



Estudios Culturales Hispánicos
7/2025

Estudios Culturales Hispánicos

Revista editada por el
Centro de Estudios Hispánicos de la
Universidad de Regensburg

ISSN: 2701-8636

Directores

Ralf Junkerjürgen
Dagmar Schmelzer
Beatrice Schuchardt

Equipo editorial

Alba González Alamilla
Lluís Múrcia
Hubert Pöppel
Montserrat Sans Ruiz
Marie Lorena Zettl

Centro de Estudios Hispánicos/
Forschungszentrum Spanien
Institut für Romanistik
Universitätsstr. 31
93053 Regensburg, Alemania
Spanienzentrum@ur.de

La versión electrónica (Open Access) de esta
revista se publica en la página web
<https://ech.uni-regensburg.de/>
Universitätsbibliothek Regensburg

Esta obra se publica bajo la licencia Creative
Commons Atribución 4.0 (CC BY 4.0).



Consejo editorial

Lingüística, Literatura y Cultura

Victoria Escandell (Madrid)
Marie Franco (Paris)
Susanne Greilich (Regensburg)
Marina Hertrampf (Passau)
Johannes Kabatek (Zürich)
Wolfram Nitsch (Köln)
Ulrich Winter (Marburg)

Arte, Música y Cine

José Luis Castro de Paz (Santiago de
Compostela)
Sally Faulkner (Exeter)
Rainer Kleinertz (Saarbrücken)
Michael Scholz-Hänsel (Leipzig)
Christian Wehr (Würzburg)

Historia, Política, Sociología y Economía

Birgit Aschmann (Berlin)
Walther L. Bernecker (Erlangen-Nürnberg)
Holm Detlev Köhler (Oviedo)
Antonio Moreno Juste (Madrid)
María del Rosario Sánchez Morales (Madrid)
Fernando Vallespín (Madrid)

Derecho, Filosofía y Teología

Mariano Delgado (Fribourg)
Martin Löhnig (Regensburg)
Javier Tajadura (País Vasco)
Ibon Zubiaur (Getxo)

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie.
Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter
<<http://dnb.dnb.de>> abrufbar.

Contenido

Sección monográfica 7

David García-Reyes, Ralf Junkerjürgen, Niklas Schmich
Industria audiovisual, patrimonio cultural y turismo de
pantalla. Gestión y desarrollo de las film offices y las film
commissions en España 9

David García-Reyes
“Cualquier proyecto es una ventana de promoción para la
ciudad de Madrid y nosotros lo consideramos como tal”
Una entrevista a Raúl Torquemada y Víctor Aertsen de la
Madrid Film Office 21

Ralf Junkerjürgen
“Aunque tenemos una gran variedad, mucha actividad se
concentra en Barcelona y su área metropolitana”
Una entrevista a Carlota Guerrero y Laia Boixader de la
Catalunya Film Commission 45

Ralf Junkerjürgen

“Barcelona es un plató a nivel mundial. Pero también creo que se retroalimenta de las film commissions que tiene en su periferia”

Una entrevista a Albert Roca de la Maresme Film Commission 63

David García-Reyes

“Castilla y León destaca por su patrimonio histórico y natural, y es desconocido por muchos localizadores extranjeros, por lo que nuestro trabajo es darlo a conocer”

Una entrevista a Kristine Guzmán, Film Commissioner de Castilla y León 77

Deniza Farsiyanova

“El paisaje, los acantilados o edificios como el de Calatrava en Oviedo o la Laboral de Gijón y el patrimonio industrial son nuestras prioridades para dar a conocer”

Una entrevista a Lourdes Prendes de la Asturias Paraíso Natural Film Commission 93

Niklas Schmich

“En la Vigo Film Office apostamos por la protección del medio ambiente y del patrimonio para lograr que la actividad audiovisual nunca suponga un impacto negativo en las localizaciones”

Una entrevista a Amaia Mauleón de la Vigo Film Office 109

Ralf Junkerjürgen

“Una enorme diversidad de localizaciones”

Una entrevista a Julio Grosso Mesa de Film in Granada 121

David García-Reyes, Ralf Junkerjürgen, Niklas Schmich

“Cuando juntamos la pócima con todos los ingredientes te sale una obra maestra, pero hay películas que se hacen para el puro entretenimiento”

Una entrevista a Andreu Fullana de la Ibiza Film Commission .. 137

Contenido

Niklas Schmich

“La mejor herramienta para mejorar la sociedad es la cultura porque es una manera de implicarla”

Una entrevista a Nuria Guinnot de la Gran Canaria Film Commission 167

Larissa Zeidl

“Las producciones europeas han colocado a Lanzarote como un destino reconocido en el mapa audiovisual internacional”

Una entrevista a Esther García de la Lanzarote Film Commission 183

Ralf Junkerjürgen

“Con *El bueno, el feo y el malo* tenemos la suerte de que es una película eterna”: ocho años de peregrinaje filmico a Sad Hill

Una entrevista a Sergio García de la Burgos Film Commission .. 201

Filmografía 221



Sección monográfica

Industria audiovisual, patrimonio cultural y turismo de pantalla. Gestión y desarrollo de las film offices y las film commissions en España

David García-Reyes, Ralf Junkerjürgen, Niklas Schmich

Resumen: Desde principios del siglo XXI, las actividades relacionadas con la promoción de los rodajes audiovisuales en todo el territorio español han vuelto a atraer a producciones extranjeras para filmar en España. Esta situación también ha revitalizado a la industria audiovisual nacional, fomentando los rodajes en escenarios naturales y en contextos patrimoniales de todo el país. El presente trabajo sirve de introducción para conocer y valorar la trayectoria de las film offices y las film commissions españolas, desde su establecimiento hasta su consolidación en las últimas décadas. A través de las voces de los responsables de estas entidades, es posible identificar el papel crucial que desempeñan estas oficinas como intermediarias de las producciones que ruedan en sus territorios, así como su capacidad para dinamizar y estimular la industria y el crecimiento económico de las zonas en las que se asientan. Además, estas entidades impulsan notablemente el turismo de pantalla, vinculado a los rodajes contemporáneos y al patrimonio filmico que conservan de filmaciones pasadas.

Palabras clave: film offices; film commissions; patrimonio cultural y rodajes; turismo de pantalla; industria audiovisual española; desarrollo local

Abstract: Since the early 21st century, activities related to promoting audiovisual productions across Spain have once again attracted foreign productions to film on Spanish territory and revitalized the national audiovisual industry by encouraging shoots in natural settings and heritage sites throughout the country. This work serves as an introduction to understanding and evaluating the trajectory of Spanish film offices and film commissions, from their establishment to their consolidation in recent decades. Through the voices of the officials leading these entities, it is possible to identify the crucial role these offices play as intermediaries for productions filming in their territories, as well as their ability to stimulate economic growth in the areas where they operate. Additionally, they significantly boost screen tourism, which is linked to contemporary productions and the film heritage preserved from past productions.

