



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Influencia de las series de televisión en el turismo: El caso de “Isabel”

Presentado por Isabel Navarro Gala

Tutelado por Enrique Gómez González

Segovia, 19 de junio de 2015

AGRADECIMIENTOS

A mi tutor, Enrique, por su ayuda durante la elaboración del trabajo. A mis padres por su apoyo incondicional, a mi hermano por toda la ayuda que durante la elaboración del trabajo. Quiero dar las gracias también a Oscar por su tiempo y por su apoyo y a Juan por sus ideas y sus sugerencias. Y por último, pero no menos importante a David, por sus indicaciones y sus recomendaciones.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
--------------------------	----------

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

Series de televisión como recurso turístico

1.1 Marco Teórico	5
1.2 Friends, The Walking Dead y Breaking Bad.....	7
1.2.1 Friends.....	7
1.2.2 The Walking Dead.....	8
1.2.3 Breaking Bad.....	9
1.3 Ejemplos de series españolas.....	10
1.3.1 Verano Azul.....	10
1.3.2 Doctor Mateo.....	12
1.3.3 Gran Hotel.....	15
1.4 El impacto de las series internacionales. El caso de Juego de Tronos.....	18
1.5 El caso de El Príncipe.....	21

CAPÍTULO 2

Análisis del impacto turístico de la serie “Isabel”

2.1 Contenidos de la serie.....	25
2.1.1. Introducción.....	25
2.1.2 Primera Temporada.....	25
2.1.3 Segunda Temporada.....	27
2.1.4 Tercera Temporada.....	29
2.2 Aprovechamiento turístico de la serie.....	31
2.2.1 La Ruta de Isabel en Castilla y León.....	31

2.2.2	La Ruta de Isabel en Granada.....	32
2.2.3	La Ruta de Isabel en Extremadura.....	34
2.2.4	La Ruta de Isabel en Medina del Campo.....	35
2.2.5	La Ruta de Isabel en Segovia.....	38
 CONCLUSIONES.....		43
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		47

INTRODUCCIÓN

Los entes públicos de gestión en materia turística llevan años intentando abrir nuevos cauces de promoción turística que les permitan aumentar el flujo de visitantes hacia su región. Las campañas de marketing han ido evolucionando a lo largo de los años, pero desde hace algún tiempo el cine y las series de televisión están atrayendo un creciente número de espectadores a los lugares donde se rodaron o tienen lugar estas producciones. ¿Quién no ha soñado con viajar a un determinado destino porque lo vio en la pequeña pantalla?

Algunas series de televisión causan tal furor entre sus seguidores que éstos programan su viaje para conocer los escenarios donde se han rodado sus escenas favoritas. La repercusión turística de series de éxito no es una novedad en sí misma, pero sí lo es su aprovechamiento como recurso turístico por parte de los destinos. Se estima que 40 millones de viajeros durante el 2013 escogieron visitar un país en concreto debido a que su interés principal era recorrer los escenarios de alguna película o serie de televisión.

En el capítulo primero me centraré en analizar algunas de las series de televisión más influyentes a nivel turístico de los últimos años, para después, en el segundo, analizar el caso concreto de la serie Isabel y su influencia en el turismo, haciendo especial hincapié en su repercusión en la ciudad de Segovia.

La producción española Isabel ha recibido el apoyo unánime de crítica y público y ha vuelto a poner de manifiesto un interés cada vez más creciente hacia nuestra historia y la época de los reyes católicos. La serie gira en torno al personaje de la reina Isabel de Castilla (1451-1504). Destaca por su rigor histórico a la hora de plasmar como se fueron sucediendo los diferentes acontecimientos de nuestra historia, con un lenguaje cercano y para todos los públicos.

Los reyes católicos son los reyes más conocidos de nuestra historia. Esta serie de televisión ha sabido acercarnos, sobre todo, al personaje histórico pero también humano de la reina Isabel. Desde la escenografía, pasando por la banda sonora y, en definitiva,

cada detalle se ha cuidado al máximo para hacer de esta ficción un producto audiovisual de alto nivel.

Desde mi punto de vista, gran parte del éxito de la esta producción se debe no sólo a los detalles tan importantes que hemos comentado de la escenografía y el estudio de nuestra historia sino también a que los guionistas han sabido plasmar al personaje de Isabel tanto desde su perfil histórico, como desde el de una mujer con visión de futuro. Hemos sido espectadores de primera fila de sus principales logros, pero también de sus pérdidas o errores.

En definitiva, nos han hecho partícipes de la vida de uno de los personajes históricos más relevantes de nuestra historia y, lo que considero más importante si cabe: han conseguido que el espectador sienta al personaje de la reina Isabel como a alguien cercano. Se han alegrado en sus alegrías y han sentido como ella todas y cada una de sus pérdidas.

Palabras clave:

Series de televisión, Isabel, influencia en el turismo, producto turístico, visitas guiadas, cine, Segovia, Granada.

CAPITULO 1: MARCO TEÓRICO

SERIES DE TELEVISIÓN COMO RECURSO TURÍSTICO

CAPITULO 1: MARCO TEÓRICO. SERIES DE TELEVISIÓN COMO RECURSO TURÍSTICO

1.1 MARCO TEÓRICO

El impacto que los diferentes productos audiovisuales crean en el espectador ha sido estudiado desde la década de 1970. Hoffner y Cantor fueron los primeros en concluir en 1991 que los diferentes productos audiovisuales relacionan emocionalmente al espectador con los personajes que aparecen en ellos.

Los primeros estudios que relacionan el fenómeno del turismo con el mundo audiovisual están centrados en el mundo del cine. Fue de los primeros productos en aparecer en el sector. Hoy en día, la gran mayoría de consumidores de productos audiovisuales tienen acceso con gran facilidad a multitud de formas y maneras de consumir cine, televisión, series, etc... Pero hasta bien entrado el siglo pasado la gran pantalla era para muchos su única oportunidad. Las series de televisión han seguido la estela que el cine les ha ido marcando.

"La imagen turística de un destino está basada en las percepciones o la realidad que el turista experimenta o percibe del mismo." (Gatner, 1993). El espectador toma por tanto decisiones acerca de a qué destino viajar en función de las emociones y sensaciones que visualiza al observar el destino mientras lo ve en la pantalla. Podemos afirmar, entonces, que estos espectadores se convertirán en turistas de las localizaciones vinculadas con los productos audiovisuales que consumen.

Un nuevo tipo de turista nace entonces de esta combinación. El "set-jetter". Surge de la combinación de las palabras *set*, escenario, y *jet*, volar. La motivación principal de este turista es visitar un destino que ha visto previamente en una película.

En 1998, Baker, Riley y Van Doren realizaron una investigación que puso de manifiesto la influencia que el rodaje de 10 películas había supuesto, incrementando la

Marco teórico. Series de televisión como recurso turístico

afluencia turística a los lugares donde se desarrollaban las tramas hasta en un 50%, durante los 5 años siguientes al estreno de dichas películas. Algunas de las películas analizadas fueron las que se reflejan en la siguiente tabla:

Tabla 1: Películas analizadas por Baker, Riley y Van Doren

PELICULA	LOCALIZACION	AÑO ESTRENO
Encuentros en la Tercera Fase	Devil's Tower National Monument. EEUU	1977
Bailando con Lobos	Badlands National Park. EEUU	1990
Thelma y Louise	Gran Cañón del Colorado. EEUU	1991
El Último Mohicano	Blue Bridge Mountains. EEUU	1992

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los investigadores

Podemos asegurar por tanto que ser el escenario de una película o serie de televisión se ha convertido en una estrategia clave para impulsar el turismo en numerosos destinos.

Las series de televisión no son un producto nuevo pero sí han experimentado en la última década una influencia similar a la del cine en la industria del turismo. Cada español pasa de media cada día delante del televisor 239 minutos. Casi 4 horas al día receptivos a cada imagen que se proyecta, esperando a que nos entretengan.

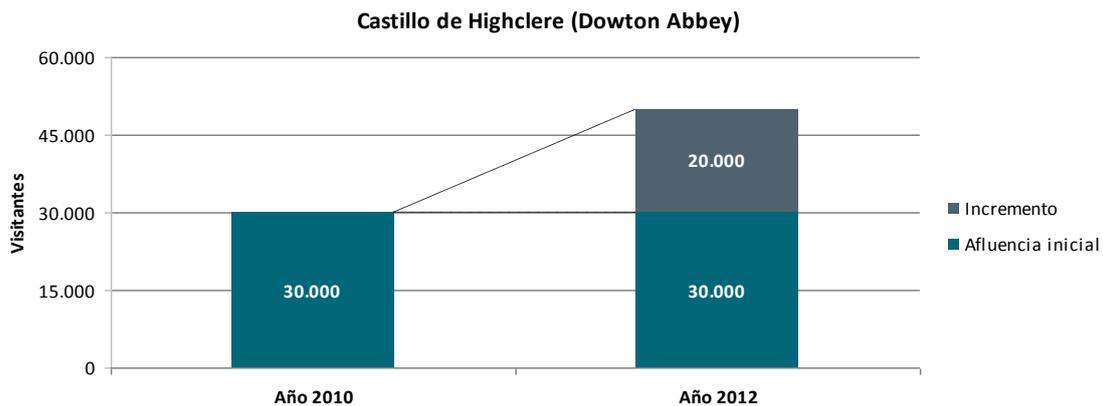
Existen por tanto destinos turísticos que se convierten en lugares muy visitados tras su vinculación con un largometraje o serie de televisión. Podemos diferenciar distintos tipos de destinos en función de este criterio:

- Las localizaciones de los rodajes.
- Los lugares donde se desarrollan las ficciones.
- Las ciudades donde se encuentran los estudios cinematográficos.
- Los lugares de residencia o nacimiento de actores, directores o guionistas.

Un ejemplo muy concreto y fácilmente cuantificable a nivel de aumento de turistas de esta tendencia es el castillo de Highclere, a una hora de camino al oeste de Londres. En esta imponente propiedad del siglo XIX tiene la lugar la grabación de la serie Downton Abbey. En palabras de la actual condesa Fiona Carnavon, propietaria del castillo, “el efecto de Downton Abbey ha sido asombroso”.

Y no es para menos, antes de la emisión de la serie en el año 2010, visitaban el castillo 30.000 personas al año. Tan sólo un año después, en 2011, y con la serie ya en la parrilla de televisión de medio mundo, la cifra de visitantes al castillo Highclere ascendió hasta las 50.000 personas y la tendencia continúa en aumento. El crecimiento de las visitas ha sido de un 66%.

Gráfico 1: Evolución de los datos de visitantes en el castillo Highclere



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por el castillo

1.2 FRIENDS, THE WALKING DEAD Y BREAKING BAD

1.2.1 FRIENDS

Esta serie producida por Marta Kauffman y David Crane se estrenó en la NBC el 22 de septiembre de 1994. Tras diez temporadas en antena, el capítulo final se emitió el 6 de mayo de 2004. La serie gira en torno a la amistad entre Mónica, Rachel, Chandler, Ross, Phoebe y Joey en la ciudad de Nueva York.

