



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 1º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

(Febrero de 1998)

## Promoción turística a través del sector audiovisual. El caso de Canarias

Lic. **María Teresa Sandoval Martín** ©

Doctoranda de Ciencias de la Información - Universidad de La Laguna

[mtsando@ull.es](mailto:mtsando@ull.es)

El nacimiento del cinematógrafo a finales del siglo pasado abrió una ventana al mundo similar a la de Internet en nuestro tiempo. El cine ofreció la posibilidad de acercar a un mayor número de gente las imágenes de las ciudades más famosas y de los parajes más bellos y exóticos del mundo, de los que sólo se sabía a través de las crónicas o relatos y de las habituales fotografías postales que imperaron en el siglo XIX. A su vez, los viajes a lugares lejanos se iban incrementando por todo el planeta gracias al desarrollo de los transportes, y, en las primeras décadas de este siglo, Canarias tendría un notable aumento de turistas gracias a la proliferación de grandes compañías navieras. En aquel entonces, desde los ámbitos intelectuales y políticos -nacionales y locales- comenzó a tenerse conciencia de la importancia del turismo como fuente de riqueza y del poder de la gran pantalla como medio de publicidad para dar a conocer una región y atraer turistas extranjeros. Posteriormente, con la televisión, las imágenes llegarían a un mayor número de espectadores y se ampliaría el abanico de posibilidades para dar a conocer un lugar.

En las islas, a lo largo de este siglo, se ha tratado de aprovechar las ventajas que conllevaba el valerse de estas dos vías de difusión para fomentar la principal industria del archipiélago, el turismo. En el presente trabajo pretendemos comentar las acciones de promoción turística directa e indirecta que han llevado a cabo instituciones de estas islas a través del cine y la televisión, y demostrar con algunos ejemplos cómo la utilización reiterada de parajes de este archipiélago para la filmación de documentales y de importantes películas ha contribuido a la divulgación de sus singularidades en el exterior.

### Cine y turismo

Una vez conocido el éxito del cine, los distintos órganos competentes en materia de turismo de los estados verían en él una fuente inagotable con la que poder mostrar en el exterior aquellos aspectos que más les interesaba, asegurándose de esta forma la propagación de una imagen positiva de su país, región o ciudad. Concretamente en España, según un artículo publicado en la prensa canaria, en 1925 el gobierno español había comunicado a todos los ayuntamientos, gobiernos civiles, cabildos, etc. que "se apoyaran (sic) a las empresas cinematográficas, dándoles toda clase de facilidades y además que se confeccionaran películas industriales y de propaganda para que sean proyectadas en el extranjero, divulgando por el mundo estos asuntos en beneficio de la nación" (Las Noticias, 5-10-1927) (1). Pocos años después, con la creación del Patronato Nacional de Turismo, durante la dictadura de Primo de Rivera, el fomento de los filmes por provincias se incrementaría aún más, ya que el presidente de la nación sentía suma admiración por el nuevo medio y en uno de sus discursos grabados llegó a afirmar que el cine era "uno de los progresos modernos que mayor revolución e influencia pueden (sic) ejercer en el arte de la difusión de ideas" (2).

En cuanto a lo que ocurría en Canarias, a mediados de los años veinte, la prensa local reclama continuamente la adopción de medidas efectivas para el desarrollo de este sector y aparecen varios artículos destacando las perfectas cualidades del cine para la divulgación de sus paisajes y costumbres en todo el mundo. Según un crítico de la época, se debía desarrollar cualquier asunto, por simple que fuese, en cada país interesado en esta clase de propaganda, que afirmaba, era la "más eficaz y acabada de cuantas se conocen". (El Progreso, 18-VIII-1927) (3).