Key words: film offices; film commissions; cultural heritage and audiovisual shootings; screen tourism; Spanish audiovisual industry; local development

El territorio español cuenta con una percepción global identificable a partir de los rodajes que tuvieron lugar a partir de la década de 1950. En perspectiva histórica, el aperturismo del régimen franquista, cristalizado con la colaboración hispano-estadounidense de los Pactos de Madrid (1953) y con la visita oficial del presidente norteamericano Dwight D. Eisenhower (1959), sin duda facilitaron la llegada de producciones internacionales que vieron en España un enorme potencial y las condiciones que viabilizaban las actividades de estas producciones. Por la calidad, entidad y cantidad de estas producciones y lo que supusieron también para la propia industria cinematográfica española, podemos considerar este periodo, inserto a partir del ecuador del siglo XX como una edad de oro para la producción audiovisual en España.

Por un lado, esto se debe a la excelente climatología del sur español con muchas horas de luz para filmar, sumado a la gran diversidad y versatilidad de los paisajes españoles de norte a sur, junto a una incipiente red de infraestructuras que favorecía los desplazamientos y la inestimable disposición de personal técnico cualificado y competente, así como una mano de obra bastante asequible económicamente y poco conflictiva (la inexistencia de sindicatos de clase hacía que la reclamación de derechos y salarios fuera muy tibia) en comparación con los trabajadores de otros países europeos y, por ende, para las producciones foráneas. Igualmente, España contaba con condiciones económicas muy favorables en cuanto a los costes y las facilidades dadas por la administración, sobre todo a las producciones norteamericanas y al capital extranjero, como constatan las *run-away productions* y, explícitamente, las producciones de Samuel Bronston en suelo español (García de Dueñas 2000), reflejo de un sistema que durante más de una década facturó algunas de las superproducciones más costosas del cine de Hollywood y lo hizo fuera del territorio norteamericano. Además, un enorme y diverso contingente de cineastas europeos decidió emprender la aventura de rodar en España y beneficiarse de lo que el territorio y sus trabajadores podían ofrecerles, haciendo del país uno de los lugares más atractivos para rodar durante unas dos décadas.

Progresivamente, la situación cambió y los rodajes foráneos fueron decayendo hasta que el cambio de siglo trajo consigo un entorno más favorable y muy ventajoso tanto para la producción audiovisual española como para las producciones internacionales rodadas en el país. De este modo, si se atiende al crecimiento exponencial de la industria audiovisual en España, no parece aventurado afirmar que en los últimos veinte años se ha producido una profesionalización e institucionalización de las distintas tareas que se engloban bajo el término de *servicio de producción*. Se trata, en primer lugar, de las labores de búsqueda y catalogación de localizaciones, la obtención de licencias de rodaje y la contratación de profesionales locales; en definitiva, todo lo que necesita un equipo de rodaje cuando trabaja fuera de los estudios.

Además, era cuestión de tiempo que, en las últimas décadas, estas primeras entidades orientadas a la facilitación de los rodajes se constituyesen y se consolidasen según una tipología de oficinas como son las film commissions (FC) y las film offices (FO), cuya definición terminológica se relaciona con entidades no lucrativas asociadas en su mayor parte a una financiación y a una dependencia pública. A la hora de diferenciar una film commission de una film office, hay que señalar que la FC asume normalmente una responsabilidad regional o bien un espacio territorial más amplio, mientras que una FO suele centrarse en un ámbito más local, capitalizando su actividad en una provincia o en una ciudad. Sin embargo, no se pueden señalar unos términos que no estén estrictamente definidos y, por tanto, no se utilizan o aplican de manera uniforme. Los vínculos o las dependencias administrativas entre las distintas oficinas también varían, ya sea respondiendo a la correspondiente concejalía municipal o la consejería autonómica responsables de sectores como el turismo, la cultura o, incluso, la economía, dependiendo de donde vaya a centrarse la propia estrategia de la oficina a la hora de dinamizar sus actividades¹. En conjunto,

¹ “Las comunidades uniprovinciales tienden a elegir el modelo de gestión centralizada (Navarra, Asturias, Madrid, Cantabria, La Rioja), con la excepción de Baleares, mientras que las pluriprovinciales, con la excepción de Castilla La Mancha, suelen acudir al modelo coordinado, en el que el interés e intervención de ayuntamientos, comarcas, islas y diputaciones genera una compleja estructura de entidades. En estos casos, básicamente se desarrolla una labor de ordenamiento de recursos y agentes facilitadores de servicios, dando acceso a través de sus plataformas virtuales a las oficinas bajo su patrocinio” (Sarabia Andújar / Sánchez Martínez 2022: 325).

está claro que la diversidad que caracteriza a la sociedad española en general no solo se aplica a los paisajes, que en provincias como Granada pueden ir desde montañas nevadas y desiertos hasta playas pintorescas, sino también a las propias instituciones, que reciben la denominación de film commissions o de film offices.

Con el auge de las plataformas audiovisuales en *streaming*, España ha vuelto a convertirse en un polo de atracción para el audiovisual y un centro europeo de producciones internacionales tras el *boom* vivido entre mediados de los cincuenta y principios de los años setenta del siglo pasado. Por tanto, podemos señalar que el territorio español vive actualmente una segunda edad de oro de la industria audiovisual, no solamente atrayendo a producciones foráneas, sino que el fenómeno también se ha reflejado en destacadas producciones propias en los últimos años. Mientras *Juego de Tronos* (*Game of Thrones*, HBO, 2011-2018, a partir de la quinta temporada)² daba renovada visibilidad mundial a paisajes naturales españoles como los desiertos de Tabernas o las Bardenas Reales, la costa atlántica en San Juan de Gaztelugatxe, hitos del patrimonio histórico-artístico nacional como el Alcázar de Sevilla o el centro histórico de la ciudad de Cáceres, el destacado éxito de una serie de producción nacional como *La casa de papel* (A3TV y Netflix, 2017-2021) abría nuevas puertas a la industria, apoyada en el programa *Spain Audiovisual Hub* impulsado por el Gobierno de Pedro Sánchez³, que ha hecho del sector audiovisual un importante elemento del desarrollo económico del país.

Los gobiernos locales –ayuntamientos, diputaciones, comarcas o regiones– se dieron cuenta rápidamente de que atraer producciones cinematográficas resulta muy lucrativo para muchos ámbitos relacionados con el desarrollo de los territorios que estas administraciones políticas gestionan. Puesto que no solo se traducen en trabajos asociados a la contratación de la industria local⁴ durante los rodajes, sino que las series y otras

² Para más información, véase Ralf Junkerjürgen y Annette Scholz (2022).

³ Una política nacional que se asocia al proyecto de la Marca España y en el que la promoción de la industria audiovisual es medular en la atracción de inversiones y actividades económicas y en las que la red de las film commissions españolas tiene una importancia estratégica (González-Bengoechea et al. 2024).

⁴ Uno de los principales cometidos de las FC es ser “un instrumento de visibilidad del sector de la producción local y actúa, por lo tanto, como escaparate del activo de

producciones audiovisuales también se encargan de promocionar posteriormente la imagen de una región o de una ciudad, ofreciendo y potenciando las oportunidades para el turismo de pantalla, cinematográfico o, por extensión, audiovisual. Por lo anterior, se puede determinar que el crecimiento de estas organizaciones ha sido sostenido en el tiempo y se ha visto respaldado e impulsado por políticas públicas que han reconocido la importancia del sector audiovisual en la economía y en la cultura españolas. Sin miedo a resultar atrevidos, podemos afirmar que las últimas décadas apuntan a una nueva edad de oro en la producción audiovisual en España y, a diferencia de los años dorados de los rodajes extranjeros, aún se han expandido y diversificado más los territorios con potencial e interés para los rodajes, incrementándolos a lo largo y ancho de toda la geografía española.