Aunque la mayoría de los interiores se grabaron en los estudios de la Warner en Burbank, en California, los exteriores, las fachadas de los edificios donde residían los protagonistas, el café donde transcurren gran parte de las tramas, etc. siguen siendo visitados hoy en día, más de 10 años después de que la serie haya finalizado, por los miles de seguidores de la misma.

Empresas como “On Locations Tours” y “NYC Tourist” ofertan visitas guiadas en diferentes idiomas durante todo el año para visitar los lugares más conocidos que aparecían en la serie. El recorrido se centra en la zona de la ciudad conocida como Greenwich Village donde se localiza el exterior del edificio en el que residían algunos de los protagonistas. Allí se encuentra también la fachada del restaurante que inspiró el famoso café Central Perk, el café donde tenían lugar muchas de las tramas. El establecimiento original se llama en realidad The LittleOwl y el edificio en el que se encuentra es conocido como el “Friends Building”.

Muchísimas páginas web de los seguidores de la serie proporcionan información al turista interesado en esta ficción norteamericana acerca de cómo llegar a las diferentes localizaciones de manera individual sin necesidad de contratar una visita guiada. En muchas de las páginas podemos encontrar un apartado donde los propios seguidores de la serie suben las fotografías que ellos mismo se han hecho junto a las localizaciones más conocidas de la serie.

1.2.2 THE WALKING DEAD

Esta serie norteamericana está en antena desde el 31 de octubre de 2010. Creada y producida por Frank Darabont para la cadena AMC está ambientada en un mundo arrasado por los zombies. Por el momento la serie consta de 5 temporadas aunque la cadena AMC ya ha anunciado la renovación de la misma para una 6ª temporada que constará de 16 capítulos.

La trama principal de la serie se centra en el personaje de Rick Grimes, un policía que durante el contagio de la plaga que asola a la civilización humana permanece en coma en un hospital. Al despertar consigue reunirse de nuevo con su familia en un campamento a las afueras de la ciudad de Atlanta. Para mantenerse con vida tendrán que hacer cosas que jamás hubieran imaginado antes de que se produjera la plaga. El grupo viaja por los EEUU en busca de un lugar seguro donde refugiarse.

El estado de Georgia y en especial la ciudad de Atlanta no dejan de recibir turistas ávidos de encontrar las localizaciones de su serie favorita. Por enumerar algunos de los enclaves mas visitados nos encontramos con el Westside Park, donde los supervivientes de la ciudad se refugian en la primera temporada. El Centro de Control de Enfermedades que es realmente un centro cultural también está siendo frecuentemente visitando por los admiradores de la serie. También es posible acercarse hasta el hospital donde Rick despierta del coma en la ficticia ciudad de King Country, que es realmente un centro para personas sin hogar, el Atlanta Union Mission.

Muchos guías de turismo de Georgia y agencias de viajes de los Estados Unidos comercializan visitas guiadas tanto a estas localizaciones en Atlanta como también a la pequeña localidad de Senoia, más conocida en la ficción como Woodbury, enclave que en la ficción recreaba a una pequeña comunidad regentada por el Gobernador y que aparentemente era capaz de sobrevivir tras formar un pequeño pueblo libre de las hordas zombis. Esta pequeña localidad de 3.300 personas a unos 40 km de Atlanta recibe cada día centenares de turistas. Los locales comerciales han pasado de 6 a 49 en tan sólo 4 años. Muchos de los nuevos locales comerciales que se han abierto venden merchandising de la exitosa serie. La localidad estaba hundida en la decadencia desde hacía varias décadas y sobrevivía gracias a la producción de algodón y la agricultura.

1.2.3 BREAKING BAD

Esta serie norteamericana producida por Vince Gilligan narra la historia de Walter White. La serie comienza cuando Walter es diagnosticado de un cáncer de pulmón que no es posible operar. Para costearse un tratamiento y asegurar el futuro económico de su

Marco teórico. Series de televisión como recurso turístico

familia, Walter comienza a entrar en contacto con en el mundo de las anfetaminas. La trama se desarrolla en la ciudad estadounidense de Alburquerque.

A pesar de que los temas como el narcotráfico o la violencia que se muestran en la serie nos podrían hacer pensar que no dan una muy buena imagen del destino en cuestión, el turismo en la ciudad continúa creciendo. La serie se estrenó en el año 2010 pero el aumento del turismo se notó fundamentalmente en el año 2013. En palabras de Ann Lerner, directora de la oficina cinematográfica de Alburquerque, “antes del programa, la ciudad no tenía imagen”. Actualmente se están realizando visitas guiadas por los lugares donde se rodó la serie. La visita es conocida como “El Breaking Alburquerque”.

En la página web de turismo de la ciudad se ha publicado un mapa donde aparecen marcadas las diferentes localizaciones de Breaking Bad, los moteles que aparecen en la serie y las propiedades del famoso protagonista.

Las visitas guiadas también pueden realizarse en limusina privada o autobús. Para acogerse a esta modalidad es necesario formalizar una reserva previa, ya que los grupos están completos incluso con varias semana de antelación. Tras finalizar la visita guiada, los grupos se reúnen en el mismo café Marble Brewery que se utilizaba habitualmente como lugar de grabación en la serie. El impacto de la serie en la ciudad ha llegado también hasta los negocios locales que han comenzado a vender a turistas y locales dulces de “metanfetamina azul”.

1.3 EJEMPLOS DE SERIES ESPAÑOLAS

1.3.1 VERANO AZUL

Esta serie de TVE es todo un clásico de la televisión de nuestro país. Dirigida por Antonio Mercero, Horacio Valcárcel y José Ángel Rodero cuenta la historia de Bea, Javi, Pancho, Desi, Tito y Piraña. Estos jóvenes y niños de diferentes edades y

procedencia pasan sus vacaciones de verano juntos en la localidad de Nerja, Málaga. Allí pasarán un verano que les marcará para siempre y entablarán amistad con Chanquete, un pescador local que vive en su propio barco, y con Julia, una pintora enamorada de la localidad de Nerja. Con ellos vivirán multitud de aventuras, y realizarán también algunos descubrimientos propios de su edad.

La ficción española se grabó entre las localidades de Almuñécar, Motril y Nerja durante 16 meses, entre agosto de 1979 y diciembre de 1980. El primer capítulo se emitió por primera vez en televisión española el 11 de octubre de 1981. La serie consta de 19 capítulos en total. Y el último se emitió el 14 de febrero de 1982. La serie marcó a toda la generación nacida en los años 80 del siglo pasado y con las diferentes reposiciones que se han ido sucediendo a lo largo de estos años, no sólo en España, sino también en toda Latinoamérica, Portugal y Croacia entre otros países, ha sido vista en total por unos 20 millones de personas. Se ha convertido probablemente en la serie que más veces se ha repuesto en la historia de la televisión en España. Se ha vuelto a emitir un total de 11 veces en nuestro país, la primera vez tan sólo un año después de su estreno

Hoy en día se sigue analizando el éxito tan rotundo que supuso esta serie y la mayoría de los estudios dan por hecho que se debió en parte a que trataba temas hasta ese momento vetados en nuestro país. Nunca antes se había hablado abiertamente en la televisión del divorcio, la protesta o el medio ambiente, entre otros. La repercusión Verano Azul fue tal que la muerte de Chanquete, al final de la serie, fue portada de todos los periódicos nacionales del momento en España.

La localidad malagueña de Nerja sigue vinculada estrechamente a la serie Verano Azul. Uno de los parques más conocidos de la ciudad se llama como la mítica serie y en el mismo existe una réplica del barco “La Dorada” del célebre personaje de Chanquete. El paseo marítimo de Nerja se llama Antonio Mercero, en honor al director y de la serie, y desde apartamentos turísticos, hasta bares, restaurantes, etc. tienen nombres que hacen referencia a la serie en todos los rincones de la ciudad.

Marco teórico. Series de televisión como recurso turístico

Han pasado más de 30 años desde su estreno y con cada reposición de la misma los datos estadísticos de la oficina municipal de turismo de Nerja aumentan. La última reposición entre junio y julio de 2014 se materializó en 11.808 consultas contabilizadas en la oficina municipal de turismo de la localidad malagueña. La consulta mas demandada el verano pasado en Nerja fue acerca de los lugares donde se situaron las grabaciones de Verano Azul.

Son muchas las actividades también a nivel turístico que pueden realizarse en Nerja relacionadas con la serie. A través de diversas páginas web se oferta una visita guiada por la localidad de la mano de uno de los protagonistas de la serie. El actor Miguel Joven, que encarnó al pequeño Tito, recorre los principales escenarios donde se grabó la serie. La ruta tiene una duración aproximada de 2 horas y además del recorrido a pie con el actor, incluye diferentes recuerdos de la serie.

Para los que quieren realizar mas propuestas relacionadas con Verano Azul se ofertan también rutas en kayak desde la playa de Burriana hasta la famosa “Calachica” donde tuvo lugar la grabación de varios capítulos. Existe también una App que permite a los turistas realizar la ruta por su cuenta, sin necesidad de un guía que les acompañe en el recorrido.

1.3.2 DOCTOR MATEO

La serie producida por “Notro Films” para Antena 3 se estrenó el 22 de febrero de 2009 y finalizó el 17 de julio de 2011. Dirigida por César Gutiérrez Blanco, Ángeles Reiné, Jaime Botella, Manuel Tera y Enrich Folch. Esta serie es una adaptación de la serie británica “Doc Martin”. En ella se narra la historia del doctor Mateo Sancristóbal, un médico brillante pero de carácter nefasto que regresa de Estados Unidos para ejercer la medicina en un pequeño pueblo de Asturias. Sus perspectivas profesionales en Estados Unidos como cirujano eran prometedoras, pero su carrera se ve truncada cuando le detectan una extraña alergia a la sangre. Esto hace imposible que el cirujano continúe ejerciendo su profesión. Es en ese momento cuando decide solicitar el puesto de médico

en San Martín del Sella, el pueblo donde pasaba sus vacaciones estivales cuando era niño.