Las autoridades del Cabildo de Tenerife, reconociendo el poder que tenía la gran pantalla, deciden en 1926 convocar un concurso de argumentos para hacer una película de la Isla que favoreciera sus intereses turísticos en el ámbito mundial, pero ésta no se llevaría a cabo (4). Varios años más tarde, con motivo de la celebración en 1929 de la Exposición Internacional de Barcelona y de la Exposición Iberoamericana de Sevilla, el Patronato Nacional de Turismo solicita a distintos órganos competentes de cada provincia un documental para ser exhibido en ambas exposiciones. Para ello, el Patronato de Turismo de Tenerife encarga una película a un fotógrafo alemán afincado en Santa Cruz de Tenerife, pero este proyecto tampoco tuvo resultado al dimitir los miembros del citado Patronato antes de que la cinta estuviera acabada.

Finalmente, sería el pionero de la cinematografía canaria, José González Rivero, el que llevara por su cuenta a ambas exposiciones el documental "Tenerife", y, además de difundirlo por la Península lo exhibiría en Venezuela y Cuba. Este sería el primer producto cinematográfico de origen canario en tener una difusión internacional (5). En Gran Canaria, el Patronato de Turismo encargaría una película de la isla con el mismo fin a una productora de Madrid, sin que hayamos podido averiguar si finalmente fue exhibida en ambos acontecimientos.

### **El inicio de las producciones extranjeras**

Paralelamente al desarrollo de estas producciones propiamente españolas, llegaban a la nación equipos foráneos para captar directamente con sus cámaras las ciudades más pintorescas de España.

A Canarias, conocida en el exterior por sus bellos paisajes, buen clima y vegetación tropical, llegaron también importantes empresas de producción cinematográfica que en diferentes documentales entre 1920 y mediados de los 30 retratarían y difundirían por todo el mundo la variopinta geografía, el clima, las costumbres y la economía del archipiélago. De este último aspecto, describirían la industria del plátano hasta el más mínimo detalle. Incluso una cinta de uno de los directores más significativos de la historia de este género, el canario Richard Leacock, posteriormente colaborador del gran creador del género documental Robert Flaherty ("Nanook el esquimal, 1922), llevaría el nombre de tan admirada fruta, "Canary Islands Bananas" (1936).

Sin embargo, las primeras imágenes cinematográficas conocidas sobre la difusión internacional de Canarias se remontan a los orígenes del cine, cuando uno de los operadores al servicio de los hermanos Lumière tomó unas escenas en el puerto de Tenerife de camino hacia otros continentes (6). Los siguientes documentos rodados por una firma extranjera corresponden a 1909, año en que se impresionan varias panorámicas de los lugares más nombrados fuera de las islas gracias a la literatura de viajes y a las postales, como era el pico del Teide y el drago de Icod en Tenerife. Tópicos que dieron la vuelta al mundo al repetirse con cierta continuidad en los documentales de la primera mitad de este siglo llevados a cabo por empresas nacionales, europeas y americanas. De entre todas estas producciones, sobresalen, por su impulso al turismo canario, las encargadas por las compañías de barcos para dar publicidad a sus cruceros.

Pero los documentales antiguos filmados por extranjeros, en ocasiones, contenían errores geográficos, y aunque esto no dañaba sensiblemente el perfil de Canarias, sí ha habido algunas veces en las que lo mostrado supuso una propaganda negativa para los intereses turísticos. Una de ellas fue la realizada por el director francés Yves Allegret, en 1932, "Teneriffe", un interesante documento social centrado en la pobreza y miseria de las zonas marginales y rurales de la isla.

### **El exotismo en el cine**

A medida que la industria cinematográfica fue aumentando, el protagonismo lo iban acaparando las películas argumentales, pero, éstas también generarían una importante publicidad de las islas. En Alemania hemos encontrado numerosos artículos sobre las películas realizadas por la productora de la época que más frecuentemente disfrutaría de los recursos naturales que ofrecía esta región, en la que podían rodar en unas mejores condiciones que en lugares más vírgenes y remotos del planeta, sin perder por ello el exotismo deseado. Se trataba de la mayor productora de aquel tiempo, la gran UFA, con sede en Berlín, y que en 1929 vendría a filmar a Tenerife y Gran Canaria "Si algún día das tu corazón" (Johannes Guter), e incorporaría nuevamente en sus planes de rodaje a estas islas para otras tres producciones más en los años treinta. Destaca por su éxito internacional y por la figura del director, Douglas Sirk, la titulada "La Habanera" (1937), y en la que Canarias sirvió para representar Puerto Rico. Estos rodajes favorecerían un mayor conocimiento de las Islas Canarias, principalmente

