

Los programas y series de televisión sobre Baleares y el turismo cultural

RAFEL PUIGSERVER POU

*Doctor en Humanitats i Ciències Socials
Universitat de les Illes Balears*

ÁNGELES DURÁN MAÑES

*Doctora en Comunicación Empresarial e Institucional
Centro de Enseñanza Superior
Alberta Giménez-Universidad Pontificia de Comillas*

MANUEL AGUILERA POVEDANO

*Doctor en Periodismo Centro de Enseñanza Superior
Alberta Giménez- Universidad Pontificia de Comillas*

Resumen

A lo largo de los últimos años las Islas Baleares han sido escenarios de diferentes programas y series de televisión y que de alguna manera han contribuido a la promoción turística. A partir de experiencias de otros lugares, ésta podría ser una buena vía de negocio para la promoción cultural de nuestras islas.

Palabras clave: sector audiovisual, turismo, promoción turística, ficción televisiva, movie maps, documentales, docushow

Abstract

Over recent years the Balearic Islands has been the scenery of various programs and TV series that have in some way contributed to promoting tourism. Based on experiences from elsewhere, this could be a good way of business for cultural promotion of our islands.

Keywords: Audiovisual sector, tourism, touristic promotion, TV fiction, movie maps, documentaries, docushow

Introducción

Hoy en día hay pocas dudas que, además de las impresiones de familiares y amigos que han regresado de un destino turístico, la mejor promoción turística es la audiovisual y esto permite atraer

muchos turistas que se pueden ver fascinados por lo que ven en la pequeña o en la gran pantalla.

Es un hecho indudable que nuestros abuelos aprendieron cómo es el mundo en libros. Pero hoy la mayor parte de nuestra experiencia de cómo es el mundo proviene de los medios de comunicación diarios, revistas, radio, pero sobre todo cine y televisión, que se han convertido en nuestra ventana al mundo.

Además del cine, del que ya habrá o ha habido otra ponencia en este congreso, yo me centraré más en el mundo de la televisión, la que permite explotar el filón turístico si el contenido del programa es atrayente. Claro que apareció en una ficción dará más notoriedad en los lugares elegidos.

Buena prueba de ello es el movimiento de personas y de capitales que mueven las grandes producciones televisivas. El auge de las series, tanto internacionales como nacionales, ha provocado el aumento de un tipo de turista que, aunque ya existía antes, ha cobrado mayor importancia, al menos cuantitativa, en los últimos tiempos. Se trata de un turismo la motivación principal es la visita a un destino visto previamente en una película o, cada vez con más frecuencia, en una serie de televisión.

La repercusión turística de series y programas de éxito no es una novedad, aunque sí su calado y, sobre todo, su aprovechamiento como vehículo de promoción por parte de los responsables turísticos del destino.

El impacto que los productos audiovisuales crean en el espectador ha sido estudiado a lo largo del tiempo por numerosos autores. Las conclusiones a las que han llegado diferentes autores es que desde que las series audiovisuales existen, el espectador se relaciona emocionalmente con ellas y aparecen una serie de sensaciones, entre las cuales los vínculos y la identificación con los personajes de las mismas se convierten en la emoción más destacada³⁰⁴.

A su vez, la imagen turística de un destino se basa en las percepciones o la realidad que el turista experimenta o percibe del mismo³⁰⁵. Por ello, un turista que a la vez sea espectador, a través de las series pero también de largometrajes, tenderá a visitar las localizaciones vinculadas con los productos audiovisuales por los que se siente atraído, ya que este llega a crear fuertes vinculaciones no solo con los personajes, sino también con la trama y los escenarios de los mismos.

Existen por tanto destinos turísticos que son objeto de visita tras su vinculación a una serie de ficción: las localizaciones de los rodajes, los lugares donde se desarrolla la trama, las ciudades donde se sitúan grandes estudios de televisión, las poblaciones ligadas a la vida de actores, productores, guionistas o directores y en menor medida, los museos y otros recursos³⁰⁶.

Así pues el cine pero sobre todo las series audiovisuales brindan la oportunidad de viajar a otros escenarios y observar otras realidades.

³⁰⁴ J. J. Igartua y D. Páez. Validez y fiabilidad de una escala de empatía e identificación con los personajes. *Psicohema*, 10(2), 1998. 423–436.

³⁰⁵ W. C. Gartner: Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2 (2–3), 1993, 191–215.

³⁰⁶ N. Araújo Vila y J. A. Fráiz Brea: Las series audiovisuales como herramienta promocional de un destino turístico: el caso de España. Madrid. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 19 (2013) 8–15

Tanto el turismo como las series de ficción requieren de un cierto dinamismo y el sector audiovisual y turístico comparten la necesidad de satisfacer y de ocupar el tiempo de ocio, se encuentran inmersos en la actual economía de experiencias, por lo que una posible cooperación entre ambos sectores es un hecho esperable y probablemente sustancioso para los dos sectores.

Aunque ha habido alguna experiencia en España durante los años ochenta y noventa, como las referencias a series de éxito de TVE como *Curro Jiménez* o *Verano Azul*, no sería hasta entrado ya el siglo XXI que han emergido sinergias entre el sector cinematográfico (aunque en años recientes como veremos también entre el sector televisivo) y el sector turístico, buscando la promoción conjunta a través del fenómeno denominado *movie tourism* o «turismo inducido por el cine»³⁰⁷.

Actualmente las sinergias entre el sector turístico y el sector audiovisual, especialmente en lo que se refiere a las series de ficción, empiezan a hacerse realidad mediante estrategias comunicativas rentables o la creación de productos turísticos vinculados a series (*movie maps* o rutas turísticas específicas de series de ficción). Estas sinergias se impulsan mutuamente con lo que se conoce como *cross media* o narraciones infinitas, entendido como «la integración de múltiples medios para contar un relato de manera continua»³⁰⁸ aunque en España esta es una vía pendiente de explotar aunque existen algunos ejemplos.