Las FC y las FO que se van a encargar de facilitar y promover la realización de producciones audiovisuales en los territorios en los que se enmarcan, presentan tres pilares de actuación preminente: en primer lugar, se ocupan del asesoramiento y de la mediación administrativa, ofreciendo información sobre localizaciones, premisos para rodar y los servicios locales; en segundo lugar, atraen inversiones a los territorios que representan, implementando sus escenarios como espacios atractivos para los rodajes, la creación de empleos y el desarrollo de infraestructura que potencien y refuercen a la industria audiovisual local; y, en tercer lugar, como promotores de destinos turísticos, diseñan estrategias para la atracción del turismo de pantalla.

En las últimas dos décadas, la proliferación de este tipo de oficinas ha sido creciente, surgiendo numerosos negociados de este tipo, contando con una entidad y un tamaño muy dispar dependiendo de cada lugar y de los intereses públicos en incentivar y atraer las actividades generadas por la industria audiovisual extranjera y española. Aunque las tareas de cada oficina son en esencia muy similares, trabajan en condiciones muy diferentes según sus respectivos contextos regionales y el capital económico y humano del que disponen. Esto plantea una serie de preguntas: ¿A qué

profesionales y empresas audiovisuales de su ámbito de cobertura” (Sarabia Andúgar / Sánchez Martínez 2019: 115).

organismos u organizaciones están vinculadas administrativamente? ¿Cómo están estructuradas? ¿Qué tareas específicas desempeñan? ¿Cuáles son las particularidades de los lugares de rodaje locales? ¿Qué producciones de películas y series han conseguido atraer? ¿Cuál es el grado de utilización y que capacidad tienen para dar servicios? Y así sucesivamente.

En vista de esta diversidad, parece sensato obtener una primera visión de conjunto y dar a los responsables de estas oficinas la posibilidad de expresar su opinión y ofrecernos un panorama general y particular de su trabajo. Por ello, era importante incluir no solo los grandes centros de producción tradicionales como Madrid (MFO) y Barcelona (CFC), sino también el mayor número posible de regiones para brindar una imagen lo más representativa y enriquecedora posible. Entre las entidades que se han prestado generosamente a compartir su andadura y proyección, en el número de la revista contamos con la contribución de oficinas de Andalucía (Film in Granada), Asturias (Asturias Paraíso Natural FC), Galicia (Vigo FO), Cataluña (El Maresme FC), Castilla y León (CyL FC), Baleares (Ibiza FC), Canarias (Gran Canaria FC y Lanzarote FC) y, finalmente, el caso especial de Sad Hill (Burgos FC) en la provincia de Burgos, probablemente el cementerio de cine más famoso del mundo. Sad Hill brinda un ejemplo de cómo la preservación de la historia del cine, recuperando el patrimonio fílmico que supone una localización abandonada asociada a la conservación del patrimonio natural, así como la proyección de una intervención respetuosa (Jové Sandoval et al. 2022) que perpetúa una ambientación mítica y su territorio, van, también, de la mano del turismo cinematográfico.

De este modo, las film commissions y las film offices desempeñan un papel clave para generar unas condiciones atractivas para recibir a producciones extranjeras, pues se encargan de actuar como puntos de enlace, operando como agentes de contacto y distribución, apoyando y canalizando las diversas necesidades de una producción. A la hora de describir estas oficinas en el ámbito español, se puede sintetizar a las film commissions como “entidades claves para el desarrollo cinematográfico de España, facilitadoras de rodajes y dinamizadoras de la industria de cine local, así como extraordinarios motores del turismo ligado a las zonas de su influencia” (Benzal 2016: 112). En la mayoría de las entidades consultadas se aprecia el afán por capitalizar y visibilizar el legado de los territorios

que han sido escenarios protagonistas para el patrimonio audiovisual que atesoran, nacional o foráneo, un legado que se encargan de promover y que ofrece una imagen concreta de la ciudad o región, sirviendo para incrementar las visitas y las actividades asociadas al turismo, convirtiendo así la producción audiovisual en una excelente herramienta de marketing del turismo y del territorio (Figueira et al. 2015: 36).

La fiscalidad⁵, la idoneidad del espacio para ambientar la trama y las facilidades administrativas y logísticas que se puedan dar son las características que priorizan las producciones cuando contactan con una FO y una FC, que ve cómo su gestión va a favorecer el retorno económico a su territorio en clave de creación de empleo en los rodajes, establecimiento de posibles infraestructuras de los mismos y la promoción de los territorios para atraer al turismo de pantalla. Resulta muy significativa la correlación entre el impacto que generan los rodajes y el incremento de las visitas de viajeros, nacionales o extranjeros, atraídos por el escenario donde se ambienta una ficción audiovisual. Si se consultan los datos de la Andalucía Film Commission en su memoria de 2023, se registran 1381 rodajes con un impacto cuantificado en más de 110 millones de euros y la generación de 21.018 empleos junto con la creación de la *Gran Ruta del Cine de Andalucía*, un catálogo de itinerarios por las ocho provincias de la región que refleja también la enorme heterogeneidad social y etaria de los visitantes (Bulnes 2025).

A la hora de entender estos procesos y muchos de los beneficios de las actividades del audiovisual, existen complejos y frágiles equilibrios que incluso en espacios insulares, como los archipiélagos balear y canario, tienen una cohabitación y un encaje complejos y distintos dependiendo de

⁵ Los incentivos fiscales de los territorios son una parte fundamental en la estrategia de atracción de rodajes para las producciones extranjeras, algo que se ha convertido en una política de Estado y que motivó que el Ministerio de Hacienda de España reformase en el año 2014 la Ley del Impuesto de Sociedades. En esa línea de actuaciones, a finales de 2022, se publica una nueva reforma legislativa que desarrolla esos estímulos fiscales. Compárese la citada *Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades*. Artículo 36: Deducción por inversiones en producciones cinematográficas, series audiovisuales y espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales, modificada a partir del 29/12/2022. Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/l/2014/11/27/27/con>.

cada isla. A pesar del enorme crecimiento de las islas canarias como territorios proclives a la producción audiovisual durante el presente siglo (Marcos Arteaga 2015), se intuye el contraste que suscita el hecho de que el turismo de pantalla en un archipiélago de gran turistificación no sea una prioridad, frente a lo que sí lo es: impulsar la industria audiovisual grancanaria como se verá en la entrevista a la responsable de la Gran Canaria Film Commission. Aunque, en contraste, de forma significativa, para muchos territorios el turismo de pantalla es una alternativa a otros modos. Un turismo que viene a reivindicar un modelo distinto en cuanto a potenciales visitantes. Asociado a una gran inversión, la Ciudad de la Luz en Alicante, destinada a reforzar y consolidar la industria audiovisual en el Levante español, traerá consigo muchas deudas y una adaptación a momentos bastante agitados, pero también traerá aparejada una tipología de turismo que se opone a los modelos de sol y playa, vinculados con el consumo masivo y los paquetes vacacionales desde el impulso a estas actividades por parte del desarrollismo franquista (Martínez Puche / Martínez Puche / Devesa Morcillo 2020) frente a un turismo cinematográfico más selectivo y con otras necesidades.