Tabla 2: Audiencias de Doctor Mateo. Temporada 1

CAPÍTULO	FECHA DE EMISIÓN	AUDIENCIA
Capítulo 1	Domingo 22/02/2009	26,50%
Capítulo 2	Domingo 01/03/2009	20,80%
Capítulo 3	Domingo 08/03/2009	19,40%
Capítulo 4	Domingo 15/03/2009	17,90%
Capítulo 5	Domingo 22/03/2009	17,20%
Capítulo 6	Domingo 29/03/2009	17,50%
Capítulo 7	Domingo 05/04/2009	16,60%
Capítulo 8	Domingo 12/04/2009	18,80%
Capítulo 9	Domingo 19/04/2009	20,10%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de www.formulatv.com

Tabla 3: Audiencias de Doctor Mateo. Temporada 2

CAPÍTULO	FECHA DE EMISIÓN	AUDIENCIA
Capítulo 1	Domingo 06/09/2009	15,70%
Capítulo 2	Domingo 13/09/2009	16,00%
Capítulo 3	Domingo 20/09/2009	13,30%
Capítulo 4	Domingo 27/09/2009	16,80%
Capítulo 5	Domingo 04/10/2009	14,90%
Capítulo 6	Domingo 11/10/2009	13,70%
Capítulo 7	Domingo 18/10/2009	17,60%
Capítulo 8	Domingo 25/10/2009	17,60%
Capítulo 9	Domingo 01/11/2009	17,30%
Capítulo 10	Domingo 08/11/2009	17,50%
Capítulo 11	Domingo 15/11/2009	16,20%
Capítulo 12	Domingo 22/11/2009	17,00%
Capítulo 13	Domingo 29/11/2009	16,90%
Capítulo 14	Domingo 06/12/2009	16,50%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de www.formulatv.com

Tabla 4: Audiencias de Doctor Mateo. Temporada 3

CAPÍTULO	FECHA DE EMISIÓN	AUDIENCIA
Capítulo 1	Domingo 02/05/2010	15,10%
Capítulo 2	Domingo 09/05/2010	12,90%
Capítulo 3	Domingo 16/05/2010	13,70%
Capítulo 4	Domingo 23/05/2010	13,40%
Capítulo 5	Domingo 30/05/2010	13,40%
Capítulo 6	Domingo 06/06/2010	13,50%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de www.formulatv.com

Tabla 5: Audiencias de Doctor Mateo. Temporada 4

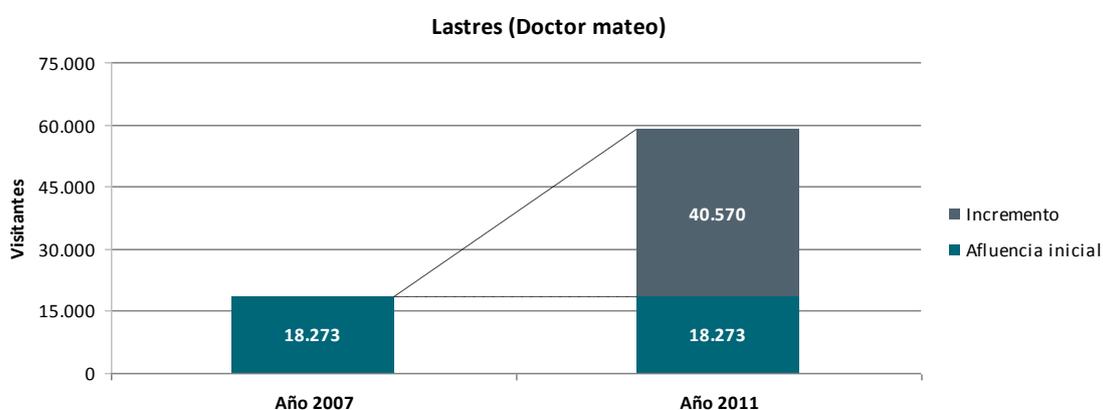
CAPÍTULO	FECHA DE EMISIÓN	AUDIENCIA
Capítulo 1	Domingo 19/09/2010	15,70%
Capítulo 2	Domingo 26/09/2010	16,00%
Capítulo 3	Domingo 03/10/2010	13,30%
Capítulo 4	Domingo 10/10/2010	16,80%
Capítulo 5	Domingo 17/10/2010	14,90%
Capítulo 6	Domingo 24/10/2010	12,90%
Capítulo 7	Domingo 31/10/2010	13,20%
Capítulo 8	Domingo 07/11/2010	12,60%
Capítulo 9	Domingo 14/11/2010	11,80%
Capítulo 10	Domingo 21/11/2010	12,00%
Capítulo 11	Domingo 28/11/2010	12,20%
Capítulo 12	Domingo 12/12/2010	12,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de www.formulatv.com

La localidad asturiana de Lastres fue el pueblo elegido para convertirse en San Martín del Sella. Este pequeño pueblo asturiano ha experimentado una gran afluencia de visitantes desde que comenzó la emisión de la serie, de hecho se ha creado una ruta turística conocida como “La Ruta del Doctor Mateo”. Durante el recorrido los visitantes pueden observar la casa de la maestra, la taberna o la casa del médico entre otras localizaciones.

No existen datos concretos acerca del número de personas que ha realizado dicha ruta durante los años de emisión de la serie pero las estadísticas recogidas en las oficinas de turismo de Lastres y de Colunga durante los años 2009, 2010 y 2011 reflejan un aumento de las consultas en las mismas. Por ejemplo durante el 2007 antes de la emisión de la serie pasaron por sendas oficinas de turismo un total de 18.273 personas y en 2011 las consultas habían ascendido hasta las 58.843. El aumento de las consultas fue de un espectacular 322% en 4 años. En total se imprimieron 120.000 planos de la ruta.

Gráfico 2: Evolución de los datos de visitantes a Lastres



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la oficina de turismo de la Mancomunidad de la Sidra

1.3.3 GRAN HOTEL

La serie Gran Hotel se emitió en Antena 3 entre el 4 de octubre de 2011 y el 25 de junio de 2013. Producida por “Bambú” y dirigida por Ramón Campos, Gema R. Neira y Carlos Sedes. La trama de la serie se desarrolla en 1905 en un lugar que nos es desconocido al norte de España donde un joven llega para investigar la desaparición de su hermana. Mientras realiza las averiguaciones pertinentes se enamora de la hija de la propietaria del hotel que a su vez está prometida con el director del mismo.

Tabla 6: Audiencias de Gran Hotel. Temporada 1

CAPÍTULO	FECHA DE EMISIÓN	AUDIENCIA
Capítulo 1	Martes 04/10/2011	20,00%

Capítulo 2	Martes 11/10/2011	19,70%
Capítulo 3	Martes 18/10/2011	18,60%
Capítulo 4	Martes 25/10/2011	17,80%
Capítulo 5	Martes 01/11/2011	18,60%
Capítulo 6	Martes 08/11/2011	17,90%
Capítulo 7	Martes 22/11/2011	19,00%
Capítulo 8	Martes 29/11/2011	16,20%
Capítulo 9	Martes 06/12/2011	19,10%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de www.formulatv.com

Tabla 7: Audiencias de Gran Hotel. Temporada 2

CAPÍTULO	FECHA DE EMISIÓN	AUDIENCIA
Capítulo 1	Miércoles 03/10/2012	14,70%
Capítulo 2	Miércoles 10/10/2012	15,90%
Capítulo 3	Miércoles 17/10/2012	14,60%
Capítulo 4	Miércoles 24/10/2012	13,60%
Capítulo 5	Miércoles 31/10/2012	12,90%
Capítulo 6	Miércoles 07/11/2012	15,40%
Capítulo 7	Miércoles 14/11/2012	15,20%
Capítulo 8	Miércoles 21/11/2012	15,50%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de www.formulatv.com

Tabla 8: Audiencias de Gran Hotel. Temporada 3

CAPÍTULO	FECHA DE EMISIÓN	AUDIENCIA
Capítulo 1	Martes 22/01/2013	14,20%
Capítulo 2	Martes 29/01/2013	14,50%
Capítulo 3	Martes 05/02/2013	13,70%
Capítulo 4	Martes 19/02/2013	14,20%
Capítulo 5	Martes 26/02/2013	13,90%
Capítulo 6	Martes 05/03/2013	14,00%
Capítulo 7	Martes 12/03/2013	14,50%
Capítulo 8	Martes 19/03/2013	15,00%
Capítulo 9	Martes 02/04/2013	13,80%

Influencia de las series de televisión en el turismo: El caso de “Isabel”

Capítulo 10	Martes 09/04/2013	13,70%
Capítulo 11	Martes 16/04/2013	14,40%
Capítulo 12	Martes 23/04/2013	14,40%
Capítulo 13	Martes 30/04/2013	13,10%
Capítulo 14	Martes 07/05/2013	13,80%
Capítulo 15	Martes 14/05/2013	13,70%
Capítulo 16	Martes 21/05/2013	13,10%
Capítulo 17	Martes 28/05/2013	13,40%
Capítulo 18	Martes 04/06/2013	13,90%
Capítulo 19	Martes 11/06/2013	13,70%
Capítulo 20	Martes 18/06/2013	13,70%
Capítulo 21	Martes 25/06/2013	14,90%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de www.formulatv.com

El palacio de la Magdalena de Santander se convirtió en el escenario principal de sus tramas. Este histórico edificio, residencia de verano de los reyes Alfonso XIII y Victoria Eugenia ha triplicado sus visitantes desde el comienzo de la emisión de la serie en octubre de 2011. Según los datos de la empresa municipal Palacio de la Magdalena S.A. durante el año 2010, el anterior al estreno de la serie, visitaron el Palacio 56.751 personas. Tan sólo un año después, en el 2012, la cifra de visitantes ascendió hasta los 71.498. Un aumento del 9% tan sólo en un año. Las visitas guiadas que se realizan en el palacio también experimentaron un aumento durante los años de emisión de la serie. Durante el 2010 se realizaron 815 visitas guiadas mientras que en el 2012 se realizaron 1.327 visitas guiadas.

Tabla 9: Evolución de las visitas guiadas al Palacio de la Magdalena. Años 2010- 2012

AÑO	VISITANTES	VISITAS GUIADAS
2010	56.751	815
2011	63.425	1.143
2012	71.498	1.327

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Empresa Municipal Palacio de Magdalena S.A.

Pero el éxito de la serie no se centró sólo en el Palacio de la Magdalena, sino que repercutió positivamente en la ciudad de Santander que vio aumentar el número de turistas en sus calles. Según datos de la Concejalía de Turismo de Santander entre el 3 y el 11 de diciembre de 2011, en el puente de la Constitución y la Inmaculada, y tan sólo 2 meses después del comienzo de la emisión de la serie, las oficinas de turismo de Santander atendieron a más de 2.600 turistas. En palabras del personal de las oficinas de turismo más de la mitad de ellos visitaban la ciudad por primera vez y muchos de ellos manifestaron que lo habían hecho movidos por la ficción Gran Hotel. En comparación con los datos de 2010 el número de turistas nacionales en las mismas fechas aumentó en 22%.

1.4 EL IMPACTO DE LAS SERIES INTERNACIONALES. EL CASO DE JUEGO DE TRONOS

Esta serie norteamericana está ambientada en una fantasía medieval basada en las exitosas novelas Canción de Fuego y Hielo de George R.R. Martin. En la serie aparecen muchos personajes y se enlazan diversas tramas pero básicamente son tres las líneas argumentales principales. La primera es el relato de una guerra civil dinástica por el control de Poniente entre varias de las familias nobles más poderosas del reino. La segunda línea se centra en la amenaza cada vez más intensa de los pueblos salvajes del norte. La parte norte del reino está protegida por un inmenso muro de hielo y un cada vez menor número de hombres. Y por último, la tercera línea argumental narra el viaje de Daenerys Targaryen, la hija exiliada del rey anterior (que fue asesinado en una guerra civil previa) que pretende regresar al reino de Poniente y reclamar así sus derechos dinásticos.