A mediados de los 90 la teleserie *Sitges*, de TV3, cumplió su misión de dinamizadora de la ciudad y desde 2008 cuenta con Sitges Film Office para promocionar el destino como plató natural, para series, películas y anuncios. El resultado han sido 368 rodajes y sesiones fotográficas que han generado un importante impacto económico, no solo por el movimiento que acompaña las grabaciones de estas producciones sino también por los efectos que la emisión de esas producciones tienen en los visitantes posteriores.

En el caso del pueblo asturiano de Lastres en la serie de Antena 3 *Doctor Mateo*³⁰⁹, después de dos años de emisión de la serie en diferentes temporadas, la población costera vivió un aumento del turismo de más del 60%, además de servir como impulso de los negocios locales. Para los más curiosos se crearon rutas turísticas que recogían los lugares emblemáticos de la ficción. Aunque como es lógico su efecto se redujo cuando la serie dejó de emitirse³¹⁰. Otra serie que ha dado lugar a una ruta relacionada con ella es *Gran Reserva*³¹¹, con un recorrido que lleva a los viajeros por los escenarios reales de la ficción de TVE, visitando los paisajes y bodegas en que se inspira el imaginario pueblo de Lasiesta. En este sentido, el pasado año se comercializaba una ruta que, por 35 euros, permitía conocer estos recursos turísticos, aunque su elevado precio le restó popularidad^{312 313}.

En otros, las localidades o edificios en los que tienen lugar estas historias por capítulos ven como el flujo de visitantes aumenta gracias a su aparición en el medio catódico, como es el caso

³⁰⁷ C. Rosado y P. Querol. *Cine y turismo. Una nueva estrategia de promoción*. Madrid: Junta de Andalucía Film Commission / Ocho y Medio, 2006, p. 29

³⁰⁸ P.A. Hellín y P. S. Martínez: Marca turística y movie maps. Identidad, cine y publicidad como producto De consumo. *Revista Signos de Consumo*, (2), 1-18.

³⁰⁹ <http://www.turismoenllanes.com/ruta-del-doctor-mateo-san-martin-sella-lastres/> 19/02/2015, 16:52

³¹⁰ <http://www.lne.es/oriente/2012/10/09/efecto-doctor-mateo-apaga-lastres-registra-mitad-visitas-2011/1309282.html>, 19/02/2015, 16:55.

³¹¹ Más información en www.rutagranreserva.es

³¹² Más información sobre éste y otros itinerarios en www.lariojaturismo.com.

³¹³ Ver: http://www.hosteltur.com/147810_promocion-turistica-series-television-estrategia-exito.html, 13/03/2015, 18:51
http://cultura.elpais.com/cultura/2014/08/15/television/1408121395_458848.html 19/02/2015, 16:35.

del Palacio de la Magdalena en Santander con la serie *Gran Hotel*. A raíz de su emisión, subieron un 73 % las visitas al Palacio de la Magdalena de Santander, en cuyos exteriores se grababa parte de la acción³¹⁴. Otro destino especialmente atractivo es la Alhambra en Granada con la serie de TVE *Isabel*, que gracias a la promoción de la serie ha trabajado para aumentar sus visitantes en temporada baja cuando se reduce la llegada de turistas³¹⁵.

Un buen ejemplo de sinergia es la serie *El Chiringuito de Pepe*. Para la ficción emitida por Telecinco, y que ha conseguido buenos datos de audiencia en el prime time de los lunes, la Diputación de Castellón y la productora 100 Balas firmaron un contrato de patrocinio por el que esta ciudad invertiría 71.390 euros en la nueva ficción en fue grabada en Peñíscola. Dado el éxito de la serie protagonizada por Santi Millán y Jesús Bonilla, la diputación calcula un retorno de la inversión realizada multiplicado por 36. Un acuerdo muy rentable que actuó como revitalizador de la localidad en temporada baja y que espera atraer turistas llamados por la aparición de Peñíscola en la televisión en horario de máxima audiencia³¹⁶. Por de pronto también se ofrecen rutas relacionadas con la serie³¹⁷.

En el momento de cerrar los trabajos de este congreso, todavía no tenemos datos sobre la promoción de Sevilla respecto a la grabación de parte de la quinta temporada de *Juego de tronos*, pero nos aventuramos a pronosticar que para muchos fans de la serie, la ciudad hispalense figura como uno de sus destinos a visitar³¹⁸.

En el caso de las Islas Baleares son varios los ejemplos que nos hemos encontrado de productos de ficción televisiva aunque lamentablemente no todos ellos se han utilizado correctamente o podrían utilizar para la promoción turística, motivados por ser programas de baja audiencia o no haber sabido aprovechar en su momento su promoción turística.

Las series de ficción rodadas en las Islas Baleares

A continuación encontrará algunos ejemplos de series de ficción televisiva.

Al salir de clase (1997-2002)³¹⁹

Al salir de clase fue una serie de televisión juvenil española emitida en Telecinco entre 1997 y 2002. La trama se situaba en el instituto 7 Robles (en algún lugar de Madrid), donde un grupo muy numeroso de adolescentes de todo tipo se relacionan, salen de fiesta, se enamoran... La serie no tenía ningún objetivo concreto ni se preveía un final. El argumento cambió muchas veces y hubo cambios inesperados, con muertes inesperadas, algún encarcelamiento y otras excusas para sacar actores de la serie.

³¹⁴ <http://www.eldiariomontanes.es/v/20130120/santander/destacados/visitas-palacio-magdalena-suben-20130120.html>, 19/02/2015, 16:54.

³¹⁵ <http://www.feelthecitytours.com/free-tour-granada/conocer-granada-isabel/>, 19/02/2015, 16:57.