Un modelo cuantitativo como el de las entrevistas arroja muchas posibilidades y, con anterioridad a este monográfico, podemos encontrar contribuciones significativas como el trabajo de Jorge Nieto Malpica y María de Jesús Hernández Rangel (2020) para conocer la experiencia de la Salamanca Film Commission en un lapso de tiempo de casi una década (2019). Estas aportaciones suponen un referente que posicionan a este monográfico con la intención de avanzar en la investigación y obtener una perspectiva más exhaustiva del funcionamiento de entidades como las estudiadas. Las entrevistas de este monográfico permiten conocer cómo se organizan y trabajan algunas de las principales entidades españolas, evidenciando la gran diversidad de modelos e identificando actuaciones y problemáticas similares en otros contextos, como, por ejemplo, el funcionamiento de las dos principales comisiones cinematográficas brasileñas, la São Paulo Film Commission y la Rio Film Commission (cfr. de Melo et al. 2022), describiendo la dificultad de canalizar no solo la captación de producciones, sino también el desarrollo del turismo de pantalla en las dos principales ciudades de Brasil. Estas preocupaciones las comparten muchos de los responsables de las FO y FC en España.

Así, las entrevistas giran en torno a las particularidades de las regiones, la historia de la institución consultada y su estructura administrativa. A través de las entrevistas, se pueden conocer los procesos de trabajo, el mantenimiento y la ampliación de las localizaciones, la importancia del turismo cinematográfico y/o de pantalla, los rodajes destacados y actuales que ponen de manifiesto una vez más la importancia del trabajo de las film offices y las film commissions para el éxito de la industria audiovisual en España, así como otras cuestiones de futuro que tienen que ver con la influencia de la tecnología digital o el interés por fomentar la protección medioambiental y la sostenibilidad a través de los rodajes en espacios públicos.

Los exitosos y diversos ejemplos de organización y atracción de las FC y las FO de España han tenido proyección en la elaboración de orientaciones para conformar modelos en Latinoamérica (Solot et al. 2016), lo que evidencia que los modelos organizativos que se han impulsado y que se van consolidando no solamente buscan beneficios concretos para su entorno, sino que despliegan sus actuaciones teniendo muy en cuenta las sinergias, la cooperación y la solidaridad con otras oficinas. Estas redes, estos nodos e interacciones se suelen ver bien representados cuando un espectador acude a la información que dan los títulos de crédito de una producción cinematográfica o serial y donde se pueden identificar los vasos comunicantes que supone rodar en territorios vecinos o próximos, pero pertenecientes a demarcaciones distintas.

Las film commissions y las film offices en España se han convertido en agentes activos y decisivos dentro de la promoción y el fomento de las actividades económicas relacionadas con las producciones audiovisuales, fraguando una posición sólida como entidades para la dinamización industrial y cultural. Sin olvidar la enorme versatilidad que ha propiciado su implantación en un gran número de territorios de toda España que ha servido no solamente para estimular la llegada de rodajes, sino para activar la economía y el turismo local de los territorios en los que se han establecido las FC y las FO.

Agradecimientos

Por último, queremos agradecer a todos los entrevistados su apoyo, su tiempo y su disposición para relatar su trabajo, sin los cuales este volumen no habría sido posible. Un agradecimiento especial y extensivo también a Deniza Farsiyanova y a Larissa Zeidl, que iniciaron y realizaron cada una de ellas una entrevista de las que consta este dossier. Asimismo, hemos contado con el valioso apoyo editorial de Alba González Alamilla y de Marie Lorena Zettl. Al final del dossier se ha añadido un índice de títulos para que los usuarios puedan buscar las producciones audiovisuales concretas mencionadas en las entrevistas.

Marco Institucional

La publicación de este dossier fue elaborada en parte en el marco de una beca postdoctoral Feodor Lynen de la Fundación Alexander von Humboldt, realizada en la Universidad Nova de Lisboa. La investigación ha sido realizada, además, en el marco del Proyecto PID2023-148752NB-I00, Nuevas narrativas, pantallas y realidades sociales en el cine español del periodo 2011-2022 (NUNAPARSOCE), financiado por el Ministerio de Ciencia, España.

Bibliografía

- Benzal, Miguel Ángel (2016). “EGEDA y el apoyo a las Film Commissions”. En: Solot, Steve, ed. *Guía para Film Commissions en Latinoamérica: orientación básica para la implantación y operación de una comisión fílmica*. Rio de Janeiro: Latin American Training Center, 109-112. Disponible en: http://www.foroegeda.com/documentacion6foro/Guia-film-comissions-en-latinoamerica_PDF.pdf [consultado 01.04. 2025].
- Bulnes, Amalia (2025). “Visitar Andalucía persiguiendo estrellas (de cine)”. En: *El País*, 28 de febrero. <https://elpais.com/espana/andalucia/2025-02-28/visitar-andalucia-persiguiendo-estrellas-de-cine.html> [consultado 01.04.2025].

- De Melo, Priscila et al. (2023). “Atracción de producciones audiovisuales y desarrollo del turismo cinematográfico: un análisis de la Rio Film Commission y la São Paulo Film Commission”. En: *Razón y Palabra*, 26, 115, 40-53. Disponible en: <https://doi.org/10.26807/rp.v26i115.1976> [consultado 01.04.2025].
- Figueira, Ana Paula / Figueira, Victor / Monteiro Carlos, Sérgio (2015). “Turismo e cinema: a importância de uma film commission na promoção do destino Alentejo”. En: *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1, 3. Disponible en: <https://ojs.scientificmanagementjournal.com/ojs/index.php/smj/article/view/61/61> [consultado 01.04.2025].
- García de Dueñas, Jesús (2000). *El Imperio Bronston*. Madrid: Ediciones del Imán.
- González-Bengoechea, Aitor et al. (2024). “Evaluación de la calidad web de la red Spain Film Commission: aportaciones a la Marca España”. En: *Ciudad y Territorio – Estudios Territoriales*, 56, 222, 1173-1192. Disponible en: <https://doi.org/10.37230/CyTET.2024.222.5> [consultado 01.04.2025].
- Jové Sandoval, José María et al (2022). *Triángulo del Arlanza / Proyectando en Sad Hill. Propuestas de hostería & film commission, Covarrubias: intervenciones mínimas en el paisaje. Santo Domingo de Silos*. Valladolid: Universidad de Valladolid. Disponible en: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/53258> [consultado 01.04.2025].
- Junkerjürgen, Ralf / Scholz, Annette (2022). *Andalusien. Reiseführer zu den Orten des Kinos*, Marburg: Schüren.
- Marcos Arteaga, Irene C. (2015). “Unas islas de película del siglo XXI. Canarias como plató cinematográfico”. En: *Revista Latente*, 13, 133-156. Disponible en: <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/4385> [consultado 01.04.2025].
- Martínez Puche, Antonio / Martínez Puche, Salvador / Devesa Morcillo, Roberto (2020). “Turismo y cine en el Levante español: un binomio más allá del imaginario”. En: *Estudios Turísticos*, 220, 91-114. Disponible en: <https://doi.org/10.61520/et.2202020.56> [consultado 01.04.2025].
- Nieto Malpica, Jorge / Hernández Rangel, María de Jesús (2020). “Las Film Commissions de España. La experiencia de Salamanca Film