en Alemania y en Austria, donde la prensa diaria y especializada daba habitualmente informaciones del entorno donde se llevaban acabo las películas germanas (7).

Al igual que ocurrió con los primeros documentales, los films con argumento también podían provocar un efecto negativo sobre la afluencia de turistas cuando en el guión se incluían aspectos de la región tergiversando la realidad. Pudo haber sucedido esto con una producción de la Fox Film de 1934, basada en una popular novela del mismo nombre titulada "Grand Canary" (Irving Cummings). A pesar de llamarse así, la acción se desarrolla principalmente en la isla de Tenerife y la imagen desfavorecida del pueblo canario y la visión del archipiélago azotado por una epidemia de fiebre amarilla producirían la reacción en su contra de la colonia canaria durante su exhibición en Cuba y en Inglaterra (8). Sin embargo, los casos negativos no han sido los más frecuentes, predominando los documentos en los que se exaltan sus condiciones climáticas y su encanto paisajístico.

### **Idoneidad para todos los géneros**

Desde aquellas fechas hasta nuestros días se han realizado en este territorio cientos de películas e incontables documentales, sin olvidarnos de los innumerables anuncios publicitarios, programas de televisión y vídeos musicales, que han supuesto toda una promoción de los atributos de las islas de cara al exterior. En la década de los cuarenta aparecen los rodajes de los largometrajes españoles, exceptuando los hechos por canarios que habían comenzado mucho tiempo antes. Pero a partir de los cincuenta hubo una importante proliferación de producciones tanto nacionales como extranjeras que han marcado un momento crucial en la cinematografía hecha en Canarias (9).

Resumiendo las causas que han llevado a numerosas productoras de cine, televisión y publicidad a lo largo de estos ochenta y nueve años a elegir los exteriores de las islas podemos afirmar que básicamente han sido sus recursos naturales: un clima benigno con un promedio de 255 días de sol al año, una situación geográfica puente entre continentes y, además, si tenemos en cuenta que entre el punto más occidental y el más oriental hay seiscientos kilómetros, probablemente en el mundo no exista tanta variedad de paisajes en tan corto espacio geográfico.

De las innumerables películas de ficción nacionales y extranjeras realizadas a partir de mediados de siglo en esta región hemos seleccionado aquí tan sólo una pequeña muestra (10). De aquellas donde la acción real se desarrolla en Canarias cabe citar de la época del boom turístico de España "Cuando vamos a bañarnos a Tenerife" (traducción de "Wenn man baden geht auf Teneriffa", 1964, Helmuth M. Backhaus) en la que un grupo de estudiantes y su profesora van de vacaciones a la isla de Tenerife. Sin embargo, las localizaciones corresponden íntegramente a Gran Canaria. Un caso anecdótico, que valió para hacer propaganda turística de Tenerife, pero quienes frecuentaban estas tierras reconocerían indiscutiblemente la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria como el escenario de toda la cinta. Desde el punto de vista paisajístico, la del Dúo Dinámico, "Escala en Tenerife" (1964, León Klimmowsky) da la mayor publicidad gratuita del grupo de las españolas. Del ámbito televisual y de origen germano, "Die letzten Ferien" ("Las últimas vacaciones", 1975, Rainer Erler) servirá para mostrar los complejos turísticos y playas del Sur de Gran Canaria en una historia de herencias y de intentos de asesinato. "Muchas gracias Willy Woof" (1995, Maria Theresia Wagner), episodio de una serie infantil sobre un perro que habla que goza de una brillante fotografía de Fuerteventura y "Der Ferienartz" ("Médico de vacaciones", 1997) rodada principalmente en la zona turística del sur de Tenerife son los últimos telefilmes destacables realizados, que fueron emitidos en los canales de televisión alemanes en horario de máxima audiencia y sobre los que se publicaron amplios reportajes en revistas. También las cadenas españolas han incorporado en los guiones de varias series televisivas periodos de vacaciones de su protagonistas en esta región.