³¹⁶ <http://www.formulatv.com/noticias/38483/diputacion-castellon-recauda-gracias-a-chiringuito-de-pepe/>, 19/02/2015, 16:50.

³¹⁷ <http://rutas.excite.es/donde-se-rueda-el-chiringuito-de-pepe.html>, 15/03/2015, 20:28.

³¹⁸ http://cultura.elpais.com/cultura/2014/07/02/television/1404297010_659627.html 19/02/2015, 16:45.

³¹⁹ Temporada completa en: www.mitele.es/series-online/al-salir-de-clase/

A partir de la temporada 4, las vacaciones de estos adolescentes tenían lugar en Mallorca, por lo que era común mostrar paisajes de la isla para reflejar esta realidad. Sin embargo, la capacidad de promoción de la isla como destino cultural era reducida. *Al salir de clase* terminó en 2002 después de 1.199 capítulos.

El escaso paisaje y referencias específicos a lugares de la isla, hacían poco viable su utilización turística.

***Cuéntame cómo pasó (2003)*³²⁰**

La serie de TVE *Cuéntame cómo pasó* protagonizada por Imanol Arias y Ana Duato realizó una grabación de parte del capítulo 65 de la cuarta temporada de la serie (Paraisos y Purgatorios) en la Isla de Ibiza. Aunque se muestre la Ibiza de los años sesenta, se vieron buenas imágenes del paisaje ibicenco para ilustrar el pasado hippie de la isla a través de los ojos de la hija de los Alcántara, quien recibe la visita de sus padres que vienen a buscarla.

Tuvo una cierta repercusión en las Islas, pero no se trabajó para la promoción de la Isla. Valga comentar que en este capítulo se ofrece una de las visiones más objetivas sobre los hippies en Ibiza aparecidas en televisiva.

***Diez en Ibiza (2004)*³²¹**

Serie de una sola temporada emitida por TVE en la primavera y verano de 2004 en que dos matrimonios de clase media, tras un golpe de suerte, consiguen el dinero suficiente para cumplir el sueño de su vida: Pasar un año sabático en un velero en aguas de la isla de Ibiza. Por ello deciden trasladarse con sus respectivos hijos, aunque la convivencia de las dos familias se mostrará más complicada de lo previsto inicialmente.

Su escaso éxito dificultó su posible aprovechamiento para la promoción turística.

Segunda oportunidad (2009)

Serie de Telecinco de 2009 rodada a medias entre Mallorca y Madrid que fue cancelada y donde la promoción de la isla era mínima.

Mad Dogs (2011-2013)

Serie de televisión británica que se grababa parcialmente en Mallorca. En emisión desde 2011 por Sky1. En 2010 se estableció un acuerdo por valor de 150.000 euros entre la productora de la serie y la Fundación Mallorca Turismo, para poder incluir localizaciones de Mallorca en la serie³²² para luego crear una especie de movie map, pero la idea parece que no cuajó.

En total fueron 14 capítulos. Se trata de un serie de humor negro de cuatro temporadas, la cual concluyó en 2013.

³²⁰ Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/cuentame-como-paso/cuentame-como-paso-t4-capitulo-65/720346/>

³²¹ <http://www.formulatv.com/series/diez-en-ibiza/>

³²² <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/01/28/baleares/1296240221.html>, 22/01/15, 14:57

Loving Ibiza (Verliefd op Ibiza) 2013

Una finca ibicenca que conserva su esencia tradicional y los olivos que presentan una montaña de un vivo verde en Jesús. Este fue el escenario que acogió el rodaje de la serie televisiva holandesa *Verliefd op Ibiza (Loving Ibiza)*. Como el éxito de taquilla de la película con el mismo nombre que consiguió más de 500.000 espectadores en Holanda, la serie basada en ella también se grabó íntegramente en la isla. El argumento de la serie se basa en las vidas cruzadas de varios personajes que protagonizan aventuras de corte romántico y cómico pensadas para todas las edades. Los dos escenarios base fueron una finca a Jesús y la playa de S'Estanyol. Durante los dos meses y medio que durará el rodaje de la serie, en estas dos localizaciones se rodó dos días a la semana.

Con el estreno de la película las reservas de visitantes de los Países Bajos aumentaron un 25 % lo que hace pensar que la emisión de la serie también contribuyó a ello³²³.

Polseres vermelles (2011-2013)

Polseres vermelles es una serie de televisión dirigida por Pau Freixas y creada por Albert Espinosa que cuenta la historia de un grupo de chicos que coinciden en un hospital a causa de sus enfermedades y habla de la amistad, las ganas de vivir y la afán de superación. El estreno de la segunda temporada en TV3 consiguió un récord histórico de 842.000 espectadores.

Además del éxito que la primera parte de Pulseras conseguir en Cataluña en 2011, esta producción de TV3 con la colaboración de Filmax ya se ha podido ver en Antena 3 y Neox, donde también provocaron una avalancha de fans, a la mexicana TV Azteca y en la estadounidense VME.

Los dos últimos capítulos de la segunda temporada fueron registrados en Mallorca donde se mostraban imágenes de playas y de paisaje mallorquín³²⁴.

Los programas de televisión hechos en las Islas Baleares

Igualmente para la promoción turística son importantes los programas de televisión que se registran o se hacen en directo desde las Islas Baleares.

Desde aquel *Desde Palma con amor*³²⁵, aquel programa de televisión que una joven Telecinco hizo desde la Bahía de Palma los veranos de 1991 y 1993, este año último con el título *Queridos padres*. Con un equipo técnico de 125 personas (con todo lo que supone de hoteles y movimiento económico) y un montante económico de 300 millones de pesetas por temporada, parte de los cuales se gastaron en la isla³²⁶. Otros ejemplos de programas de televisión relacionados con las Islas son:

³²³ <http://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2013/03/07/loving-ibiza-dinamiza-mercado-holandes-ibiza/607893.html>, 15/03/2015, 22:37.