Se emite en 180 países siendo actualmente la serie de televisión más vista en todo el mundo. El primer capítulo se estrenó en EEUU el 17 de abril de 2011. La acogida del público y de la crítica ha sido unánime y la serie está considerada una de las mejores de los últimos tiempos.

Irlanda, Marruecos, Croacia, Islandia o Grecia entre otros han sido los lugares escogidos para la grabación de la serie. Ciudades como Dubrovnik y Split en el Adriático han aprovechado el tirón de la serie para elaborar una nueva oferta turística que ya ha dado sus frutos. Dubrovnik ya ha visto incrementado un 30% sus visitantes tras convertirse en Desembarco del Rey en la ficción.

La agencia de viajes Viator con sede en San Francisco oferta rutas en Dubrovnik y en Irlanda del Norte donde los turistas tienen la posibilidad de recorrer algunos de los enclaves más señalados que aparecen en esta ficción. Existen incluso guías de turismo que ya se han especializado en la serie y que explican todos los rincones de los enclaves que aparecen en la pequeña pantalla.

Durante la grabación de la 5ª temporada alguna de las nuevas localizaciones elegidas lo han sido de nuestro país, concretamente las ciudades de Sevilla, Osuna y Córdoba entre otras. Aunque los productores de la serie han afirmado que la grabación en nuestro país ha sido más cara de lo que esperaban, el impacto, al menos en aumento de consultas en las oficinas de turismo y de interés en general por las localizaciones, ya ha comenzado a sentirse.

Según palabras de concejal delegado de Empleo, Economía, Fiestas Mayores y Turismo de Sevilla, Gregorio Serrano López, “la ciudad tiene y tendrá mucho que agradecer a la serie de la cadena HBO”. El rodaje que tuvo lugar entre los días 2 al 18 de octubre ha supuesto para Sevilla en términos económicos 12.000 pernoctaciones, siendo un total de 200 habitaciones de hotel las que han estado ocupadas cerca de 2 meses. Las cifras del Real Alcázar también son positivas y a pesar del cierre parcial del monumento han incrementado sus visitantes en 2,35%, lo que supone que 75.000 personas visitaron el Real Alcázar durante el rodaje.

El rodaje ha supuesto en palabras de Serrano, “una gran oportunidad en términos de promoción” y “nunca se cansarán de agradecer a la productora y a Juego de Tronos la oportunidad que le han dado a la ciudad”.

Peter Weller de la productora Freco Films ha calificado la experiencia como “todo un éxito” mostrando su agradecimiento al Ayuntamiento de Sevilla, al director del Real Alcázar pero sobretodo al alcalde la ciudad porque “sin su colaboración no hubiera sido posible en Sevilla”.

El rodaje en la localidad de Osuna se han centrado fundamentalmente en la plaza de toros de la localidad y en palabras de la alcaldesa Rosario Andújar ha supuesto “un autentico revulsivo en la localidad”. Desde el punto de vista económico y turístico el análisis también es positivo puesto que la localidad ha registrado lleno absoluto durante todos los fines de semana del mes de octubre. La oficina de turismo de la localidad ha aumentado su horario de atención al público para hacer frente a la afluencia de turistas que ha supuesto un 20% con respecto al octubre del año anterior.

Y esto sólo es el comienzo, el impacto que se generará a futuro está aún por ver pero ya hay algunas estimaciones al respecto. En palabras de Don James Costos, embajador de EEUU en España: “Hemos calculado que ahora en Sevilla va a aumentar el turismo en un 15% así que esperamos que la gente continúe viniendo a visitar los lugares donde la serie fue rodada”.

Para estudiar el impacto de la serie en el destino cabe tener en cuenta dos factores:

- El impacto directo, es decir, los beneficios que se producen en el lugar de grabación de la serie en el mismo momento en que se produce la grabación. En este caso el impacto directo del rodaje en Sevilla son el aumento de visitantes en los Reales Alcázares de Sevilla. También debemos destacar como impacto directo las 12.000 pernoctaciones en la capital andaluza durante el rodaje. Según los datos facilitados por Carlos Rosado presidente de la Andalucía Film Commission la repercusión económica podría superar los cien millones de euros, ya que consideramos que su influencia en Andalucía, sería similar a la que está teniendo lugar en Irlanda”.
- El impacto indirecto. La quinta temporada de la serie se está proyectando actualmente y en ella ya se pueden apreciar varias de las localizaciones de nuestro país. Aún es pronto para poder contabilizar este impacto indirecto pero

probablemente analizando las cifras de visitantes el año próximo en la capital andaluza podamos apreciar un aumento en el número de visitantes. Es previsible que ese aumento se deje notar también en los Reales Alcázares y en la localidad de Osuna. A día de hoy no se está comercializando ninguna visita guiada por las localizaciones de la serie en Sevilla, aunque no podemos descartar que a lo largo de este año 2015 surja alguna.

1.5 EL CASO DE EL PRINCIPE

Es una serie de televisión que producida por Mediaset España y Plano a Plano se emite actualmente en Telecinco. Creada por Aitor Gabilondo y Cesar Benítez, se estreno el pasado 4 de febrero de 2014 en nuestro país. La trama se desarrolla en la ciudad de Ceuta, concretamente en el la barriada llamada el Príncipe Alfonso, cercano a la frontera con Marruecos.

Han surgido algunas voces críticas con respecto a la deformación de la imagen de la ciudad ceutí que se proyecta a través de la serie pero también debemos destacar que la ficción de Mediaset ha puesto para muchos a la ciudad en el mapa.

La grabación de la segunda temporada ha propiciado el lleno absoluto en los hoteles de la ciudad durante el verano de 2014. Las autoridades locales han suscrito un convenio de colaboración con la productora Plano a Plano, que asciende a 60.000€ por el cual se incluirán imágenes del centro de Ceuta en la segunda temporada. También está previsto que se grabe en localizaciones como el Parque Marítimo del Mediterráneo, las murallas reales de época portuguesa o los miradores entre otros lugares emblemáticos que posee la ciudad. De esta forma las autoridades en materia turística de la ciudad han conseguido que se proyecte y se enseñe a los espectadores de la serie algunos de los lugares más turísticos de Ceuta. La emisión además de estos contenidos se producirá en el prime time de la parrilla de Telecinco.

A continuación adjunto una noticia de un medio de comunicación al respecto de esta polémica.

TELEVISIÓN

'El Príncipe', ¿beneficia o perjudica a Ceuta?

El gobierno ceutí apoyó el rodaje hasta con dinero mientras que los comerciantes se quejan de que la ficción provoque recelo a la hora de cruzar el Estrecho

PRÍNCIPE BENEFICIA PERJUDICA CEUTA

La segunda temporada de la serie de Telecinco 'El Príncipe', la más vista en la actualidad con sus más de cinco millones de fieles, ha abierto el debate sobre si su emisión, y sobre todo los temas de los que habla, benefician o perjudican realmente a la imagen de Ceuta y, en particular, del propio barrio que da nombre a la misma.

Mientras que fuentes del Gobierno ceutí que preside Juan Jesús Vivas (PP), el mismo que aportó unos 60.000 euros para colaborar con el rodaje en la zona, festejan que en esta ocasión la productora haya apostado por más tomas panorámicas de la ciudad, para dar a conocer mejor sus atractivos, desde otros sectores existe disparidad de criterios.

Por un lado, muchos empresarios y comerciantes creen que la serie ofrece una visión de Ceuta relacionada con el yihadismo y el tráfico de sustancias estupefacientes que puede provocar un recelo en muchas personas a la hora de cruzar el Estrecho.

Por otro, son también muchos los que creen que dada la gran repercusión que está teniendo la ficción no se le puede achacar a ésta que cuente en realidad lo que está pasando en la ciudad, donde se siguen produciendo detenciones relacionadas con el yihadismo.

Dejadedz institucional

Por detenciones como esas es por lo que nadie se ha escandalizado en la Policía por lo que se cuenta en la serie, hasta el punto que desde el Cuerpo se mantiene que aquella no puede contribuir a manchar ninguna imagen cuando las estadísticas oficiales "son las que son y no se pueden cambiar".

La barriada de Príncipe Alfonso es desde hace ya años uno de los barrios 'más peligrosos' de Europa, y son muchos los residentes del mismo los que están cada vez más hartos de haberse convertido en el centro de todas las miradas por las operaciones yihadistas.

CAPÍTULO 2: CASO DE ESTUDIO

ANÁLISIS DEL IMPACTO TURÍSTICO DE LA SERIE “ISABEL”

CAPÍTULO 2: CASO DE ESTUDIO. ANÁLISIS DEL IMPACTO TURÍSTICO DE LA SERIE “ISABEL”

2.1 CONTENIDO DE LA SERIE

2.1.1 INTRODUCCIÓN

Esta serie de ficción histórica española ha sido producida por Diagonal TV para Televisión Española. La serie está basada en la vida de la reina Isabel de Castilla (1451-1504). Narra hechos reales pero no es un documental. Consta de 3 temporadas y 39 capítulos en total. El primer capítulo se emitió el 10 de septiembre de 2012 y el capítulo final fue el pasado 1 de diciembre de 2014. Su emisión fue un éxito con una media que rondó los 4 millones de espectadores y un 20% de share, la serie también ha recibido 13 premios nacionales y 5 internaciones entre los que destaca el de Mejor Serie Internacional en el Festival de Hamburgo en 2013.

2.1.2 PRIMERA TEMPORADA

La primera temporada de la serie arranca en el año 1461, cuando Isabel y su hermano Alfonso son trasladados desde la ciudad de Arévalo donde residían hasta ese momento con su madre Isabel de Portugal. Los infantes son llamados por su hermanastro el rey Enrique IV de Castilla a la corte que se situaba en la ciudad de Segovia para evitar que puedan ser utilizados por la nobleza del reino contra la corona cuando los reyes anuncien el nacimiento de su futuro heredero. El rey promete a sus hermanos que podrán volver con su madre a la ciudad de Arévalo una vez se produzca el nacimiento de su hijo, pero el destino quiere que los reyes tengan una hija (Juana) lo que complica el futuro Isabel y Alfonso. Ambos hermanos deben entonces continuar en la corte segoviana. Los nobles castellanos juran a la princesa Juana como heredera al trono de Castilla pero algunos de ellos alentados principalmente por el personaje de Juan

Pacheco, marques de Villena, empiezan a difundir el rumor de que la princesa Juana no es realmente hija del rey sino de uno de los consejeros de Enrique IV, Beltrán de la Cueva. Presionado por estos nobles el rey nombra a su hermano Alfonso heredero de la corona. Comienza de esta manera un conflicto entre los dos hermanos que desembocará en la batalla de Olmedo, donde ninguno de los dos llega a imponerse definitivamente sobre el otro. En julio de 1468 el infante Alfonso muere a los 15 años de edad y los nobles castellanos partidarios de su causa pasan entonces a apoyar a la infanta Isabel.

