**Turismo de Canarias renueva su material audiovisual con varios rodajes en diferentes puntos del Archipiélago**

* **El objetivo es ampliar con nuevos recursos el banco de imágenes tanto de fotos como de videos para mostrar la oferta del destino**
* **Además del rodaje de material que se utilizará en diferentes campañas, también se han elaborado videos cortos adaptados a las nuevas tendencias de consumo de redes sociales como el formato *reels* de Instagram**

La Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, a través de Promotur Turismo de Canarias, continúa apostando por una estrategia de comunicación basada en contenidos, especialmente en formato audiovisual, para mostrar la oferta del destino en los principales mercados emisores. Para ello, es indispensable disponer de un completo banco de imágenes para utilizar, de manera transversal, en futuras campañas y acciones de promoción.

A lo largo de estas últimas semanas se han llevado a cabo diversos rodajes en las ocho islas generando un material renovado que viene a complementar las producciones anteriores de la marca Islas Canarias. Estas nuevas producciones responden a la necesidad de disponer de material actualizado, no solo en cuanto a localizaciones, sino también en cuanto a formatos, encuadres y resolución, y que permita dar respuesta a las nuevas sensibilidades de las audiencias y tendencias de comunicación.

Tal y como señala la consejera de Turismo, Yaiza Castilla, “la nueva línea de materiales que estamos grabando sigue mostrando el destino, que es el centro de las piezas a través de sus paisajes, sus playas y su oferta turística en general, pero esta vez, desde la mirada y perspectiva del viajero, siempre teniendo en cuenta sus intereses y sus necesidades. Sabemos que nuestra audiencia no quiere ser sólo un espectador, sino que busca sentirse protagonista de lo que está ocurriendo”. En este sentido, Castilla añade que “nuestro banco de imágenes es una herramienta fundamental que necesita actualizarse periódicamente y por ello estamos trabajando en diversos rodajes que nos permitirán presentar una imagen muy diversificada del destino en cuanto a producto y ofrecer propuestas relevantes y con personalidad diferenciadora, con el fin de impulsar las decisiones de compra en nuestros mercados de origen”.

La complejidad técnica de los rodajes de estos días es notable, especialmente por la adaptabilidad que se les exige a estos materiales, que luego serán utilizados para el montaje de distintas piezas promocionales en múltiples formatos. Ello requiere rodar en muy alta resolución y variar los encuadres, incluso para un mismo plano, tanto en horizontal como en vertical, de manera que se pueda dar cobertura a todos los soportes.

Asimismo, el tratamiento de la acción huye de la ficción para conseguir más realismo, utilizando la técnica de cámara subjetiva, lo que permite integrar a los personajes en las experiencias del destino. Para ello se ha contado con modelos y actores canarios que representan a los diferentes targets de la marca Islas Canarias: familias, parejas y amigos de distintas franjas de edad. Además, un equipo de drones de alta generación complementa la producción, generando planos con visiones cenitales que aportan dimensión a los paisajes. Se han seleccionado localizaciones muy diferentes en todas las islas, de manera que aparecen escenarios de interés para todo tipo de viajeros, desde playas hasta parques temáticos, campos de golf, alojamientos hoteleros, establecimientos de ocio y paisajes naturales.

**Formatos innovadores como los *reels* de Instagram**

Por otro lado, el estudio del consumo de contenidos de los usuarios de las redes sociales de la marca Islas Canarias permite, a través de la inteligencia de datos, conocer qué materiales son los que triunfan en la red para así adaptar las acciones de marketing aprovechando las tendencias actuales. Es el caso de la funcionalidad de los *reels* de Instagram, un formato que exige grabar de una manera muy específica los videos.

Un ejemplo son las piezas audiovisuales cortas donde una persona chasquea los dedos y simula cambiar de escenario e incluso de ropa en un instante. Esta idea creativa que ha tenido mucho auge desde que fue instaurada por TikTok permite, en el caso de las Islas Canarias, enseñar los valores del destino como que es un continente en miniatura con un paisaje sorprendente y un fabuloso clima, cuando el protagonista del video con tan sólo chasquear los dedos pasa de estar en un sendero de alta montaña a una playa paradisíaca, cambiando su atuendo de montañista a bañista en un segundo.

Para la consejera de Turismo, Yaiza Castilla, “lo interesante de contar con información sobre los gustos de consumo de nuestros seguidores en las redes sociales es que permite adaptarnos a las tendencias. Esto es exactamente lo que hacemos: estudiamos qué es lo que buscan los viajeros, diseñamos estrategias que se ajusten a lo que de verdad les interesa y finalmente ejecutamos y creamos nuevos materiales que nos acerquen más a ellos”.

En este caso, las producciones que se han estado llevando a cabo en diferentes puntos del Archipiélago han contado con profesionales canarios que conocen muy bien su tierra, como el *filmaker* Germán Pinelo, que ha realizado unos videos donde el paisaje sigue siendo muy importante, pero comparte protagonismo con las personas, de manera que el público se siente mucho más cercano a lo que está ocurriendo en esos videos.

Asimismo y también de acuerdo con el creciente interés por la alimentación sana, el lifestyle ligado a la buena gastronomía, y el ‘hazlo tú mismo’, se han creado una serie de video recetas a modo de tutorial grabadas en estudio, donde se realizan menús que reinventan los platos más tradicionales, utilizando ingredientes canarios como la ensalada de lentejas de Lanzarote y cebolla roja, sin olvidar recetas estrella de siempre como el almogrote gomero o la quesadilla herreña.

\* Esta acción está cofinanciada en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Saludos cordiales,