³²⁴ Disponibles en <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/Polseres-vermelles/Polseres-vermelles-capitol-27/video/4530551/> <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/Polseres-vermelles/Polseres-vermelles-capitol-28/video/4538951/>

³²⁵ <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1991/07/14/131.html>, 15/03/2015, 22:46

³²⁶ <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1992/07/05/139.html>, 15/03/2015, 22:54

Wetten Das? (Qué apostamos) (2007- 2013)

El prestigioso programa Alemán *etten, dass ...?* de la televisión pública alemana ZDF celebraba desde el año 2007 una edición de su programa desde la plaza de Toros de Palma, con el patrocinio de la empresa Air Berlin.

La emisión de este programa con un fuerte impacto de audiencia, superior a los 15 millones de espectadores y la llegada de un buen número de turistas que consiguen vender paquetes turísticos relacionados con el evento que incluyen vuelo, estancia en un hotel, traslados y entrada al espectáculo, por unos precios de unos 500 euros³²⁷.

Este es quizás el mejor ejemplo de cómo gracias a un buen programa de televisión, con visión y voluntad, es posible hacer una gran campaña de promoción turística que tenía una repercusión directa en el turismo en la isla de Mallorca.

My MTV Balearic Islands (2011)

Según la descripción del programa: «Esta es tu oportunidad de ganar un viaje VIP de toda una vida para ti y tus compañeros al estilo de MTV! El gran atractivo de unas vacaciones en las Islas Baleares es que cada isla tiene una gran variedad de lugares y centros que será de interés para todos»

MTV dió la oportunidad de ganar un viaje VIP para ti y 7 compañeros en una villa de lujo (en realidad una posesión o una casa señorial restaurada) en Mallorca cortesía de www.prestigevillas.com! (En Lloret de Vista Alegre). Durante sus vacaciones, los participantes tuvieron la oportunidad de participar en una amplia gama de deportes acuáticos, paseos en bicicleta, paseos por la Serra de Tramuntana, la visita a la finca pública de Son Real, visita a tiendas de ropa de marca pero también mercados, diferentes gastronomía, un viaje en globo de aire caliente más una noche VIP en la fiesta de clausura Mallorca Rocks al final de la temporada!

En el caso de Ibiza se mostró gastronomía, playas y comidas a orillas del mar. Ninguna referencia a las discotecas. En Formentera, se muestra el turismo de sol y playa con gastronomía y deportes acuáticos. La Isla de Menorca no participó.

Y todo ello grabado por una cámara de televisión.

Parece ser que el programa contó con la ayuda de las Administraciones y pueden localizarse perfiles de Pinterest, y videos con fragmentos del programa del youtube³²⁸ en los perfiles oficiales de las instituciones insulares dedicadas al turismo.

Vacation, vacation, vacation (2011)

El nuevo programa de la televisión británica de la cadena 'Channel 4 llamado *Vacation, vacation, vacation*, y dirigido por Kirsty Allsopp y Phil Spencer, pretendía asesorar a los espectadores sobre cómo sacar el máximo partido de sus vacaciones ya que la pareja visita una amplia gama de destinos pero con muy diferentes presupuestos.

³²⁷ http://www.indisa.es/frontend/indisa/noticia.php?id_noticia=2752, 15/03/2015, 22:56

³²⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=YTqR03-0zGk>

Ibiza fue el primer destino elegido por el programa *Vacation, vacation, vacation*, que logró impresionar a miles de espectadores y dispararon las reservas de vuelos. El programa se grabó en colaboración con la Fundación de Turismo de Ibiza.

El primer programa se emitió por primera vez la noche del miércoles 30 de marzo de 2011 y se centraba en los placeres de unas vacaciones en Ibiza. El buscador de vuelos, Skyscanner.es comprobó que 24 horas después de su emisión, la búsqueda de vuelos a Ibiza aumentó en un 30%³²⁹.

Spain on the road Again (2008)³³⁰

Spain ... on the road Again es una serie de televisión estadounidense que describe la cocina española de diversas regiones, es una serie producida por PBS, la televisión pública estadounidense. Muchas de las características culinarias van acompañadas e introducidas por Chef Mario Batali, la actriz Gwyneth Paltrow, el escritor culinario del New York Times Mark Bittman, y en algunas ocasiones la actriz española Claudia Bassols.

Cada uno de los capítulos cubre diferentes regiones de España y sus costumbres culinarias vistas desde un extranjero. Antes de salir a la luz los primeros capítulos en PBS (la semana del 20 de septiembre, 2008), Paltrow y Batali promocionaron su tour y la serie en Oprah. En España se emitió por primera vez en la cadena de pago Viajar, y más tarde en el canal en abierto Nova. El programa también se ha emitido en el canal Good Food de la plataforma UKTV.

Contó con el patrocinio de Freixenet, la cadena de restaurantes mexicanos Chipotle, la empresa de aceite de oliva estadounidense pompeyanos y el diario The New York Times, y el patrocinio institucional de Turespaña.

El capítulo número 11 (Island Hopping) estaba destinado a las Islas Baleares, de las que se decía: «El Islas Baleares (Mallorca, Menorca, Cabrera, Formentera y Ibiza) forman un archipiélago en el oeste del Mar Mediterráneo. Mallorca, la isla más grande, es conocida por sus famosos ciudadanos literarios y musicales. No es de extrañar que la isla atraiga a ciudadanos de creación artística, ya que es difícil no sentirse inspirado por la belleza física de la zona. Entre las puestas de sol fascinante, el aroma de flores de los naranjos y las brisas perfectas fuera de las aguas más azules, las Islas Baleares fomentan la energía viva y pensamiento feliz.