- Commission”. En: *Razón y Palabra*, 23, 105, 685-705. Disponible en: <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1590> [consultado 01.04.2025].
- Sarabia Andúgar, Isabel / Sánchez Martínez, Josefina (2019). “La figura de la Film Commission en la puesta en valor de los recursos audiovisuales técnicos y profesionales de un territorio en España”. En: *Tourism and heritage journal*, 1, 113-132. Disponible en: <https://doi.org/10.1344/THJ.2019.1.7> [consultado 01.04.2025].
- Sarabia Andúgar, Isabel / Sánchez Martínez, Josefina (2022). “Film Commission y Film Office como agente consolidado de la industria en el marco del desarrollo del Hub Audiovisual en España (2022)”. En: *Zer*, 27, 53, 303-328. Disponible en: <https://doi.org/10.1387/zer.23532> [consultado 01.04.2025].
- Solot, Steve, ed. (2016). *Guía para Film Commissions en Latinoamérica: orientación básica para la implantación y operación de una comisión filmica*. Rio de Janeiro: Latin American Training Center. Disponible en: http://www.foroegeda.com/documentacion6foro/Guia-film-comissions-en-latinoamerica_PDF.pdf [consultado 01.04.2025].

Sobre los autores: *David García-Reyes* es docente e investigador en el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Valladolid. Sus líneas de trabajo exploran las intersecciones entre distintas producciones culturales, indagando en las adaptaciones filmoliterarias, las representaciones sociales y urbanas en producciones audiovisuales y en las narraciones gráficas iberoamericanas.

Ralf Junkerjürgen es catedrático de Culturas Románicas en la Universidad de Regensburg. Campos de investigación: cine español. Monografías y ediciones: *Spanische Filme des 20. Jahrhunderts in Einzeldarstellungen* (ed. 2012), *El cortometraje español 2000-2015* (coed. 2016), *Discursos de la crisis* (coed. 2017), *Luis García Berlanga (1921-2010). Zu Leben und Werk eines spanischen Ausnahmeregisseurs* (coed. 2022) y, últimamente, tres guías cinematográficas sobre las localizaciones de cine en Cataluña, Andalucía y Madrid (coautor, 2022 y 2023).

Niklas Schmich es investigador postdoctoral con una beca Feodor Lynen de la Fundación Alexander von Humboldt en la Universidade Nova de Lisboa. Su investigación se centra en el imaginario cultural de las comunidades en tiempos de crisis, desde la cultura del exilio republicano español, pasando por el motivo de la conspiración en la ficción (s. XVIII-XXI), hasta las revistas culturales y el cine como expresión de la praxis mediática colectiva.

“Cualquier proyecto es una ventana de promoción para la ciudad de Madrid y nosotros lo consideramos como tal”

Una entrevista a Raúl Torquemada y Víctor Aertsen de la Madrid Film Office

David García-Reyes

Resumen: La entrevista al director y al responsable de la comunicación de la Madrid Film Office toma en consideración la posición singular de la ciudad de Madrid dentro de la cinematografía en España: como ciudad con tres film offices (la de la ciudad, la de la Comunidad Autónoma y la de España) así como numerosas instituciones estatales y privadas vinculadas a la historia, al presente y al futuro del cine español. Madrid es, además, sede de grandes productoras internacionales y, con diferencia, la ciudad española donde más películas, series y otros productos audiovisuales se ruedan. La tarea de la Film Office de la ciudad consiste en promocionar los rodajes de nuevas producciones y dar a conocer también localizaciones nuevas dentro de Madrid, conectar a ellos con las distintas instituciones y fortalecer la reputación de Madrid como ciudad cinematográfica.

Palabras clave: Madrid; film office; rodajes urbanos; cine, televisión y publicidad; industrias audiovisuales y territorio; turismo de pantalla

Abstract: The interview with the director and the head of communications of the Madrid Film Office takes into account the unique position of the city of Madrid within the Spanish film industry: as a city with three film offices (the city's, the Autonomous Community's and the Spain's) as well as numerous state and private institutions linked to the history, present and future of Spanish cinema. Madrid is also the headquarters of major international production companies and by far the Spanish city where most films, series and other audiovisual products are shot. The task of the city's Film Office is to promote the filming of new productions and to publicise new locations in Madrid, to connect them with the different institutions and to strengthen Madrid's reputation as a film city.

Keywords: Madrid; film office; urban filming; cinema, television and advertising; audiovisual industries and territory; screen tourism

La entrevista fue realizada en la Casa de la Panadería, en Plaza Mayor de Madrid, el día 4 de junio de 2024. Se trata de la sede de la Madrid Film Office y contó con la presencia de su director y del responsable de la comunicación.

Raúl Torquemada Melero, director de la Madrid Film Office desde 2021, está formado en la Universidad Complutense y en la Universidad Carlos III en el ámbito de la comunicación y de la gestión empresarial de empresa audiovisuales. Cuenta con una dilatada trayectoria de más de veinte años en las que ha destacado como Project Manager en distintas empresas y entidades vinculadas a las industrias culturales.

Víctor Aertsen, responsable de comunicación en la Madrid Film Office desde 2017, tiene formación como ingeniero técnico en Sistemas Informáticos (Universidad de Granada), es licenciado en Humanidades y Comunicación Audiovisual y doctor en Comunicación por la Universidad Carlos III. Además de su labor en Madrid Film Office desde la creación de la misma, sobresale como docente universitario e investigador de la industria audiovisual y el territorio.

David García-Reyes (DG): ¿Me podéis explicar la estructura y el funcionamiento básico de Madrid Film Office?

Raúl Torquemada (RT): Madrid Film Office está adscrita a Madrid Destino, que es una empresa pública del Ayuntamiento de Madrid. Nosotros dependemos directamente del Área de Cultura, Turismo y Deporte, en este caso la concejala y titular del área es Almudena Maíllo. Pertenecemos a la estructura de Turismo porque se considera el audiovisual como industria. Más allá del impacto económico directo que genera en la ciudad, ese impacto económico también es indirecto e inducido, pues es una ventana de promoción para dar a conocer la ciudad de Madrid, no solo el centro, sino sus 21 distritos.

Nuestros cometidos son muchos: la atracción de rodajes en la ciudad de Madrid, por eso acudimos a festivales nacionales e internacionales; poner en valor a toda la industria y el talento que hay, porque poniendo en valor a toda esa industria atraemos también muchos más rodajes. Es una industria consolidada y con un compromiso firme por parte de las instituciones. Tener una industria potente es un atractivo también para empresas internacionales que quieran llevar a cabo aquí su proyecto. Otro de los cometidos de Madrid Film Office es asesorar en todo lo que tiene que ver con los rodajes, con los permisos, poner en contacto con otras instituciones, llevar a cabo relaciones con otras áreas del Ayuntamiento para poder llevar a cabo cualquier tipología de rodaje. Ponemos en valor, y es una de las tareas fuertes de Madrid Film Office, todo el patrimonio audiovisual y toda la historia del audiovisual que se ha rodado en Madrid. Ofrecemos formaciones especializadas sobre determinados oficios de la industria y luego también ponemos en valor también el turismo de pantalla.