Sin embargo, las películas que han tenido más importancia utilizaron sus decorados para otros fines. En éstas, los escenarios más espectaculares, principalmente los cuatro parques nacionales, sustituirían a muchos lugares de la Tierra y de otros mundos: islas del Pacífico, el oeste americano, Puerto Rico, Cuba, Jamaica, Alemania, Marruecos, la prehistoria, planetas lejanos, etcétera. Comentaremos solamente algunas sobradamente conocidas y otras de distintos géneros dada la enorme cantidad existente. Quizá la más exhibida y alabada por los expertos fue la dirigida por John Huston y protagonizada por Gregory Peck, "Moby Dick", cuyo reparto y equipo técnico se desplazaría en 1955 a Gran Canaria para filmar escenas de mar abierto y de la captura de la gran ballena blanca, que fue reconstruida en los astilleros de Las Palmas de Gran Canaria partiendo de una maqueta que aún se conserva en esa isla.

Diez años más tarde, Raquel Welch saltaría a la fama con "Hace un millón de años" (1965, Don Chaffey) y se batirían todos los récords de taquilla. En esta cinta se descubren continuamente las playas de Papagayo de Lanzarote, diversos lugares de Fuerteventura y Las Cañadas del Teide, en Tenerife. Esta zona es detalladamente descrita por un periodista americano enviado al rodaje que, además, hace un comentario sobre la enorme afluencia de turistas nórdicos en busca de sol durante los meses de invierno, y dice de éstos, que se lanzan a los nuevos complejos hoteleros y apartamentos construidos a nivel

del mar plenamente felices de haber elegido unas económicas vacaciones cercanas a la costa o a la playa (11). Un ejemplo de la promoción turística indirecta y gratuita que puede generar el séptimo arte.

Basadas en las novelas de Julio Verne, también se filmaron "Un capitán de quince años" (1972, Jesús Franco) y "La isla misteriosa" (1972, Juan Antonio Bardem). En la zona más volcánica de Lanzarote, la más ampliamente explotada por las productoras españolas y foráneas, protagonizaría la veterana actriz Rita Hayworth un film francés de principios de los setenta, "Sur la route de Salina" (1971, Georges Lautner).

Por la cantidad de artículos encontrados en los que se exaltan las bellezas de los parajes volcánicos de Lanzarote, sobresale otra película americana que tuvo un éxito internacional rotundo. Un espectacular drama futurista, "Enemigo mío" (1986), del director de "La historia interminable" (1984), el alemán Wolfgang Petersen. Sin embargo, la promoción internacional del lugar, aunque el nombre de Lanzarote saliese en titulares (12), no justificaría nunca el daño ecológico causado a aquel frágil territorio. Los productores de este film se llevaron toneladas de lava de Lanzarote para reproducir una parte emblemática del Parque Nacional de Timanfaya en un plató de la productora Bavaria en Munich y, todavía hoy, forma parte de las atracciones para el público de estos estudios.

Otro de los géneros para el que este territorio resultó ser extremadamente idóneo fue para el western. El productor de "Por la senda más dura" (1975, Antonio Margheriti), de la 20th Century Fox, expuso a una revista que si en lugar de rodar en Canarias lo hubiese hecho en los Estados Unidos le habría costado más del doble, ya que solamente en la isla de Tenerife disponía de muy variados escenarios. Ésta es una de las claves fundamentales que originaron la enorme producción realizada en este territorio (13).

