lo que queda por hacer²⁹.

4. ¿Existe algún tipo de beneficio fiscal que favorezca el rodaje en las Islas?

Pese a que existen diferentes ayudas por parte de organismos como el IEB (Institut d'Estudis Baleàrics)³⁰, o ayudas a nivel nacional³¹ de reciente creación, no disponemos de ningún incentivo fiscal al nivel de las Islas Canarias, por ejemplo. Es una de las asignaturas pendientes.

5. ¿Considera que las Islas Baleares son un buen emplazamiento para rodar?

Sin ninguna duda. Tenemos muchos puntos fuertes de los que pocos pueden presumir.

Haciendo un breve resumen, estos serían los puntos principales que convierten nuestras islas en un buenísimo set de rodaje:

- Buena conexión nacional e internacional
- Diversidad de localizaciones

²⁹ Ver <http://ultimahora.es/noticias/cultura/2015/02/09/144102/pagar-cloud-atlas-nos-dio-mala-imagen.html> (última consulta el 23 de febrero de 2015)

³⁰ Ver <https://www.caib.es/seucaib/ca/tramites> (última consulta el 23 de febrero de 2015)

³¹ Para más información visitar: <http://www.boe.es/boe/dias/2014/11/28/pdfs/BOE-A-2014-12328.pdf> (última consulta el 23 de febrero de 2015)

- Ahorro de tiempo y dinero (localizaciones diversas y muy cercanas)
- Gran número de profesionales y empresas muy cualificados
- Infraestructuras y equipamiento (aquí entra material audiovisual + alojamiento + servicios)
- Luz y días de sol
- Concepto de 'trabaja y disfruta': ocio, gastronomía, etc.
- Cosmopolitas, multiculturales, preparados, con idiomas
- Presencia de la Palma Film Office y de la Illes Balears Film Commission para ayudar en lo posible.

6. ¿Se mide el impacto en nº de turistas resultado del rodaje de una película en las islas (por ej. *Lucía y el sexo* en Ibiza / Formentera)?

Esa es otra de las asignaturas pendientes. De momento es muy complicado medir los impactos del cine en cuanto a economía y turismo porque la recopilación de datos es escasa y sesgada. Actualmente estamos intentando solventar esta falta de datos poniendo en marcha un registro de rodajes, que es la herramienta básica para desarrollar estudios posteriores.

Uno de los primeros estudios fiables y serios sobre este tema se está desarrollando en UK³².

7. ¿Cuál cree que debería ser la estrategia actual para promover el rodaje de películas en las Islas?

El apoyo institucional es básico, y por eso es tan buena noticia la creación de la Illes Balears Film Commission. Ese es un primer paso, al que deben seguirle otros: la creación de herramientas que faciliten la comunicación internacional (la creación de nuestra nueva web va en esa dirección), la dotación de un presupuesto adecuado y por supuesto, el estudio y planteamiento serios de la implantación de un incentivo fiscal que nos permita competir con otras comunidades y países.

El apoyo del sector audiovisual para lograr estas metas es fundamental. Por eso la Film Commission debe servir de puente entre productoras, televisiones, instituciones, etc., para remar todos en la misma dirección.

8. ¿Qué influye más a la hora de atraer un turista: una película, una serie o un spot publicitario? ¿Por qué?

Es difícil responder a esta pregunta debido a la falta de estudios rigurosos sobre el tema. A primera vista, la publicidad es la que menos turismo

³² Para más información de este programa europeo a fin de aprovechar las oportunidades económicas y culturales del cine y el turismo, visitar: <http://www.euroscreen.org.uk/?p=2412> (última consulta el 23 de febrero de 2015)

atrae (aunque genera muchos ingresos directos), ya que es difícil para un espectador averiguar las localizaciones de un spot, o incluso interesarse por él de la misma forma en que lo hace por una serie o una película.

Entre series y cine, es difícil. Depende del éxito y del alcance de la serie o la película en particular.

9. ¿Existe actualmente algún “Movie map” en las islas?

Actualmente se están empezando a desarrollar proyectos en esa dirección. El más reciente y llamativo es el de Calvià, que se desarrolla con nuestra ayuda³³.

10. ¿Cree que algún día Mallorca podría vivir un caso como el de Nueva Zelanda y "El señor de los anillos"?

Nuestras islas tienen cualidades más que suficientes para experimentar algo así, pero queda mucho trabajo por delante. Necesitamos dar visibilidad a todas esas ventajas que supone rodar aquí, así como trabajar sobre aquellos puntos débiles que tenemos. Hay que tener en cuenta que el camino es largo, y los resultados a corto plazo no existen en este campo, así que es importante darle continuidad al trabajo y trabajar hacia los mismos objetivos desde todas las instituciones del sector audiovisual.

Es importante fijarse objetivos acorde con las capacidades reales. Ahora mismo es aconsejable pensar en proyectos más pequeños a nivel de presupuesto con la cabeza puesta en que esos proyectos vayan creciendo de la mano de nuestras capacidades.

³³ Ver <http://www.elmundo.es/baleares/2015/02/16/54e1bd9822601de0748b4572.html> (última consulta el 23 de febrero de 2015)