En Mallorca, en una parrilla junto al mar, Mario comentó: “todo lo que crece aquí parece bendito.” En Menorca, en un barco de la langosta, Mario y Claudia pasaron el día con dos pescadores las risas y espíritu generoso que ilustran perfectamente el característico optimismo de los hombres y mujeres de Baleares.

Se trata de un buen programa de televisión que al emitirse por el canal PBS en los Estados Unidos puede servir de buena promoción, sobre todo si consideramos que en los últimos años, hay mucho interés en la cocina española. Sin embargo, la audiencia del canal en los EEUU es casi residual o su impacto nos tememos que fue escaso.

³²⁹ <http://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2011/04/04/programa-britanico-crecer-busqueda-vuelos-ibiza/473493.html>

³³⁰ Más información en <http://www.spainontheroadagain.com/>

Un país para comérselo (2011-2014)

En la segunda temporada un capítulo fue dedicado en Mallorca. Imanol Arias y Juan Echanove, con la ayuda de Tonino buscan la esencia mediterránea de una isla que disfruta de la vida, de sus paisajes y su gastronomía. Se presenta una Mallorca que se apresta a buscar su propia imagen a través de productos recuperados, como el pan moreno que recuerda los panes antiguos y tradicionales que elaboraban. También hablan de los tomates de ramillete, de la recuperación del cerdo negro mallorquín y la sobrasada. También hablan de la ensaimada, del aceite de oliva o las naranjas de Sóller o una caldereta hecha a la orilla del mar en Pollença.

En cuanto a otros elementos culturales, se muestran imágenes de la Sierra de la Tramontana, un viaje en el tren de Sóller, famoso por no haber modificado ni su aspecto ni su recorrido en un siglo, y también llega a un taller que continúa con la tradición de elaborar vidrio soplando.

Mallorca muestra un gran interés en el legado artístico que vemos en sus patios góticos y la Catedral de Palma de Mallorca, visto por los ojos de dos matemáticos que explican las curiosidades de este edificio y en especial sobre el efecto óptico de su rosetón, que en ocasiones especiales proyecta un número 8 perfecto³³¹.

En la tercera temporada con Ana Duato como presentadora, se muestra Menorca es una isla con un espíritu dividido entre el mar y el campo, donde actividades como la fabricación del queso y el cuidado del ganado todavía están muy arraigadas en la economía local. A veces isla de la calma y otros, del viento, Menorca sigue manteniendo un espíritu misterioso que ejerce una atracción especial.

Mientras se acerca a la naveta des Tudons, la construcción más antigua de Europa, Anna comienza a descubrir Menorca entre encinas y acebuches, a lomos de un caballo mientras su guía le explica porque estos animales son tan bellos, queridos y necesarios para los habitantes de la isla. También se muestra la huella de los británicos en el paisaje, la arquitectura y la gastronomía de la isla: la producción de ginebra es uno de sus legados así como el queso de Mahón. Se muestra también la pesca de las ortigas de mar, por luego ir a prepararlas: también cocina y después cena una tradicional caldereta, después de haber pescado la langosta, utilizando la técnica de asas. También se muestra cómo se hace un pudín de pan y pasas³³².

La emisión del programa en el late night de la televisión pública dificulta que tenga audiencias mayoritarias, pero puede contribuir a promocionar el turismo gastronómico a nivel nacional.

España a ras de cielo (2013)

Programa de Televisión Española encargado de mostrar diferentes partes de España. En las Islas Baleares se dedicó dos apartados en dos episodios. En el titulado «Tú en Mallorca y yo en Benidorm» se hace una comparación entre los dos modelos turísticos. De Mallorca

³³¹ <http://www.rtve.es/alacarta/videos/un-pais-para-comerselo/pais-para-comerselo-mallorca-tus-atardeceres-rojos/1204860/>

³³² <http://www.rtve.es/alacarta/videos/un-pais-para-comerselo/pais-para-comerselo-menorca-huerto-mar/2015547/>

dice que reciben más de 10 millones de turistas año, y que se ha convertido en un centro turístico de lujo con una importante presencia de celebridades. Se hace una vista aérea de las mansiones. También habla de su aeropuerto y del turismo de cruceros³³³.

En el otro programa dedicado la España de la noche que comienza con una espectacular puesta de sol retransmitida desde el mirador de Sa Foradada (Mallorca) El programa dedicado al ocio nocturno se ven imágenes de las discotecas Pacha y Space de Ibiza³³⁴.

Al contrario que con otros programas, este se emitió en horario de máxima audiencia y puede llegar a un mayor público.

3. Los documentales y los docushows rodados en Baleares

Aunque las series de ficción y programas de televisión pueden ser un buen escaparate turístico, en la televisión no todos los programas son adecuados para la promoción del turismo. El formato más idóneo para lograrlo es el Documental, porque es un formato que permite contar una historia redonda, completa, y compleja, que abarca todas las facetas de la realidad, a través de una historia que nos va llevando de la mano para conocer una realidad.

Porque el documental es siempre una indagación sobre la realidad y el espectador percibe lo que le muestra como algo auténticamente verídico, aunque en algunos casos puede que no lo sean del todo. El Documental, a diferencia de otros géneros televisivos es un espacio de larga vida, que no sólo permite, sino que normalmente agradece la reemisión.

Otra de las virtudes del documental es su aptitud para ser emitido en todo tipo de Canales, tanto canales generalistas, como temáticos, regionales, internacionales, por cable o por satélite. Además como todos los programas de viajes tienen una gran salida internacional. Se vende con facilidad a otras televisiones.

Buena muestra del papel promotor los documentales, sobre todo en cuanto a las Islas Baleares son los que han hecho TVE y también destacaremos uno de IB3.