En cuanto a la abundante producción de documentales y de programas de televisión llevados a cabo en las islas, únicamente cabe resaltar que la mayoría de las veces han originado una publicidad positiva de la región, pero no ha sido así siempre, ya que en algunos reportajes se ha dañado sensiblemente la imagen turística de las islas al generalizar los problemas aislados en los que se encontraban determinadas zonas y hacerlos extensivos a todo el archipiélago. Aunque los anuncios y los vídeos musicales rara vez originan una divulgación tan directa como la de los programas de televisión o los reportajes, la continuidad de los rodajes genera importantes beneficios para el desarrollo de la industria audiovisual local.

### **Acciones de promoción de gran impacto**

A lo largo de todos estos años de continuo crecimiento de la cinematografía extranjera hecha en Canarias y de las producciones realizadas por productoras locales, desde distintos estamentos se ha reclamado la construcción de unos estudios con moderno equipamiento para suplir la carencia fundamental de platós y de material que paradójicamente ha tenido la región. Sin embargo, a pesar de la clara consolidación de este territorio como escenario para el desarrollo del arte cinematográfico, y de las ventajas para el turismo y la economía que ello conlleva, las administraciones con amplio poder de actuación en esta materia no comenzarían a valerse de esta excelente vía para la promoción turística hasta comienzos de la década de los 90, con la entrada de un nuevo equipo de gobierno (14). Fue entonces cuando empezaría a desarrollarse desde la administración originales campañas de promoción turística valiéndose del sector audiovisual. Se comenzó editando un vídeo publicitario de Canarias con imágenes muy representativas (variados paisajes y actividades de ocio) para ser emitido en canales de televisión nacionales y extranjeros. Con el fin de poder adecuarse a los costes de publicidad y a las normas de las distintas cadenas, este vídeo de promoción turística de las islas fue editado en tres versiones con una duración de cuarenta y cinco, treinta y quince segundos en cada una de ellas. El anuncio no incluía voz en off, pero finalizaba según el idioma de la audiencia con el eslogan utilizado reiteradamente durante ese periodo, "Canarias, naturaleza cálida".

Pero más interesantes fueron las actuaciones que generaron una importante promoción turística indirecta de las islas. Mediante la organización de actos originales y noticiosos se trataría de llamar la atención de los medios de comunicación para crear atractivas informaciones que giraran entorno a la idea de Canarias como destino turístico. La primera de ellas estaba dirigida al turismo peninsular. Bajo el lema "La mayor luna de miel del mundo", sesenta parejas de recién casados fueron invitadas por el gobierno canario durante una semana a las Islas, acompañadas de una treintena de periodistas de los diferentes medios nacionales. Una acción similar consistió en invitar a los sesenta jóvenes con los mejores expedientes del país para la campaña "Si eres un genio, en Canarias lo pasarás genial". Se repetiría de nuevo el mismo esquema con "Si quieres hacer la paz con tu ex, fírmala en Canarias".

En la siguiente ocasión se pretendió generar una información vinculada a Canarias que llegara a todos los rincones del planeta a través de las ondas de radio, la pequeña pantalla y las fotonoticias publicadas. Para ello consiguió colocarse una enorme valla publicitaria el 1 de mayo de 1992 en la emblemática plaza Roja de Moscú. "Fue la primera vez que en el mausoleo del comunismo se colocaba el mayor exponente del capitalismo, la publicidad" (15). La noticia dio la vuelta al

mundo, teniendo un impacto, que de haber sido pagada la difusión generada en todos los medios habría tenido un coste de seiscientos cincuenta millones de pesetas. Esta enorme propaganda gratuita se hizo convocando a la prensa acreditada y corresponsales en la capital soviética, estando presentes en el acto todas las cadenas de información internacional del mundo (CNN, ABC, Euronews, etc.). El objetivo principal era generar una noticia de gran impacto internacional pero con un bajo coste para la administración, y el objetivo fue alcanzado permaneciendo la valla únicamente un día en aquel espacio.