El rey Enrique IV y la infanta Isabel firman los conocidos Pactos de Guisando en septiembre de 1468, en el cerro de Guisando, junto a un conjunto de berracos de piedra de origen prerromano en la actual localidad de El Tiemblo en la provincia de Ávila. Con este pacto el rey Enrique IV reconoce a su hermana Isabel el derecho de ser considerada Princesa de Asturias y legítima heredera al trono de Castilla en lugar de su hija Juana, que no es considerada apta para la sucesión por haber nacido de un matrimonio que no disponía de la bula papal obligatoria al ser los contrayentes primos. La Infanta Isabel por su parte reconoce que deberá casarse con quien ella considere oportuno pero teniendo siempre el consentimiento del rey. Finalmente Isabel elige como marido a Fernando de Aragón en contra de los deseos de su hermano que se opuso siempre a ese matrimonio. La temporada finaliza con la muerte del rey Enrique IV en el año 1474 y la proclamación en la ciudad de Segovia de Isabel como reina de Castilla.

Tabla 10: Audiencias de Isabel. Temporada 1

CAPÍTULO	FECHA DE EMISIÓN	AUDIENCIA
Capítulo 1	Lunes 10/09/2012	20,10%
Capítulo 2	Lunes 17/09/2012	20,20%
Capítulo 3	Lunes 24/09/2012	20,30%
Capítulo 4	Lunes 01/10/2012	16,10%
Capítulo 5	Lunes 08/10/2012	16,90%
Capítulo 6	Lunes 15/10/2012	18,30%
Capítulo 7	Lunes 22/10/2012	18,90%
Capítulo 8	Lunes 29/10/2012	20,70%
Capítulo 9	Lunes 05/11/2012	22,00%
Capítulo 10	Lunes 12/11/2012	21,30%

Capítulo 11	Lunes 19/11/2012	20,40%
Capítulo 12	Lunes 26/11/2012	20,30%
Capítulo 13	Lunes 03/12/2012	22,60%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de www.formulatv.com

2.1.3 SEGUNDA TEMPORADA

La segunda temporada de esta serie de ficción arranca en plena guerra civil en Castilla entre los partidarios de Isabel y los de Juana. Estos últimos acuden al vecino reino de Portugal y consiguen un matrimonio entre la niña Juana y su tío el rey Alfonso V. De esta manera Portugal declara la guerra a Isabel y reclama para Juana la corona de Castilla. Tras 4 largos años de guerra por la sucesión castellana Isabel consigue la victoria y recluye a su sobrina Juana en un convento en la ciudad de Lisboa. El rey portugués Alfonso V fallece y el nuevo rey Juan II consigue de Isabel la promesa de un matrimonio entre los hijos de ambos. Tras el fin de esta guerra los reyes católicos establecen la Inquisición en el reino al frente de la cual se encontrará Tomás de Torquemada. En el transcurso de esta segunda temporada veremos también el nacimiento de los 4 hijos de los reyes católicos.

El objetivo principal del reinado de Isabel cada vez más afianzada como reina será la reconquista de Granada, que se prolongará durante 10 largos años. Para esto se aprovecharán de las luchas internas entre el emir Muley Hacén y su primera mujer Aixa que se siente desplazada por la repentina aparición de la nueva esposa del emir, una mujer castellana Isabel de Solís, que se convierte al Islam bajo el nombre de Zoraida. Boabdil, hijo de Aixa y de Muley Hacén es desplazado a un segundo plano de la sucesión del trono de Granada tras el nacimiento del hijo de Zoraida y el emir Muley. Esto provoca que Boabdil se subleve contra su padre y acceda al trono. En este momento, con el reino dividido en dos, los reyes católicos capturan a Boabdil que le ofrecen ayuda para derrotar a su padre. A cambio los reyes católicos exigen la ciudad de Granada cuando él sea el único emir, para lo que tendrán como rehén al hijo de Boabdil en Castilla. Muerto el emir Muley y tras la toma de la ciudad de Málaga Boabdil, cree que podrá resistir en Granada a las tropas de los reyes católicos que asedian la ciudad gracias al apoyo de los turcos, pero los reyes castellanos levantan un campamento frente

a la Alhambra y asedian la ciudad hasta que el hambre y la miseria se tornan insostenibles para los habitantes granadinos. Finalmente el emir Boabdil no tiene otra opción que entregar la ciudad de Granada a los reyes castellanos.

De forma paralela a la toma de Granada la reina Isabel escucha la propuesta de un navegante llamado Cristóbal Colón sobre un viaje a las Indias. Tras la toma de Granada los reyes dan consentimiento y financiación al proyecto de Colón. También tomarán la decisión de expulsar de manera definitiva a los judíos de los reinos de Castilla y de Aragón alentados por Tomas de Torquemada.

La temporada finaliza con el matrimonio entre la hija mayor de los reyes católicos, la infanta Isabel y Alfonso de Portugal, heredero al trono del país vecino tal y cómo habían acordado años atrás. Los jóvenes esposos se enamoran rápidamente a pesar de los 5 años de diferencia que les separan pero apenas un par de meses después de la boda Alfonso muere tras caerse de un caballo.

Tabla 11: Audiencias de Isabel. Temporada 2

CAPÍTULO	FECHA DE EMISIÓN	AUDIENCIA
Capítulo 14	Lunes 09/09/2013	19,20%
Capítulo 15	Lunes 16/09/2013	18,30%
Capítulo 16	Lunes 23/09/2013	18,90%
Capítulo 17	Lunes 30/09/2013	19,10%
Capítulo 18	Lunes 07/10/2013	19,50%
Capítulo 19	Lunes 14/10/2013	18,50%
Capítulo 20	Lunes 21/10/2013	14,80%
Capítulo 21	Lunes 28/10/2013	14,60%
Capítulo 22	Lunes 04/11/2013	14,60%
Capítulo 23	Lunes 11/11/2013	14,80%
Capítulo 24	Lunes 18/11/2013	15,90%
Capítulo 25	Lunes 25/11/2013	13,90%
Capítulo 26	Lunes 02/12/2013	16,30%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de www.formulatv.com

2.1.4 TERCERA TEMPORADA

La tercera y última temporada de la serie comienza con el descubrimiento de América el 12 de octubre de 1492. Esto y la conquista de Granada produce en los reyes católicos la sensación de haber alcanzado todas las metas que se propusieron al comienzo de su reinado. Comienzan entonces a establecer alianzas con reinos extranjeros a través de los matrimonios de sus cuatro hijos. La primera en partir fuera del reino de Castilla será la infanta Juana, en dirección a Flandes para contraer matrimonio con Felipe de Habsburgo, más conocido como Felipe el Hermoso. La boda tiene lugar el 20 de octubre de 1496.

El ambiente en la corte de Flandes es totalmente diferente en ambos reinos siendo la corte de Flandes mucho más abierta y relajada que la corte castellana lo que provoca gran asombro a Juana. La atracción entre ambos jóvenes es mutua desde el principio de su relación pero Felipe, influenciado por el rey de Francia y por su ambición desmedida pronto comenzó a utilizar a la infanta Juana como moneda de cambio en la relación con sus suegros, los reyes católicos.

La temporada continúa con la boda entre Juan de Aragón, príncipe de Asturias y Margarita de Austria el 23 de abril de 1497 en la catedral de Burgos. Tan sólo 6 meses después de la boda el príncipe Juan fallece en la ciudad de Salamanca cuando acudía al enlace de su hermana Isabel con el rey de Portugal. La muerte del Príncipe de Asturias será la primera de una larga lista que irán poco a poco mermando las fuerzas de la reina Isabel. Según las crónicas de la época, Juan era para Isabel su hijo predilecto, el elegido para reinar sobre Castilla y Aragón y unir definitivamente ambos reinos de la península ibérica. En el momento de la muerte del príncipe Juan, su esposa Margarita estaba embarazada, por lo que todas las esperanzas de los reyes y en especial de la reina Isabel se vuelcan en ese niño que está por nacer. Finalmente Margarita dio a luz una niña que nació muerta a principios del año 1498. Isabel, la hija mayor de los reyes católicos pasa así a convertirse en la heredera de Aragón y Castilla.

Isabel de Aragón y de Castilla se casa en segundas nupcias con Manuel de Portugal el 30 de septiembre de 1497. La princesa ya era muy querida en el país vecino a raíz de su

primer matrimonio con Alfonso de Portugal. Fruto de esta unión nació el 23 de agosto de 1498 el conocido como Miguel de la Paz. El parto fue bastante complicado por lo que tras dar a luz la princesa Isabel falleció. Esto supuso otro gran golpe para la reina católica y convirtió al pequeño Miguel en el futuro heredero no sólo de Castilla y Aragón sino también de Portugal. El niño, que desde su nacimiento había sido bastante débil, fallecería poco antes de cumplir los 2 años de edad, lo que provocó que Juana se convirtiera en la nueva heredera de los reinos.

La tercera hija de los reyes católicos, la infanta María, termina casándose con Manuel de Portugal, viudo de su hermana Isabel el 30 de octubre de 1500. La hija pequeña de los reyes católicos, la infanta Catalina, se casará con Arturo Tudor en 1501, y tras el fallecimiento de este a los 5 meses de la boda, contraería matrimonio de nuevo con el conocido Enrique VIII en el año 1509.

La temporada y la serie finalizan con la muerte de la reina Isabel en la ciudad de Medina del Campo, provincia de Valladolid, el 26 de noviembre de 1504. El fallecimiento de sus dos hijos Isabel y Juan así como el de su nieto Miguel junto a la certeza cada vez mayor que tenían los reyes de la incapacidad de su hija Juana para gobernar debido a su poco interés por la política y a la gran influencia que sobre ella ejercía Felipe de Habsburgo ponen punto y final a esta serie.

Tabla 12: Audiencias de Isabel. Temporada 3

CAPÍTULO	FECHA DE EMISIÓN	AUDIENCIA
Capítulo 27	Lunes 08/09/2014	17,60%
Capítulo 28	Lunes 15/09/2014	15,50%
Capítulo 29	Lunes 22/09/2014	15,40%
Capítulo 30	Lunes 29/09/2014	15,90%
Capítulo 31	Lunes 06/10/2014	15,80%
Capítulo 32	Lunes 13/10/2014	15,00%
Capítulo 33	Lunes 20/10/2014	16,40%
Capítulo 34	Lunes 27/10/2014	16,60%
Capítulo 35	Lunes 03/11/2014	16,50%
Capítulo 36	Lunes 10/11/2014	16,20%

Capítulo 37	Lunes 17/11/2014	16,20%
Capítulo 38	Lunes 24/11/2014	16,80%
Capítulo 39	Lunes 01/12/2014	19,40%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de www.formulatv.com

2.2 DIFERENTES EJEMPLOS DE IMPACTO DE LA SERIE EN ESPAÑA

2.2.1 LA RUTA DE ISABEL EN CASTILLA Y LEÓN

Son muchos los municipios y regiones que no se han quedado atrás y han comenzado a realizar visitas bien guiadas pero también para realizar por libre y dar así a conocer los lugares históricos, palacios o municipios en los que la reina Isabel estuvo o tuvieron una importancia relevante durante su reinado. Granada, Segovia, Medina del Campo o Arévalo son sólo algunos ejemplos.