¿Y cómo lo hacemos? Pues llegando a acuerdos con plataformas que nos cedan ciertas marcas; por ejemplo, ahora estamos a punto de cerrar con Netflix o con Amazon Prime, y poniendo en valor espacios de Madrid y directores que han rodado en la ciudad, el Madrid de Pedro Almodóvar, el Madrid de Álex de la Iglesia, el Madrid de Concha Velasco (que próximamente vamos a lanzar), el Madrid de García Berlanga o el Paisaje de la Luz (fig. 1) en el audiovisual, poniendo en valor también ese espacio que fue declarado Patrimonio de la Humanidad¹.

¹ El Paisaje de la Luz fue declarado el 24 de julio de 2021 Patrimonio Mundial (también conocido como Patrimonio de la Humanidad) por la UNESCO en la categoría de Paisaje Cultural, un conjunto diseñado y levantado por el ser humano de valor excepcional. Se trata de un área patrimonial que abarca el espacio integrado por el paisaje de las Artes y las Ciencias el Paseo del Prado, el barrio de los Jerónimos y el Jardín del Buen Retiro situado en el centro de la ciudad de Madrid, un entorno en el que hay más de una veintena de bienes de interés cultural (BIC) junto a edificios comerciales y administrativos de una gran relevancia edilicia e histórica.



Figura 1: Imagen de localización del Paseo del Prado de Madrid, perteneciente al Paisaje de la Luz (© Madrid Film Office).

Víctor Aertsen (VA): Generalmente se habla de film commission o de film office en términos de promoción del territorio y lo que tiene que ver con esa actividad principal, como es ir a festivales para atraer rodajes, pensando mucho en rodajes internacionales y en facilitar el rodaje aquí; pero yo creo que a nosotros nos interesa más pensarnos como una oficina que facilita el desarrollo, que estimula el desarrollo del audiovisual en Madrid en un sentido amplio. Eso implica desde luego atraer rodajes, pero implica también facilitar el desarrollo de rodajes aquí, crear tejido industrial para que vaya creciendo, e implica generar foros de encuentro donde se discuta sobre el audiovisual en Madrid, es decir, el audiovisual en todas sus diferentes dimensiones. Por eso, tenemos la idea de no ser oficina de promoción, sino oficina del audiovisual, la oficina que está en contacto con el

sector por parte del ayuntamiento. Hay otras oficinas dentro del ayuntamiento que pueden hacer actividades que tienen vinculaciones con audiovisual, desde cultura, por ejemplo, o antes economía, ahora coordinación de alcaldía con algunas ayudas y demás, pero nosotros somos el punto de contacto y un poco los que gestionamos toda la parte que se ocupa de establecer esos vínculos, de ver qué es lo que está pasando y cómo podemos ayudar entre todos para que el Ayuntamiento estimule el audiovisual en Madrid. Es muy importante la relación que tenemos con todas las áreas del ayuntamiento. También tenemos que trabajar con las diferentes áreas para que conozcan cuál es nuestra misión y cuál es nuestro trabajo.

Creo que el acercamiento a las áreas y a todos los distritos también es una tarea importante a desempeñar por parte de Madrid Film Office. Ese doble sentido es algo que sale natural en el momento en el que tienes que atender a los rodajes, que es una de las actividades centrales, porque al final el audiovisual lo puede tocar todo y puede necesitar cualquier tipo de servicio o espacio municipal; por lo tanto, por ahí ya se va vertebrando. Después, la interlocución para mediar, para intentar cuidar también el contacto con los vecinos y todas las asociaciones y demás. En el momento en el que saltas de ahí para generar tejido, al haber otros departamentos que pueden tener iniciativas propias que son de interés audiovisual, queremos vertebrar todo eso. Somos los que participamos en la mayoría de las actividades, tanto eventos en Madrid como fuera de Madrid y a nivel internacional. En todos ellos, ponemos en valor no solamente nuestra actividad, sino toda la actividad del Ayuntamiento en materia audiovisual, y especialmente pensamos conjuntamente cómo podemos apoyar para que toda la cadena de valor esté atendida y estimulada en todo lo posible desde lo municipal.

DG: A partir de lo que señaláis, sois la puerta para facilitar los rodajes a nivel burocrático y administrativo, atrayéndolos en diferentes instancias y en distintos encuentros con la industria.

VA: Se hace de diferentes formas. Acudiendo a festivales nacionales e internacionales, a través de campañas de publicidad en medios nacionales e

internacionales y, luego, asistiendo a todos aquellos foros donde nos invitan a promocionar nuestra oficina y toda esa capa de valor y esos foros que nosotros ponemos en marcha por iniciativa propia.

DG: A propósito de esto, llaman mucho la atención las diferentes sinergias que he ido apreciando al analizar Madrid Film Office en relación, por ejemplo, con las residencias que tenéis con la Academia del Cine Español. Entiendo que, en cualquier actividad, sea el Festival de Cine de Málaga o los Premios Goya, buscáis el mejor punto de vista para el posicionamiento nacional. Me gustaría que me contéis vuestra participación en los festivales de Cannes o Berlín o cualquier otro tipo de evento de la industria audiovisual. Contáis con los datos de 2023, en ese sentido, ¿cómo funcionáis a la hora de ir distribuyendo recursos y el capital humano del que disponéis para todas vuestras actividades?

RT: Dos cosas en esta pregunta: una, efectivamente, las residencias de la Academia de Cine. El área de coordinación de alcaldía pone en marcha y apoya diferentes proyectos y laboratorios como residencias de la Academia, Ventanas CineMad², el Cartoon Springboard³, etcétera. Nosotros tratamos de coger esos proyectos y meterlos en la transversalidad de todo el Ayuntamiento. Cuando nosotros apoyamos diferentes proyectos como Iberseries & Platino Industria⁴, ponemos en valor también qué es lo que hacen otras áreas del Ayuntamiento, tratamos de que sea de forma coordinada para que ese apoyo a la industria audiovisual se lleve a cabo

² Es el nombre del evento, en este caso se trata de un nombre conjunto, por eso se detalla en la nota 4.

³ Desde 2015, Cartoon Springboard de Madrid es un evento de entrenamiento para jóvenes talentos de animación en el que pueden dar los primeros pasos en la industria y aprender de profesionales internacionales.

⁴ Desde que arrancó en 2021, el encuentro Iberseries & Platino Industria ha destacado como el evento internacional más importante dentro de la industria audiovisual ibérica e iberoamericana, reuniendo en cada una de sus ediciones a empresas, instituciones y personas vinculadas con la producción y las industrias audiovisuales en España, Portugal y América Latina para generar sinergias en la producción de contenidos en publicidad, cine, televisión, videojuegos, etc.

durante todo el año, que tenga un recorrido largo y que no se pierda a medida que se van desarrollando las diferentes actividades.

VA: En este caso, un proyecto como las residencias de la Academia está impulsado por coordinación de alcaldía. Ellos son los principales promotores, pero nosotros nos vinculamos y les damos apoyo para la generación de diferentes actividades, colaboramos con las residencias, con algunos encuentros, etcétera. Además de eso, lo que hacemos es que, después, en otras actividades que tenemos en Iberseries & Platino Industria, organizamos alguna mesa donde intentamos incluir las residencias de la Academia, organizamos sesiones de Pitch donde incluimos a residentes de la Academia, es decir, prolongar lo iniciado por otro departamento, otra unidad, colaborando directamente sobre ello y, además, arrastrarlo para que esté en todo, para que se vertebre.