Los pueblos (1993-2001)

Serie documental de TVE que recorre la geografía de España con el objetivo de dar a conocer la historia y los parajes más atractivos del país. Esta producción comenzó en 1993, mostrando numerosos pueblos especialmente destacados por sus paisajes y su interés turístico. En diciembre de 2000 emitió un capítulo de 30 minutos dedicados a Ibiza³³⁵.

Un país en la mochila (1995-2000)

En cada programa el presentador y director Jose Antonio Labordeta recorría una zona rural de España para mostrar a los televidentes la realidad cotidiana de sus habitantes, tanto desde un

³³³ <http://www.rtve.es/television/20130923/francis-lorenzo-sobrevuela-benidorm-mallorca-dos-costas-mas-se-han-transformado-ultimos-anos/749841.shtml>

³³⁴ <http://www.rtve.es/television/20131004/francis-recorre-espana-noche/758522.shtml>

³³⁵ <http://www.rtve.es/alicarta/videos/los-pueblos/pueblos-ibiza/711522/>

punto de vista cultural, como económico y social, entrevistando y charlando con ellos. El espacio se acompaña por las propias reflexiones de Labordeta sobre los lugares visitados

Durante la primera temporada se dedicó un capítulo en Mallorca: de la Tramontana al Pla³³⁶ y en la segunda temporada en dedicó uno en Menorca³³⁷.

Baleares, un viaje en el tiempo (2013)

Serie documental de 13 capítulos de 30 minutos encargada por la televisión pública en la que se muestran a través de imágenes antiguas y también de especialistas las figuras de Walter Benjamin, George Bernanos, Robert Graves, Jovellanos o la utopía de Ibiza y la Menorca británica, entre otros³³⁸.

Ciudades para el siglo XXI (2010)

Serie documental con visitas a las principales ciudades españolas y que en diferentes capítulos han tenido las Islas Baleares como protagonistas y que según las descripciones de programas destacan las bondades patrimoniales, culturales e históricas de nuestras Islas.

- *Menorca, ciudad de la tranquilidad*³³⁹: Programa documental sobre la isla de Menorca (Islas Baleares), en el que se habla de su historia, sus playas y calas, y su patrimonio histórico, cultural y medioambiental. El documental se centra principalmente en las ciudades de Maó y Ciutadella.
- *Ibiza - Formentera, sueño, realidad y pinos*³⁴⁰: comienza rememorando la fiesta que se celebra todos los dos de agosto: bailes tradiciones, artesanías de toda la vida, fuegos artificiales, para una isla que siempre parece en fiestas: desde el mundo hippy que pervive en el mercado de las dalias, hasta una vida que se dispersa desde Dalt Vila en todas las localidades que curiosamente, tienen nombre de santos: San Carlos, Santa Eulalia, San Antonio, etc. Quizás contemplando el atardecer en el Café del Mar con fondo de música *chillout*, se abre la gran noche de Ibiza: macrodiscotecas hasta la madrugada.
- Formentera es sobre todo naturaleza: higueras centenarias, lagartijas endémicas, faros románticos y playas de aguas cristalinas sufragadas por la Posidonia, planta responsable de la oxigenación de sus aguas y protegida por la Unesco.
- - *Palma de Mallorca, ciudad en azul*³⁴¹: Palma de Mallorca es solo, pero sobre todo mar y cielo. “Es Baluard” (una modernísima sala de arte edificada sobre un baluarte), en el Palau March y el Museo March revelan una ciudad amada por pintores y coleccionistas. Refugio de Joan Miró, Camilo José Cela y otros. Palma es una ciudad descentralizada el germen está en su reposado casco histórico y su excelente colección de patios

³³⁶ <http://www.rtve.es/alcarta/videos/un-pais-en-la-mochila/pais-mochila-tramuntana-pla/458453/>

³³⁷ <http://www.rtve.es/alcarta/videos/un-pais-en-la-mochila/pais-mochila-menorca/484051/>

³³⁸ <http://www.rtve.es/alcarta/videos/baleares-un-viaje-en-el-tiempo/>

³³⁹ <http://www.rtve.es/alcarta/videos/ciudades-para-el-siglo-xxi/ciudades-para-siglo-xxi-menorca-ciudad-tranquilidad/670643/>

³⁴⁰ <http://www.rtve.es/alcarta/videos/ciudades-para-el-siglo-xxi/ciudades-para-siglo-xxi-ibiza-formentera-sueno-realidad-pinos/644324/>

³⁴¹ <http://www.rtve.es/alcarta/videos/ciudades-para-el-siglo-xxi/ciudades-para-siglo-xxi-palma-mallorca-ciudad-azul/742108/>

señoriales, pero su moderno Campus, y el de Parc Bit (parque tecnológico diseñado por Richard Rogers) se mezcla con el gótico esbelto de la catedral y la Lonja, además del original castillo circular de Bellver. También hace una muestra de atracciones y que los guionistas definen como alrededores sugerentes: tren en Sóller, paseo por Valldemossa, remos a las cuevas del Drach, zambullidas en sus calas transparentes. En Palma vive la mitad de la población de Mallorca y la ciudad irradia una intensa vida internacional

Su continua redifusión por la 2 de TVE a buen seguro puede contribuir a la promoción turística, sobre todo des del ámbito del turismo cultural.

Al filo de lo imposible (1982 -...)

A lo largo de su larga trayectoria el programa Al filo de lo imposible de TVE ha mostrado diferentes visitas relacionadas con el deporte y la aventura que se pueden hacer en las Islas Baleares. En la última temporada en emisión ha mostrado las cuevas del Drach y algunas actividades de deportes de aventura³⁴².

La Vida Dolça (2014)³⁴³

La vida dolça es un documental que repasa la vida del panadero Miquel Pujol, conocido popularmente como «Miquel d'és forn de sa Pelleteria», el cual se hizo popular dentro y fuera de Mallorca por sus excelentes ensaimadas de las que elaboraba más de 30 variedades entre dulces y saladas, pero especialmente por sus famosos 'cremadillos', considerados los mejores de Mallorca.