Una de las primeros gobiernos regionales en aprovechar turísticamente el impacto de la serie fue la Junta de Castilla y León a través de su Consejería de Turismo. Ya en noviembre de 2012, tan sólo un mes y medio después de su estreno en televisión, y aprovechando la feria de Intur de turismo de interior, se presentó la Ruta de Isabel en Castilla y León.

El itinerario de la ruta discurre por toda la comunidad autónoma e incluye desde la localidad de su nacimiento, Madrigal de las Altas Torres, hasta la de su muerte, Medina del Campo. Se hace referencia esencialmente a ambas localidades mencionadas, así como Tordesillas, Segovia, El Tiemblo, Ávila, Dueñas o Medina de Rioseco entre ambas. Para llevar a cabo la promoción de la ruta se editaron folletos que fueron distribuidos por todas las oficinas de turismo de la región. En el folleto aparece información detallada de las localidades a visitar y de las localizaciones específicas que aparecen en la serie. La ruta se puso en marcha dentro del Plan de Marketing Turístico de la Junta de Castilla y León que apostaba por crear productos turísticos

especializados. En FITUR 2013 la Junta contó con la presencia de Michelle Jener y Rodolfo Sancho, los protagonistas que dieron vida a los reyes católicos en la serie de TVE para realizar la promoción de la Ruta de Isabel.

Actualmente no existen datos estadísticos concretos acerca del número de personas que ha realizado dicha ruta. La Consejería de Turismo de la Junta de Castilla y León nos remite a cada una de las oficinas de turismo provinciales donde tiene lugar dicha ruta. Consultadas estas oficinas todas ellas me indican que no disponen de datos estadísticos concretos acerca del número de consultas sobre la ruta de Isabel. El hecho de que la ruta se realizara de manera individual tan sólo con los folletos que se distribuyeron por las oficinas de turismo de Castilla y León y la información turística de la página web de la Junta dificulta este trabajo de recogida de datos estadísticos. Varios representantes políticos de Castilla y León se han manifestado su malestar con respecto a la promoción y a la actual concepción de la ruta al considerarla excluyente y precipitada. Tan sólo tres provincias de las nueve que componen la región formaban parte del itinerario turístico. Además de los 26.000€ que la Junta destinó a la promoción de la ruta sólo 3.500€ se habrían destinado a la promoción en sí misma con la elaboración de folletos turísticos. El resto del dinero fue destinado al pago de la contratación de los actores protagonistas de la serie en Fitur del año 2013.

2.2.2 LA RUTA DE ISABEL EN GRANADA

Otra de las ciudades que realizan visitas guiadas relacionadas con la reina Isabel es Granada. La conquista de la ciudad supuso un gran hito en el reinado de Isabel y tanto ella como Fernando el Católico están enterrados en la Capilla Real de Granada junto a su hija Juana y el marido de esta, Felipe de Habsburgo.

La visita guiada “La Reina Isabel” centrada en la figura de la reina se oferta los sábados a las 11:00 horas, tiene una duración aproximada de 2 horas y un precio de 12€ por persona. Durante la visita se explican algunos de los hechos más relevantes de la vida de la reina. También incluye la explicación del Ayuntamiento de la ciudad, fundado en 1500 por los Reyes Católicos, el convento de las Comendadoras de Santiago construido

Caso de estudio. Análisis del impacto turístico de la serie “Isabel”

por orden de la reina Isabel tras la toma de la ciudad. También se visita el monumento a la reina Isabel y a Cristóbal Colón erigido, en la plaza de Isabel la Católica, en 1892 para conmemorar el cuarto centenario del descubrimiento de América. La escultura es obra del valenciano Mariano Benllure. El recorrido finaliza con la visita al mausoleo de los reyes católicos en la Capilla Real.

La visita se comenzó a realizar días 1,2 y 3 de noviembre de 2012, cuando se cumplían 508 años del fallecimiento de la reina y la serie llevaba 2 meses en la parilla de TVE. La concejal de turismo de Granada, Rocío Díaz, recalco durante la rueda de prensa de la presentación: “la propuesta ha tenido gran acogida entre las instituciones colaboradoras”. La concejal recalco el papel fundamental de la reina Isabel a la que consideró la fundadora de la Granada moderna.

Tan sólo un mes después, a principios de diciembre de 2012 el Ayuntamiento de Granada presenta otras 2 visitas guiadas que se suman a esta primera centrada con el personaje de Isabel la Católica. Las rutas que se realizarán a partir de esa fecha son:

- La Reina Isabel
- Granada, protagonista de la historia
- Ruta del Ayuntamiento de Granada, Fundación Real.

La primera de las rutas es la que ya se venía realizando desde hacía un mes por la ciudad centrada en el personaje de Isabel. La segunda de estas visitas pretende dar a conocer el orden político que se instauró en la ciudad tras la conquista de los Reyes Católicos. Y por último la tercera de las visitas gira en torno al primer Ayuntamiento de la edad Moderna fundado por la reina Isabel.

En palabras de nuevo de Rocío Díaz: “Granada no quiere dejar pasar la oportunidad de promoción que está suponiendo esta serie televisiva.” La concejal también explica que estas rutas han sido diseñadas como consecuencia “de la creciente demanda de los turistas que visitan la ciudad cada vez mas interesados en conocer detalles a raíz de la serie de TVE que recrea su vida y su reinado”.

Hoy en día la Empresa Municipal de Turismo de Granada a través de la asociación de guías turísticos de la ciudad promociona y comercializa la visita de: “La Reina Isabel”. Tras varios intentos de conseguir datos turísticos acerca del número de personas que ha realizado esta visita guiada bien a través de guía que realiza la misma habitualmente así como a través de Granadatur no he conseguido respuesta alguna por su parte. Granadatur se limita a informarme que ellos promocionan a través de su página web y el resto de sus soportes publicitarios esta ruta igual que otras muchas pero que no disponen de datos acerca del número de personas que ha realizado la visita. Por otro lado he contactado con el guía oficial que realiza habitualmente la visita guiada todos los sábados y no he obtenido respuesta alguna por su parte.

2.2.3 LA RUTA DE ISABEL EN EXTREMADURA

La Junta de Extremadura es otra de las regiones que aprovechando el tirón de la serie ha elaborado diversos productos turísticos relacionados con el personaje de Isabel. A través del portal de turismo de la Junta se puede acceder a un completo itinerario pensado para realizar de manera individual y recorrer así rincones de la región que estuvieron relacionados con la reina. Se presta especial interés al vínculo familiar de Isabel con los Portugal, país limítrofe con Extremadura. También mencionan el Santuario de Guadalupe que Isabel visitó varias veces a lo largo de su vida y Plasencia y Cáceres. Ambas ciudades sirvieron de escenario durante el rodaje de la serie de TVE.

Partiendo de esta base general la Junta de Extremadura ha desarrollado diferentes subproductos relacionados con Isabel que se presentan en la siguiente página web: www.rutadeisabellacatolica.es. La web permite acceder a ofertas exclusivas en casa rurales de Extremadura, visitas teatralizadas en torno al personaje de Isabel y de su sobrina Juana la Beltraneja, hasta rutas a caballo o en bicicleta. También proponen la realización de talleres de alfarería, catas de vino y hasta gymkhanas.

La web dispone de cuatro pilares fundamentales:

- Lugares donde alojarse

Caso de estudio. Análisis del impacto turístico de la serie “Isabel”

- Visitas históricas
- Gastronomía
- Espacios Naturales

Pero cuando analizamos cada uno de los productos ofertados nos damos cuenta que en realidad son actividades turísticas muy concretas y la mayoría de ellas sin mucha relación con la serie o con el personaje a excepción de las visitas guiadas teatralizadas centradas en el personaje de la reina.

La Junta de Extremadura no dispone de datos de contratación de los diferentes productos que se ofertan en la web. En cada una de las diferentes propuestas tanto de alojamiento, restauración o servicios aparece el nombre y contacto de la persona que realiza el servicio. Las propuestas son tantas y tan variadas que tras consultar a 10 proveedores ninguno tiene datos concretos acerca de cuantas personas les han contactado porque han visto su propuesta en la web en cuestión o en otra diferente.

2.2.4 ISABEL EN MEDINA DEL CAMPO

Isabel pasó algunas temporadas en la villa pero cabe destacar que falleció en esta localidad castellana de Medina del Campo en la provincia de Valladolid. La ciudad conserva varios espacios íntimamente ligados con el personaje de Isabel la Católica. El primero de estos lugares y probablemente el más importante, es el Palacio Real Testamentario donde la reina testó y falleció el 26 de noviembre de 1504. El nombre del palacio ya hace referencia al hecho principal que se produjo en el y que fue la redacción del testamento de Isabel la Católica. Este lugar ha sido declarado Bien de Interés Cultural por la Junta de Castilla y León y actualmente es posible visitarlo. De hecho, se ha instalado un Centro de Interpretación de entorno a la figura de Isabel la Católica haciendo especial hincapié al testamento de la reina.

Desde el Ayuntamiento de Medina del Campo han ideado una ruta que recorre todos los edificios históricos de la villa que tuvieron relación con Isabel la Católica para que tanto

los visitantes como los propios habitantes de Medina puedan conocer la historia de la reina en el municipio. La segunda parada de esta ruta es el Castillo de la Mota. El castillo es sin duda el monumento más relevante de la villa y fue construido en varias etapas. Durante el reinado de Isabel la Católica se construyó la Torre del Homenaje y la barrera exterior del castillo.

La ruta propuesta continúa por las Reales Carnicerías, el Monasterio de Santa María la Real y las Iglesias de San Martín y San Antolín.

El Área de Turismo de Medina del Campo propone esta ruta en su página web para que los visitantes puedan realizarla de manera individual durante su visita. El ayuntamiento de la villa no realiza ningún seguimiento acerca del número de personas que ha realizado la visita a estos lugares o que ha mostrado interés por el personaje de Isabel La Católica.

Por su parte el Palacio Real Testamentario, el Castillo de la Mota y la Iglesia de San Antolín han puesto en marcha desde noviembre de 2012 una entrada conjunta a los espacios que han denominado: “Caminos de una Reina”. Esta promoción permite a los visitantes que se acerquen hasta Medina realizar una visita guiada por estos tres espacios y se comercializa tanto a nivel individual como a nivel de visita para grupos.