Conocido el efecto causado con el anuncio de Canarias en la Plaza Roja se localiza otro lugar emblemático del mundo, de un país comunista nuevamente en el que jamás se había expuesto ni realizado ninguna publicidad. En abril de 1995, una gran pancarta con el lema "Canarias saluda al mundo" sería levantada por cientos de ciudadanos chinos situados sobre la muralla más larga del mundo (16). La exhibición, que sólo duraría quince minutos, tuvo un impacto de aproximadamente 400 millones de pesetas, valor de la publicidad difundida en todos los medios que se hicieron eco de la noticia.

Además de otros tipos de publicidad empleada, cabe destacar asimismo, la del Mundial de Natación en Roma en octubre de 1994, en la que los cinco miembros de un equipo exhibirían a su espalda un visible tatuaje (calcomanía) del logotipo de Canarias. Los pasados Juegos Olímpicos de Atlanta (1996) serían aprovechados también para realizar una "costosa" promoción turística de las islas, gestionada por el siguiente equipo de gobierno.

Además de todas estas iniciativas, se invitó a los equipos de producción de los programas televisivos sobre viajes de Suecia, Finlandia, Inglaterra, Alemania, Italia, Argentina, Estados Unidos y Canadá, con el fin de tratar de convencer a potenciales turistas. Durante los cortes por publicidad de estos programas se exhibía el anuncio comentado de "Canarias, naturaleza cálida".

### **Canarivisión y los anuncios de Canarias en películas**

En cuanto a las acciones en torno al cine, en ese mismo periodo -a finales de 1994- se pone en funcionamiento en la empresa pública Saturno (Sociedad Anónima de Promoción el Turismo, la Naturaleza y el Ocio) un departamento con el nombre de Canarivisión - también llamado Canary Islands Film Commission-, con el fin de difundir la idoneidad de esta región como plató natural y atraer a la industria audiovisual nacional e internacional, así como para atender las peticiones (búsqueda de localizaciones, permisos de rodaje, etcétera) de las productoras que deseaban filmar en el archipiélago. La producción de todo tipo películas, anuncios y vídeo clips se ha visto incrementada desde la creación de esta oficina.

Pero quizá más originales aún, por ser Canarias pionera, fueron las acciones en torno al Product Placement. Colocación de productos que consiste en la integración de marcas en el desarrollo de determinadas escenas de un film. Se contrató la aparición de una valla publicitaria de veinticinco metros de altura y diez metros de largo en una larga secuencia del principio de "Don Juan de Marco", protagonizada por Johny Deep y Marlon Brando. En la siguiente, "Íntimo y personal", podía verse a Michelle Pfeiffer hablando por teléfono con Robert Redford mientras detrás de ella aparecía en una pantalla de televisión el anuncio de Canarias. Le seguiría un comentario verbal en un film con Al Pacino y Robert de Niro titulado "Heat" y el último contrato se firmaría para "Bogoust", protagonizada por Goopi Goolberg.

Además de las iniciativas señaladas, llevadas a cabo por la administración en materia audiovisual, es necesario comentar el importante apoyo que supuso para la industria cinematográfica local el reparto de mil quinientos millones de pesetas entre todos los proyectos presentados a unas subvenciones que han posibilitado el desarrollo de numerosos documentales y varios largometrajes en los que se difunden en muchos de ellos, entre otros aspectos las bellezas de las islas, como "Mararía", dirigida por el cineasta canario Antonio Betancort y basada en la novela homónima de Rafael Arozarena, que trata sobre los controvertidos sentimientos de una mujer y su isla, Lanzarote, o "Mambí", película sobre la guerra de Cuba del 98, dirigida por los también canarios Teodoro y Santiago Ríos.