RT: ¿Cuál es nuestra estructura? Madrid Film Office tiene actualmente seis personas trabajando y cada persona tiene unas tareas encomendadas. Está muy departamentado: está el área de comunicación y proyectos que lleva Víctor; el área de digital que lo lleva Esther; un departamento de producción que lo lleva Rubén; una ventana de promoción que lo lleva María; otra ventana de proyectos también estratégicos que lo lleva Ángeles y luego, por otra parte, estoy yo que tengo que coordinar todo y crear nuevos proyectos y nuevas iniciativas. Se nos ha olvidado uno de los eventos que nosotros organizamos, que es poner en contacto a la industria y por eso nuestros famosos *Afterworks*, que organizamos dos veces al año, un evento bastante *easy going*, muy fácil, muy cómodo, en el que lo que queremos es convocar a la industria de Madrid y que hablen entre ellos. Creo que esta actividad ha calado bastante bien, vamos a celebrar ya el quinto y no es más que facilitar un entorno donde la gente pueda hablar, pueda conocerse, pueda ponerse caras e incluso desarrollar proyectos conjuntamente, gracias a la capacidad organizativa que tenemos.

DG: ¿Solo la industria de Madrid?

RT: Invitamos también a diferentes áreas del Ayuntamiento y también podemos invitar a nuestros homólogos más cercanos en la Comunidad de Madrid⁵, en Castilla-La Mancha o en Segovia.

VA: Por encima de todo, son industrial local, industria que desarrolla actividad aquí, no solo Madrid ciudad, sino el área metropolitana de Madrid, podríamos decir. Estamos ahí, contando también con plataformas internacionales que trabajan a nivel nacional y demás, pero que están ubicadas principalmente aquí.

DG: Las plataformas que utilizáis a nivel nacional e internacional ¿están centradas en lo que es la asistencia a los diferentes eventos? Estoy pensando en el festival de televisión de Vitoria, en Cannes que ha sido recientemente y que habéis estado. ¿Dinamizáis aún más el hecho de visibilizar la marca de Madrid Film Office en estos espacios?

RT: Siempre y cuando podamos, y podemos, por ejemplo, en el caso del Festival de San Sebastián, venimos organizando junto con la Comunidad de Madrid un evento que se llama “Algo se cuece en Madrid”. Tratamos de trasladar las estrategias de ambas instituciones sobre el sector audiovisual y montamos allí una actividad paralela que lo hemos vinculado con un cocido madrileño⁶. Invitamos a la gente de la industria a un cocido de pie en el Festival de San Sebastián. Los presupuestos son limitados y, es verdad, que en este caso sí que creemos que es interesante organizar una actividad paralela en otros mercados. Primero tiene un coste alto; segundo, hay un mogollón de actividades, fiestas, eventos y comidas, entonces

⁵ Comunidad Autónoma de Madrid, entidad política uniprovincial que comprende el territorio de la región de Madrid.

⁶ Se trata de un plato tradicional de la gastronomía madrileña y cuya degustación gira en torno a tres platos o *vuelcos*: una de sopa fideos (hecha con el caldo resultante de la preparación de los otros platos), un guiso de garbanzos y un plato que incluye una importante variedad de carnes (pollo, ternera y cerdo en diferentes productos como tocino, jamón, morcilla y chorizo) además de estar acompañados con verduras y hortalizas cocinadas como patata, judías verdes, zanahoria, puerro o repollo.

se diluye mucho tu presencia de marca; y tercero, en muchos eventos no se considera el momento adecuado. No te diría que, en un momento determinado, cuando el Ayuntamiento de Madrid vaya adquiriendo catálogo por esas ayudas que se vienen dando desde hace cuatros años, pues a lo mejor se presente todo ese apoyo, porque ya vamos teniendo películas que han sido rodadas y, en este tipo de eventos, muchas de ellas van ganando premios. Pero hoy por hoy no tenemos cualquier actividad.

VA: En el menor de los casos hacemos trabajo de comunicación, de apoyo comunicativo informal sobre los proyectos madrileños que están participando. Eso sí que siempre lo mantenemos y tiene un coste simplemente de trabajo interno. Además, tenemos unas ventanas de comunicación bastante amplias a nivel de número de seguidores. Eso en el mínimo caso de actividad, que puede ser por ejemplo un Cannes, donde estamos también presentes y vamos a diferentes reuniones en centros bilaterales. Hacemos trabajo de oficina, pero digamos de cara hacia fuera, dinamizamos nuestra actividad propiamente, pues ya vamos un poquito en función de los recursos y sobre todo del impacto que pueda tener el espacio y nuestra capacidad. En otro lugar que consideramos que sí que puede tener más impacto, como San Sebastián o, por ejemplo, como Ventana Sur⁷, donde fuimos el año pasado y organizamos junto con la Comunidad dos mesas, entre ellas un caso práctico de coproducción entre España y Argentina. Porque ahí sí que nos parece interesante por el tamaño y el foco del mercado, teniendo en cuenta que uno de los ejes estratégicos que seguimos es el de fomentar las relaciones entre países iberoamericanos, Iberseries, entre otros, Platino Industria, etcétera.

RT: Lo hacemos también porque si venimos patrocinando Platino Industria, del que somos el principal patrocinador de la actividad, y de los Premios Platino, pues creemos que tenemos que seguir un poco esa línea, sin olvidarnos otros mercados que para nosotros son muy interesantes.

⁷ Se trata de un encuentro en el que se reúnen diferentes agentes de la industria y los mercados audiovisuales latinoamericanos en Montevideo (Uruguay) desde el año 2018.

DG: ¿Cómo apreciáis las diferencias que tenéis respecto a Film Madrid, es decir, el organismo de la Comunidad de Madrid?

RT: Nosotros lo que vendemos es nuestro territorio, la ciudad de los 21 distritos, y ponemos a hablar toda la industria que, en este caso, es compartida también con la región y ponemos también en valor a la región. Cuando vamos a esos espacios, o sea, cuando vienen proyectos, esto no lo tenemos en la ciudad, pero lo tiene la Comunidad, por ejemplo, un castillo. O si no se puede rodar en los aeropuertos que tenemos, pues está el de Ciudad Real, que es mucho más fácil. También vendemos esa conectividad. Madrid está muy bien conectada, el otro día en la Ciudad de la Luz lo comentaba también, la conectividad que hay con respecto a diferentes territorios, a dos horas donde pueden ofrecer otro tipo de organizaciones y otro tipo de servicios. En el caso de la Ciudad de la Luz, los platós y sets de rodaje.