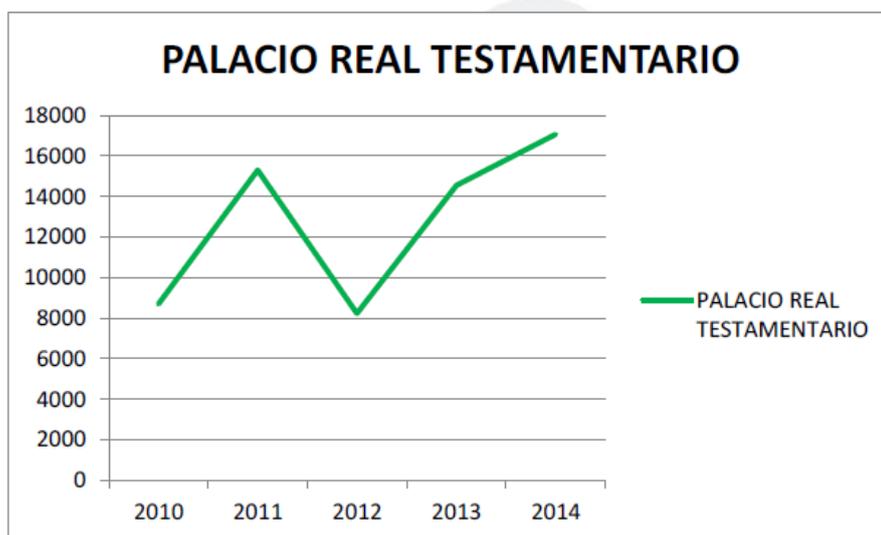
Sí disponemos de los datos de visitantes del Palacio Real Testamentario y del Castillo de la Mota que analizaremos a continuación. Los datos que ambos monumentos me han facilitado se remontan al 2010. Ese año visitaron el palacio un total de 8699 personas. Durante el año 2011 la cifra ascendió hasta las 15.312 personas. En el 2012, cuando la serie comenzó a emitirse el número de visitantes descendió hasta las 8.232 personas. Debemos destacar en este momento que durante el año 2011 se celebró en Medina del Campo la exposición de las Edades del Hombre. La exposición que se celebró tanto en Medina del Campo como en Medina de Rioseco atrae a un gran número de visitantes por lo que el descenso en el número de visitantes entre los años 2011 y 2012 es fácilmente achacable a este hecho en concreto. El año 2013 el número de personas que visitó el Palacio ascendió hasta las 14.561 personas. Este dato supone un incremento de un 76% entre el año 2012 y el año 2013. Por último los datos del año 2014 indican que

Caso de estudio. Análisis del impacto turístico de la serie “Isabel”

visitaron el Palacio fueron un total de 17.075 personas. Exceptuando el año 2012 en que las visitas se redujeron un 46% con respecto al año 2011, como ya hemos comentado debido en gran parte a la exposición de las Edades del Hombre en la localidad, las cifras han ido aumentando progresivamente. También cabe destacar que la producción de TVE se estrenó en septiembre de 2012 con el año prácticamente a punto de concluir por lo que debemos centrar la atención en el incremento del 76% respecto del año 2012 al 2013 y el incremento del 17% entre los años 2013 y 2014, que sin ser tan espectacular como el dato del año anterior sigue siendo una cifra bastante considerable.

También cabe destacar que tras conversación telefónica con el personal del Palacio confirman que efectivamente las preguntas en relación al personaje de la reina y en relación a la serie han aumentando considerablemente desde la emisión de la serie de televisión. A continuación en el siguiente gráfico se puede observar la evolución de los datos de visitantes en estos 4 años analizados y se aprecia claramente el ascenso de visitantes en los últimos 2 años.

Gráfico 3: Evolución de los visitantes en el Palacio Real Testamentario de Medina del Campo



Fuente: Gráfico de la empresa Master Agonía. Gestión y Dinamización de Espacios Culturales

Con respecto al Castillo de la Mota disponemos igualmente de datos estadísticos desde el año 2010. Los datos de cada año hasta 2014 son los siguientes:

Tabla 13: Visitantes al Castillo de la Mota en Medina del Campo. Años 2010-2014

AÑO	VISITANTES
2010	22.512 personas
2011	35.090 personas
2012	26.926 personas
2013	30.737 personas
2014	34.422 personas

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la empresa Master Agonia

Al igual que ocurrió con el Palacio Real Testamentario lo primero que observamos es el importante incremento del año 2010 al 2011. Nada menos que un aumento del 55% debido en gran medida a la exposición de las Edades del Hombre que tuvo lugar durante el 2011. Debemos centrar el foco del análisis en los años 2013 y 2014. Entre estos dos años el aumento fue del 12%. Este aumento no es tan significativo como en el caso del Palacio Real Testamentario, pero debemos tener en cuenta que aunque el Castillo de la Mota sea el monumento principal de Medina del Campo no está tan directamente relacionado con Isabel La Católica. Cabe destacar no obstante que sigue siendo un aumento bastante considerable aunque no tan claro como en el caso del Palacio.

2.3 ISABEL EN SEGOVIA

La ciudad de Segovia incorpora la visita guiada “Isabel en Segovia” el domingo 13 de enero de 2013. La ruta se realizará todos los domingos a las 11:45 horas. Tiene una duración aproximada de 2 horas y 30 minutos y un coste de 10,50€ para los adultos y 7,20€ para los niños, estudiantes hasta 25 años y jubilados. La ruta comienza a los pies del Acueducto romano, junto al Centro de Recepción de Visitantes y discurre por el barrio de los Caballeros. La primera parada es la Casa de las Cadenas en la calle San Juan, palacio residencia en la época de Isabel del matrimonio Cabrera-Bobadilla. La pareja perteneciente a la nobleza castellana y en especial Beatriz de Bobadilla está estrechamente relacionada con Isabel. La visita continúa hasta el antiguo palacio de

Caso de estudio. Análisis del impacto turístico de la serie “Isabel”

Enrique IV en la plaza de los espejos, donde se sabe con seguridad de la reina residió durante su infancia en sus visitas a Segovia. El recorrido de la ruta llega a continuación al barrio judío de la ciudad, concretamente a la Casa de Abraham Seneor, rabino mayor de Castilla. La siguiente parada se realiza en la Plaza Mayor de Segovia, concretamente en la Iglesia de San Miguel. En esta iglesia tuvo lugar la proclamación de Isabel como reina el 13 de diciembre de 1474. La visita termina en el Alcázar, lugar de residencia de los reyes castellanos en la época de los reyes católicos.

La concejala de turismo del Ayuntamiento de Segovia, Claudia de Santos, presentó la nueva ruta guiada coincidiendo con el 538 aniversario de la proclamación de Isabel como reina de castilla en Segovia. En palabras de la concejal la ruta comienza a perfilarse debido a tres razones: “La demostrada voluntad de Turismo de Segovia en diversificar la oferta; la atención a la demanda que el éxito de la serie de TVE ha provocado en la gente, porque los visitantes de la ciudad preguntan por los escenarios, y poner en evidencia un patrimonio inmaterial que la ciudad puede mostrar.”

En el momento en que la ruta de Isabel se estrenó la Empresa Municipal de Turismo de Segovia contaba con otras visitas guiadas programadas que se ofrecían de manera diaria a los visitantes a la ciudad.

La primera de estas rutas en cuanto a volumen de participantes es la ruta de Patrimonio de la Humanidad que recorre el eje principal del casco histórico desde el Acueducto romano hasta el Alcázar. Esta es sin duda la visita guiada más demandada por los turistas que visitan la ciudad. La visita se realiza de manera regular desde el comienzo de la actividad de la Empresa Municipal de Turismo en diciembre de 2004. Los boletines estadísticos que se realizan anualmente desde el año 2009 nos permiten tener datos acerca del número de personas que ha realizado dicha visita.

Durante los años 2009 y 2010 no se realizó una diferenciación en el número de personas que realizaba cada visita guiada, sino que los datos se analizaban contabilizando el número total de personas que contrataban el servicio de visita guiada. Centraremos por tanto el estudio de los datos a partir del año 2011. Ese año realizaron la ruta Patrimonio de la Humanidad un total de 3.741 personas. En el 2012 ese número ascendió hasta los

4.124 personas. El año 2013 es el mejor con diferencia ascendiendo el número de participantes a la visita hasta los 8.612 personas. El ascenso es mayor cada año llegando incluso a doblarse entre el año 2013 y 2014.

La segunda visita que analizaremos es la visita: “Conoce la Judería”. Fue la segunda de las rutas guiadas en incorporarse a como producto turístico de la Empresa Municipal de Turismo poco tiempo después de la creación de la ruta Patrimonio de la Humanidad. Esta visita se centra en el antiguo barrio judío de Segovia y se visitan entre otros monumentos la antigua sinagoga de la ciudad, el centro didáctico de la judería y el museo de Segovia. Al igual que con la ruta de Patrimonio de la Humanidad no disponemos de datos individualizados de esta visita hasta el año 2011 cuando realizaron la visita un total de 418 personas. Un año después, en 2012, realizaron la visita 396 personas y en 2013 los datos descendieron hasta las 300 personas.

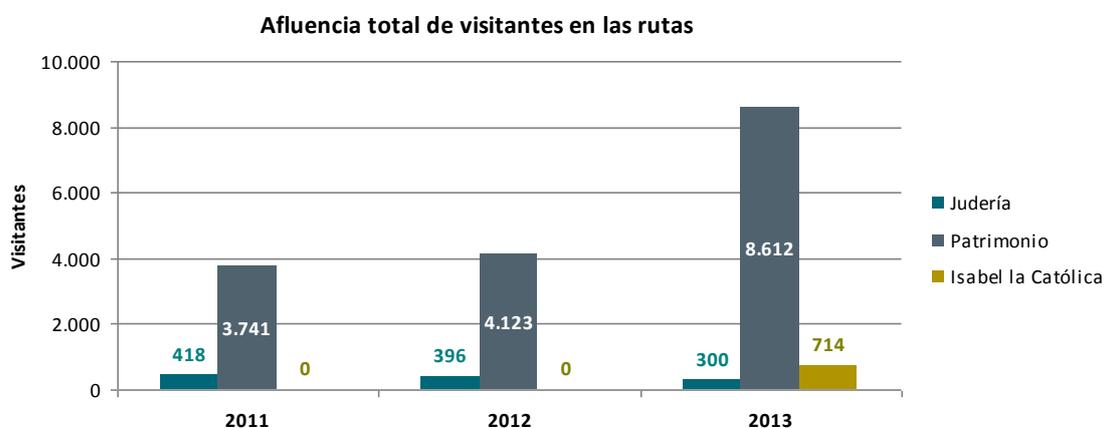
Como ya hemos comentado, la ruta de Isabel comenzó a ofertarse en enero del año 2013. La visita se comercializó en el Centro de Recepción de Visitantes hasta el pasado mes de julio de 2014. En total de personas que ha realizado dicha visita a lo largo del año 2013 ha sido de 714 personas.

Los datos estadísticos de los años 2011- 2013 nos permiten concluir que la visita de Patrimonio de la Humanidad es el producto estrella de la Empresa Municipal de Turismo. La mayoría de personas que llega hasta la ciudad eligen esta visita guiada. El Acueducto, la catedral y al Alcázar son los 3 pilares básicos sobre los que se apoya la visita y son productos tan fácilmente identificables y sólidos que por sí mismos atraen a un gran número de visitantes. Es un producto que sigue creciendo a muy buen ritmo y está lejos de llegar a su madurez. La visita “Conoce la Judería”, ha sido por excelencia el segundo producto de la empresa desde el comienzo de la actividad de la misma y ha mantenido unos datos estadísticos similares en los tres años analizados, si bien es cierto que ha ido sufriendo ligeras caídas. Es un producto no obstante demandado por un público muy concreto, interesado en el pasado judío de la ciudad. Los monumentos que se recorren en esta visita no son los principales de la ciudad son los que habitualmente el turista descubre tras una primera o segunda visita a Segovia.