Desde la administración surgiría asimismo la idea de llevar a cabo, como había realizado anteriormente la Generalitat de Cataluña, una serie de dibujos animados dirigida a todos los públicos en la que se trataran los aspectos más relevantes de la historia de la región. De esta forma, en 1996 se terminaban los 56 capítulos de la "Historia de Canarias", vendida a varios países, aunque paradójicamente aún no se ha pasado por ninguna televisión canaria.

Por último, qué duda nos cabe, que con la difusión e importancia que tienen cada día más los festivales de cine, y gracias a la calidad que están teniendo las producciones locales que desde hace varios años comienzan a ser seleccionadas por los jurados de muchos de estos festivales, se está favoreciendo la divulgación de estas islas en el exterior. El dato más significativo lo aporta "Esposados", seleccionada para el Oscar como mejor cortometraje de ficción en la edición de 1997, y que, además, en tan sólo en el primer año ganaría diferentes premios en más de treinta festivales.

## Notas

(1) Citado por RAMÍREZ GUEDES, Enrique. "La producción cinematográfica en Canarias: El concurso de argumentos del Cabildo Insular de Tenerife de 1926/27". En XI Coloquio de Historia Canario-Americana. Cabildo Insular de Gran Canaria. Gran Canaria, 1994, Vol. II, pp. 430-449.

(2) Esta cita forma parte de un discurso de Primo de Rivero cinematografiado y comentado por Rosa Cal en su artículo "Apuntes sobre algunos documentales cinematográficos de propaganda de Estado durante el reinado de Alfonso XIII". En Libro homenaje a José Altabella. Alianza Editorial. Madrid, 1997, pp. 295-308.

(3) RAMÍREZ GUEDES, Enrique: op. cit., p 433.

(4) Asunto ampliamente estudiado en citado trabajo de Enrique Ramírez Guedes.

(5) Sobre José González Rivero y toda su amplia labor cinematográfica desarrollada fuera y dentro de Canarias han realizado una exhaustiva investigación Fernando Gabriel Martín y Benito Fernández Arozena. Ciudadano Rivero. La Rivero Film y el cine mudo en Canarias. Ayuntamiento de San Cristóbal de La Laguna. La Laguna, 1997.

(6) GOROSTIZA, Jorge: Diario de Avisos, 22 de agosto de 1998.

(7) La autora del presente trabajo desarrolla en la actualidad una investigación sobre la cinematografía alemana realizada en Canarias conducente a su tesis doctoral.

(8) Ver PAVÉS BORGES, Gonzalo. "Grand Canary: El viaje imaginado de la Fox", en "De Dalí a Hitchcock. Los caminos en el cine, Actas del V Congreso de la Asociación Española de Historiadores de Cine. La Coruña, 1995, pp. 39-53.

(9) Ver DÍAZ BETHENCOURT, José Fernando. "Canarias y el cine. Aproximación a la producción cinematográfica en las islas", Memoria de licenciatura, Facultad de Geografía e Historia, Departamento de Arte de la Universidad de La Laguna, Tenerife, 1993, inédita.

(10) Otras películas no comentadas aquí son tratadas en otro artículo de la autora publicado en esta misma revista en el número 3 de marzo de 1998.

(11) Variaty, 11-XI-1965.

(12) "Enemy Mine shooting opens in Lanzarote", Screen International, 1-XII-1984.

(13) Variety, 25-XI-1975.

(14) Al frente de la Consejería de Presidencia y Turismo del gobierno canario estaría Miguel Zerolo Aguilar y como jefe de prensa, Lucas Fernández, autores de las originales iniciativas de promoción de Canarias a través del cine y la televisión llevadas a cabo desde 1992 hasta 1996.

(15) Cita verbal de Lucas Fernández durante la entrevista mantenida en enero de 1997.

(16) El anuncio internacional de Renault sobre la Muralla china anterior a esta campaña es una reconstrucción diseñada por ordenador.

### **FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Sandoval Martín, María Teresa (1998): Promoción turística a través del sector audiovisual. El caso de Canarias. Revista Latina de Comunicación Social, 9. Recuperado el x de xxxx de 200x de:  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/37san.htm>