Miquel Pujol bajó la persiana del Horno de su Peletería el 30 de junio de 2012 con una gran fiesta a la que asistieron muchos de sus amigos. Y con ello se cerraba un establecimiento centenario, un símbolo para el barrio, para Palma y toda Mallorca. Ubicado en el casco antiguo de la ciudad, era uno de los últimos comercios tradicionales supervivientes en una barriada antes viva y tejida de un entramado comercial.

Con más de 49 años de trabajo, se dedicó toda la vida, en cuerpo y alma, a repartir alegría y crear instantes de felicidad a través de sus dulces. Cientos de turistas y vecinos han disfrutado de sus golosinas, e incluso clientes de renombre, como el artista Miquel Barceló, los cantantes María del Mar Bonet y Joan Manuel Serrat.

Además de hornear a diario, también se aventuró a interpretar pequeños papeles en películas dirigidas por Agustí Villaronga y Rafa Cortés. Seguramente, el éxito de Can Miquel era de su dueño, Miquel Pujol, un personaje cálido, humano y con sentido del humor, pero a la vez descarado, sin pelos en la lengua y con una filosofía de vida, en peligro de extinción. Un personaje que quedará en la dulce memoria de todos los mallorquines.

³⁴² <http://www.rtve.es/alcarta/videos/al-filo-de-lo-imposible/filo-imposible-espeleobuceo-mallorca-ii/2894743/>
<http://www.rtve.es/alcarta/videos/al-filo-de-lo-imposible/filo-imposible-navegacion-psicobloc-mallorca/2907380/>

³⁴³ http://ib3tv.com/20140219_210630-la-vida-dolca-del-forner-i-pastisser-miquel-pujol.html

Los docushows

Pero no sólo existen los clásicos documentales de viajes o de paisajes. También existen otro tipo de documentales, incluidos los de entretenimiento como los docushows: documental que se emite en formato de serie de ficción que intenta retratar la realidad tal como es. La proximidad temática, geográfica y de persona es la clave. Se buscan personajes, lugares, profesiones y situaciones fáciles de reconocer por el espectador, en los que sucedan cosas.

Puede ser por ello una buena muestra la gran cantidad de productos documentales que nos hemos encontrado. Ambos programas pueden servir para atraer a un determinado sector de la población interesado, sobre todo en visitar los lugares y casas de los famosos.

¡Vaya casas! (2009 -...)

Programa emitido a través de Atresmedia Corporación (La sexta y Nova) y que muestra casas de lujo distribuidas en todo el país. En diferentes capítulos se han mostrado las casas particulares de residentes en Mallorca, Menorca e Ibiza³⁴⁴.

House & Style

El conocido cronista social malloquín Esteban Mercer nos presenta las casas de los miembros más glamurosos de la alta sociedad en el programa *House & style*, producido y emitido por Canal Decasa. Valiéndose de su experiencia como diseñador se abrió camino en el mundo de la comunicación social y cultural. Hace un periodismo en el que cuenta con pasión la parte más divertida de la vida, permitiendo entrar en lugares a los que muy pocos tienen acceso. A lo largo de su carrera ha conocido a aristócratas, príncipes, millonarios y famosos de todo el mundo. Ahora utiliza estas relaciones para abrirnos las puertas de sus casas y enseñar sus mansiones y los secretos que habitan.

Esta es más bien una promoción indirecta. Visitar la isla a partir de las casas de los personajes famosos que viven en nuestras Islas.

4. Los canales de televisión

Por supuesto, existen canales de televisión dedicados a los viajes. Canal viajar es quizás el canal paradigmático, en el que se pueden encontrar diferentes documentales sobre viajes y turismo. En el caso de las Islas Baleares contamos con un canal exclusivo que sirve para mostrar a los ciudadanos de aquí pero a la gente de fuera un conjunto de actividades relacionadas con el turismo y especialmente con el turismo cultural.

*Lux Mallorca TV*³⁴⁵ es el proyecto más joven del área de Audiovisuales del Grupo Serra. Se trata de una guía audiovisual de Mallorca que, desde el 1 de abril de 2012, se emite a través de la TDT y los contenidos, de creación propia, muestran el potencial cultural y turístico de la isla de Mallorca.

³⁴⁴ Los programas están disponibles online a través de la web www.atresmediaplayer.es

³⁴⁵ Más información y disponibilidad en <http://luxmallorca.tv/>.

Lux Mallorca TV es una plataforma multimedia los contenidos se distribuirán por Internet, dispositivos móviles y redes sociales. De hecho ya cuenta con sus propios perfiles en Facebook (*Lux Mallorca*), Twitter (*luxmallorca*) y Youtube.

El canal ofrece reportajes de corta duración dirigidos tanto a residentes como a visitantes que han llegado a Mallorca o que planean sus próximas vacaciones y pueden asociarse Mallorca con calidad de vida, gracias a estos contenidos. En *Lux Mallorca* los espectadores encontrarán la información necesaria para conocer todo lo que Mallorca puede ofrecer: las mejores playas, paisajes, monumentos, espacios naturales, rutas turísticas, deportes, naturaleza, recetas de cocina y visita a los iconos de la cultura, incluyendo un repaso puntual a las noticias y al tiempo. Los videos incluyen toda la información necesaria para que el espectador sepa cómo llegar al lugar, características más significativas, datos relevantes, curiosidades....

El canal de televisión *Lux Mallorca* utiliza cuatro idiomas: catalán, castellano, alemán e inglés para difundir los contenidos, con rótulos breves que proporcionan una información de interés, pero breve y servida de una manera amena.