Caso de estudio. Análisis del impacto turístico de la serie “Isabel”

De la visita Isabel en Segovia sólo tenemos datos de participantes en el año 2013. Tras el estudio de los datos estadísticos podemos llegar a la conclusión de que durante ese año la visita de Isabel en Segovia desplazó a la visita Conoce la Judería del segundo puesto que usualmente ocupada hasta la tercera posición. 300 personas realizaron la visita por la Judería mientras que 714 optaron por elegir la ruta de Isabel. Este dato supone un 57% de diferencia entre ambas visitas favorable a la ruta de Isabel en Segovia.

Gráfico 4: Evolución del número de personas que realizaron visitas guiadas en Segovia durante los años 2011- 2013



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Empresa Municipal de Segovia de Turismo S.A.U.

CONCLUSIONES

Tras estudiar el impacto que las series de televisión en el turismo a nivel general y el caso de la serie Isabel en particular podemos llegar a las siguientes conclusiones:

Primero, el impacto de las series en el turismo depende en gran medida del éxito de la serie en cuestión. Algunas series han tenido tanto éxito que el impacto que tiene en determinados destinos se mantiene invariable a lo largo del tiempo como por ejemplo la serie Verano Azul y la localidad de Nerja. Otras series sin embargo no suponen para los destinos un aumento del turismo en el largo plazo pero sí en el corto y medio plazo.

En segundo lugar cabe destacar que en todos los casos analizados el flujo de los turistas hacia los lugares relacionados con la serie en cuestión ha aumentado de manera muy rápida y significativa. A raíz de este aumento en el número de visitantes se han creado diferentes productos turísticos que estos visitantes comienzan a demandar. Muchos de los productos turísticos que surgen a consecuencia de una serie televisiva son muy efímeros y difíciles de contabilizar. Nacen como consecuencia de un interés muy concreto y tienen una vida muy corta, en parte debido a que el interés en ellos se centra mientras la serie de televisión se está emitiendo.

Por último, los organismos públicos o privados que ponen en funcionamiento estos productos turísticos no muestran demasiado interés por los mismos, así como por analizar los resultados que los productos han obtenido. Acciones tan simples como ponerse en contacto con la productora de la serie en cuestión para tratar de obtener material audiovisual con el que promocionar cada producto turístico, o buscar subproductos a raíz del producto principal apoyaría y fomentaría la visita al destino en cuestión y a fortalecer el producto recién creado. Sin embargo la mayoría de las administraciones públicas no tienen ningún tipo de control no de seguimiento acerca de cada uno de estos productos; es más, ni siquiera se han planteado a nivel formal si están resultando como ellos esperaban, ya que no disponen ni de datos estadísticos de

participantes ni de datos económicos que haya reportado el producto en cuestión en la localidad, región, etc...

Llegados a este punto se propone un sistema de indicadores que permita medir el impacto directo e indirecto de una serie de televisión en el turismo de una ciudad o región. Este sistema de indicadores debería incluir los siguientes puntos:

- Impacto directo: En este punto debemos tener en cuenta el número de plazas hoteleras ocupadas en un destino en concreto durante el rodaje de la serie, los días de estancia en el lugar y los ingresos económicos que el destino percibe durante la grabación de la serie.
- Impacto indirecto: En este punto el destino en cuestión deberá analizar el número de visitantes que recibe a lo largo de un periodo concreto de tiempo (por ejemplo un año, semana santa, etc.) atraído por la serie de televisión que estemos analizando. Igualmente deberían tener en cuenta el perfil del visitante, el tiempo medio de estancia en la ciudad, los ingresos que deja en destino, etc.
- Acciones estratégicas: Del consumo de un determinado producto turístico puede surgir de manera muy sencilla la compra de otro producto complementario. Es decir, los destinos tienen la posibilidad de ampliar sus ingresos y productos con la denominada venta cruzada. Los turistas atraídos a una localización de una serie de televisión no sólo consumen productos turísticos relacionados con la serie sino que aprovechan la visita al destino para realizar más actividades.

Una buena comunicación a la hora de comercializar los diferentes productos turísticos que oferta una ciudad o región puede favorecer la compra de más de un producto por lo que los ingresos en destino aumentarán considerablemente.

La mayoría de productos turísticos que ha surgido en torno a la serie de televisión Isabel en este caso han ido perdiendo peso en la primera línea de oferta de las regiones para dejar paso a otros. Muchos de los destinos siguen ofreciendo estos productos pero no tan asiduamente como cuando la serie se estaba emitiendo mientras que otros productos turísticos bien nuevos o aquellos que han funcionado a lo largo del tiempo. En todos los casos analizados los organismos competentes en materia turística no han tenido en

Conclusiones

cuenta ni siquiera se han planteado explorar otras alternativas que podrían bajo mi punto de vista continuar siendo rentables y atrayentes para la gran mayoría de visitantes y que en muchos casos podrían estar relacionados la serie en cuestión o con alguno de sus personajes y que podrían seguir siendo demandados e interesantes para los visitantes de esos destinos.

En el caso concreto de la serie Isabel se han creado muchos y muy diferentes productos a lo largo de la geografía española. En la mayoría de los casos me ha resultado imposible o muy complicado cuantificar a nivel estadístico y/o económico el impacto de estos productos.

Sorprende el caso de la Junta de Castilla y León que fue de los primeros en reaccionar e idear la ruta turística en torno a la figura de Isabel la Católica justo al comienzo de la emisión de la serie. Prepararon muy bien el camino de promoción de la ruta con la contratación de los dos protagonistas principales de la serie en FITUR como acto principal de la Junta de Castilla y León para ese año 2012, sin embargo, no han realizado ningún tipo de seguimiento posterior del producto. No disponen ni de datos de personas que ha realizado la ruta ni de consultas en las oficinas de turismo de la región. El hecho de que sólo hayan prestado atención al producto que crearon en el momento mas álgido de influencia de la serie nos habla de lo efímero de este producto, que con casi toda seguridad terminará en el olvido con el paso del tiempo. En esta misma línea la ciudad de Granada y la Comunidad Autónoma de Extremadura, ambas sin datos concretos en cuanto a participación en los productos turísticos creados en torno a la serie.

En el caso de Medina del Campo y en el de la ciudad de Segovia los datos analizados han puesto de manifiesto el interés de los visitantes en el momento de emisión de la serie pero centrados siempre en lugares muy concretos como por ejemplo el caso del Palacio Real Testamentario en Medina del Campo.

Tampoco ninguno de los destinos ha sido capaz de anticiparse a la emisión de nuevas series de televisión que ya están siendo grabadas, como por ejemplo la serie en torno al personaje de Carlos V, que actualmente se está rodando para TVE y que muchos y muy

variados lugares de toda la geografía española podrían aprovechar para explotar a nivel turístico. Esto debe hacernos reflexionar acerca del largo camino que aún nos queda por recorrer en cuando al marketing turístico relacionado con las series de televisión en España.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Araujo, N. y Fraiz, J.A. (2013). Las series audiovisuales como herramienta promocional de un destino turístico: el caso de España. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19. 8-15.
- Empresa Aster Magonía. Gestión y Dinamización de Espacios Culturales. Datos estadísticos del Palacio Real Testamentario y del Castillo de la Mota en Medina del Campo de los años 2010-2014.
- Empresa Municipal Palacio de la Magdalena S.A. (2013) Memoria anual 2013.
- Empresa Municipal de Turismo de Segovia S.A.U.(2014) Observatorio Turístico años 2012,2013 y 2014.
- Gatner, W.C. (1993). Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2 (2-3), 191-215.
- Hoffner,C. y Cantor, J. (1991). Perceiving and responding to mass media characters. En Bryant, J. y Zillmann, D. (Eds.). *Responding to the screen. Reception and reaction processes* (pp.63-102). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mancomunidad Comarca de la Sidra (2015). Comunicación personal (15 enero)
- Oficina de Turismo de Nerja (2014). Datos estadísticos años 2013 y 2014.

Recursos electrónicos:

- www.abc.es/viajar/20121030/abc-reina-catolica-estrena-201210301439.html
- www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/analisis-televisivo-2014-Barlovento.pdf
- www.bizjournals.com/albuquerque/news/2013/07/24/lerner-local-film-business-has-rebounded.html

Influencia de las series de televisión en el turismo: El caso de “Isabel”

- www.eldiariomontanes.es/v/20111214/santander/destacados/gran-hotel-impulsa-turismo-20111214.html
- www.elfarodigital.es/blogs/14031-el-cine-como-herramienta-de-promocion-turistica.html
- www.elnortedecastilla.es/20121213/local/segovia/segovia-incorpora-oferta-turistica201212131425
- www.estrelladigital.es/articulo/television/principe-beneficia-perjudica-ceuta/20150428222443237748.html
- www.es.viator.com/es/7380/tours/Dubrovnik/Exclusivo-de-Viator-Recorrido-a-pie-de-Juego-de-Tronos-en-Dubrovnik/d904-5360GAMESTRONES.html
- <http://www.formulatv.com/index.php?seccion=15&var=isabel/audiencias>
- <http://www.formulatv.com/series/doctor-mateo/audiencias/>
- <http://www.formulatv.com/series/gran-hotel/audiencias/>
- www.hosteltur.com/182640_rodaje-juego-tronos-genera-12000-pernoctaciones-sevilla.html
- www.ideal.es/granada/20131202/local/granada/tres-rutas-profundizan-historia-201312021613.html
- www.mexico.cnn/salud/2014/11/19/the-walking-dead-crea-un-turismo-zombi-en-las-calles-de-atlanta.html
- www.noticias.lainformacion.com/arte-cultura-y-espectaculos/series-y-culebrones/la-serie-el-principe-finaliza-el-rodaje-de-la-segunda-temporada-en-ceuta_WERKkMI7W2KES36oaQ9JL3/
- www.nyctourist.com/sightsee_tv.htmlwww.ocio.diarioinformacion.com/tv/series/la-ciudad-the-walking-dead-venta-nws394188.html
- www.ocio.diarioinformacion.com/tv/series/la-ciudad-the-walking-dead-venta-nws394188.html
- www.onlocationtours.com/location/friends.html
- www.rutadeisabellacatolica.es
- www.sevilla.abc.es/sevilla/20141104/sevi-rodaje-juego-tronos-supuesto-201411041350.html

Referencias Bibliográficas

- www.visitalbuquerque.org/albuquerque/film-tourism/breaking-bad/www.ocio.diarioinformacion.com/tv/series/la-ciudad-the-walking-dead-venta-nws394188.html
- www.20minutes.es/noticia/212525610/