Es una excelente vía de promoción para empresas y entidades relacionadas con el sector turístico. Sus secciones son: Playas, Rutas por la isla, Do It. (Oferta deportiva y de actividades de senderismo, rutas, golf, rutas cicloturísticas, vela, Nordicwalking de Mallorca), Be authentic. (Joyerías, calzado, bodegas, comercios ...), Naturaleza (parques naturales, espacios protegidos, reservas terrestres y marinas ...), Agenda de actualidad (Actos sociales, exposiciones, eventos, ocio, espectáculos, vida nocturna, festivales ..), Visit (espacios para visitar por su arquitectura o su historia) LOVE Mallorca (Personajes conocidos internacionalmente relacionados con Mallorca), En cifras (datos de los lugares emblemáticos de la isla) Gastronomía y Cooking, Fiestas y tradiciones y finalmente News, (breve repaso a las noticias locales y del mundo) y la previsión meteorológica.

Disponible para la TDT y través de su página web, puede contribuir a ofrecer un servicio extra a nuestros visitantes y las empresas podrían optar a contratar sus servicios por ejemplo en habitaciones de los hoteles.

5. A modo de conclusión

Creemos en el potencial de las Islas Baleares como destino turístico audiovisual. Aunque las Islas Baleares han sido escenarios de diferentes programas y series de televisión, su aprovechamiento como destino turístico fruto del producto audiovisual es escaso y a nuestro modo de ver es un segmento de negocio a explorar.

Las Islas Baleares han llegado a pequeños acuerdos con agentes del sector audiovisual, con aportaciones no muy elevadas. Como hemos visto se le ha sacado muy poco provecho a estos acuerdos.

Las instituciones autonómicas e insulares deberían apostar más por la llegada de grabaciones de series y programas de televisión, de acuerdo a unos parámetros de calidad mínima, que puedan asumirse un cierto riesgo en esa inversión. Que luego acompañe la audiencia, o no, no siempre es mérito de la calidad del producto, pero qué duda cabe que a mayor calidad más posibilidades que sea un éxito. De esta forma, se podría favorecer un turismo cultural y de ocio

sostenible, mucho más allá del recurrente turismo de sol y playa, y atraer a un público mucho más interesante desde el punto de vista de su capacidad de consumo.

Hay que hacer una apuesta por el sector audiovisual de nuestras islas y convertir las Islas Baleares en un plató audiovisual. Ésta debería ser una prioridad para la Balear Film Commission, con incentivos fiscales y facilidades para atraer este tipo de producciones a nuestras islas. Es cierto que en los últimos años se ha trabajado en el tema del cine, no exento de alguna polémica sobre subvenciones, pero hay que hacer una apuesta firme por el mundo de la televisión.

No solo porque son productos promocionales relativamente baratos si lo comparamos con campañas publicitarias en los grandes medios de los mercados emisores, los espectadores crean vínculos con las series de ficción (interesándose por sus personajes, tramas e incluso zonas de grabación) sino porque a su vez, es una buena forma de incentivar el sector audiovisual de nuestras islas.

De igual forma, hay que trabajar para que estas producciones citen y se divulgue el nombre de las Baleares, ya sea en su promoción o en su emisión por televisión. Algún ejemplo publicitario ha supuesto un importante desembolso económico, pero la nula referencia a nuestras islas ha hecho difícil su aprovechamiento.

Y a partir de estas producciones, hay que hacer una apuesta para la creación de *movie maps* o rutas turísticas relacionadas con la esa serie y/o película. En las diferentes regiones de España pero también en grandes destinos turísticos como Nueva York, existen empresas que se dedican a la creación de productos turísticos basados en programas de televisión o de películas de cine.

Si otras regiones y grandes destinos turísticos han podido aprovecharse de esta fórmula de promoción, creemos que las Baleares tienen potencial paisajístico, cultural, patrimonial y turístico para conseguirlo.

Bibliografía

- ARAUJO VILA, N y FRÁIZ BREA, J.A. Las series audiovisuales como herramienta promocional de un destino turístico: el caso de España. Madrid. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 19 (2013) p. 8–15
- GARTNER, W.C. Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2 (2–3), 1993, p. 191–215.
- GÓMEZ MARTÍN, M: “Los nuevos géneros de la neotelevisión” en ÁREA ABIERTA Nº 12. NOVIEMBRE 2005. *Revistas Científicas Complutenses*. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB0606130002A/4172>
- HELLÍN, P.A y Martínez, P.S. (Ed): Marca turística y movie maps. Identidad, cine y publicidad como producto De consumo. *Revista Signos de Consumo*, 1–18. 2009.
- IGARTUA, J.J. y PAEZ, D.: Validez y fiabilidad de una escala de empatía e identificación con los personajes” *Psicothema*, 10(2), 1998. P. 423–436.

MOLINERO, B. (2008) "La importancia de la TV en la Promoción Turística" IX Foro ONETE. Disponible en <http://www.onete.es/foros/9ForoONETE-TVE.pdf>

ROSADO, C y QUEROL P. *Cine y turismo. Una nueva estrategia de promoción*. Madrid: Junta de Andalucía Film Commission / Ocho y Medio, 2006.

Fuentes

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

<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1991/07/14/131.html>, 15/03/2015, 22:46

<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1992/07/05/139.html>, 15/03/2015, 22:54

http://www.indisa.es/frontend/indisa/noticia.php?id_noticia=2752, 15/03/2015, 22:56

<http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/Polseres-vermelles/>

<https://www.youtube.com/watch?v=YTqR03-0zGk>

<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/01/28/baleares/1296240221.html>, 22/01/15, 14:57

<http://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2011/04/04/programa-britanico-crecer-busqueda-vuelos-ibiza/473493.html>

<http://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2013/03/07/loving-ibiza-dinamiza-mercado-holandes-ibiza/607893.html>, 15/03/2015, 22:37.

http://cultura.elpais.com/cultura/2014/08/15/television/1408121395_458848.htm