VA: Ahí se nota también la diferencia entre ver la actividad de una Madrid Film Office como una actividad meramente de promoción del territorio a pensarla desde el punto de vista del desarrollo audiovisual. El ideal es que sea un proyecto grande, que toda la inversión económica recaiga en Madrid, que se vea muchísimo la ciudad de Madrid y que, encima el resultado final, sea de una calidad excepcional, que gane premios y atraiga turismo de pantalla. Eso sería el ideal de los ideales, reduciendo cualquiera de esos factores, todavía impacta sobre la ciudad de Madrid, tanto desde el punto de vista de su imagen o incluso cuando sale fuera, por ejemplo, a otros municipios de la Comunidad e incluso algún otro municipio fuera de la Comunidad de Madrid porque generalmente se rueda con personal de Madrid, con equipo técnico madrileño, con equipo creativo madrileño que vive aquí y es una salida que le permite asegurar una localización entre muchas, asegurando que van a estar en la Comunidad de Madrid. Es decir, que al final que ruede, por ejemplo, dos o tres jornadas en Segovia y el resto del proyecto aquí en Madrid nos asegura que sea en Madrid, que es fantástico. Y es que la gente que está rodando en Segovia, probablemente la mayoría, son de Madrid, por lo tanto, también es una actividad económica que beneficia a nuestro territorio.

RT: Esto es la gran diferencia; es decir, nosotros vendemos nuestra ciudad, nuestro territorio y en este caso Film Madrid lo que hace es representar a toda la Comunidad. Entendemos que cuando ellos van a tener reuniones y demás, si necesitan una Plaza Mayor, se van a servir de nuestra Plaza Mayor y luego ya nos ponen a nosotros en contacto (fig. 2).



Figura 2: Imagen de localización de la Casa de la Panadería, sede de Madrid Film Office en la Plaza Mayor de Madrid (© Madrid Film Office).

VA: Los *fam trips* que hemos hecho, en la mayoría de los casos han sido conjuntos. Por ejemplo, vamos a un evento que se llama *Shooting Locations Marketplace* que se hace en la Feria de Valladolid⁸. Ahí vamos con

⁸ Evento anual organizado desde 2021 por la Feria de Valladolid y la Spain Film Commission, es un encuentro para la promoción de rodajes y la creación de sinergias para el sector de la industria audiovisual junto a otros elementos como las empresas de servicios auxiliares y la hostelería, abierta a los profesionales nacionales e internacionales

una agenda conjunta porque lo que hacen es básicamente presentar Madrid ciudad y la región de Madrid a localizadores internacionales, así que vamos juntos, es decir, hacemos todo lo posible para aunar esfuerzos. Primero porque es una cuestión de costes y eficiencia, y segundo, porque además de cara al interlocutor extranjero no tendría sentido de otra manera, que piensen en Madrid y en todas las ventanas de Madrid en su conjunto, porque no vamos a establecer fronteras.

DG: Con relación a lo que se percibe como algo dual, se observa el tema de la promoción turística, lo que ha comentado Víctor, pero también está el gran potencial logístico del territorio, porque al final es un dinamizador económico que potencia el tejido industrial del audiovisual. ¿Qué fortalezas y debilidades detectáis en vuestro trabajo?

RT: Una debilidad, sin lugar a dudas muy importante, es la concentración de rodajes en el distrito Centro. Eso es una gran debilidad. ¿Cómo lo queremos convertir en fortaleza? Pues ofreciendo el resto de distritos, que son veinte más. Es verdad que una Gran Vía está en el centro, pero también hay otras avenidas, otros espacios muy interesantes más allá del centro, o incluso más allá de la M-30⁹. En cuanto a fortalezas, tenemos una ciudad con unas localizaciones que son maravillosas, que además cuentan con ese carácter camaleónico. Te diría también el tiempo que hace, o sea, la cantidad de horas de sol al año, la seguridad que ofrece la ciudad de Madrid. El tejido industrial, el talento, los profesionales, etcétera. Lo bien que está conectada la ciudad si necesitas rodar en una playa o ponerte a dos horas y media de otra localización. Otra gran fortaleza es el apoyo del Ayuntamiento de Madrid hacia esta industria. También tenemos 125 años de historia de cine detrás, o sea, que es una ciudad que tiene un patrimonio audiovisual muy importante.

que tienen interés en rodar y producir contenidos audiovisuales en la Península Ibérica.

⁹ La M-30 es una carretera de circunvalación de titularidad municipal que rodea la zona centro de la ciudad de Madrid y que cuenta con la mitad de su perímetro situado en el subsuelo de la capital, soterramiento que abarca desde el distrito de Arganzuela hasta la zona de Príncipe Pío.

VA: Lo demuestra el hecho de que se hayan interesado tanto por venir las plataformas internacionales. Pero no solamente las plataformas, que eso ha sido un gran movimiento en los últimos años, sino ahora lo que se está viendo, que obviamente en parte es consecuencia de eso, es que muchas empresas productoras que no son grandes plataformas, pero que son productoras que, al fin y al cabo, ofrecen contenidos a esas plataformas, se establecen en Madrid. Por ejemplo, muchas empresas latinoamericanas, especialmente mexicanas, están abriendo una segunda sede aquí, también algunas europeas o de otros países como Australia. Hay algo competitivo aquí, entre todos esos factores que ha enunciado Raúl, que convierten a Madrid en un lugar atractivo para estar y desarrollar tus proyectos, atractivo e incluso, en este momento, un lugar en el que estar, no solo porque es un espacio de contacto directo con algunas de estas plataformas, sino también porque cuentan con ventajas competitivas.

Hay una debilidad de la que siempre hablamos y que trabajamos por intentar mejorar, y es la cuestión de los datos. Para nosotros es primordial tener información sobre lo que se está haciendo, no solamente información cualitativa, sino sobre todo cuantitativa, para ir viendo un poquito cuál es el nivel de impacto que tiene nuestra labor. Por la dinámica de trabajo que tenemos, por lo que pasa por delante nuestro, podemos contabilizar proyectos que se ruedan en la ciudad de Madrid porque están asociados a permisos, etcétera. Pero nos interesa mucho ampliar esos datos, por ejemplo, desde el punto de vista del impacto económico que tienen, tanto en gasto como en contratación de personal, el impacto real que tiene en cuanto al número de días, etcétera.

Hay mucha información que nos vendría bien tener. Nosotros hacemos todo lo posible por mejorar la forma de recogerla y procesarla internamente, porque no depende solo de nosotros. Tenemos que estar en contacto con diferentes departamentos del Ayuntamiento para ir centralizando esa información y procesarla. Pero después también está la parte del sector del que cuesta todavía mucho tener esa información. Esa información, al final, para nosotros es primordial. Primero para saber cuál es el efecto de las políticas, de las estrategias que estamos desarrollando, cuáles son las consecuencias. Y, en segundo lugar, también para utilizarlo desde una perspectiva didáctica, para educar o enseñar, para demostrar a otras áreas municipales y a los vecinos, el interés que puede tener apoyar este

tipo de actividades. Hay muchos departamentos que se pueden ver implicados en actividades audiovisuales sin ser su cometido, por el hecho de que se necesita su ayuda. Y nos ayuda mucho a decir que esta actividad no es simplemente alguien que viene a pedirte un favor, es alguien que está generando trabajo, promoción... Igualmente hay muchos vecinos, sobre todo en el distrito Centro, que ven como el espacio público es ocupado para rodajes y eso genera determinadas tensiones. Hay que explicarles que obviamente todo es mejorable, pero que también hay una parte buena, que es que esto genera no solamente que haya 40 o 60 personas contratadas y dinero para determinadas empresas, sino una distribución de beneficios. De ahí el contar con esa información y que, cuanto más desarrollada esté, más nos interese.

DG: ¿Creéis que condiciona el espacio urbano, los límites de la ciudad de Madrid, a la hora de desarrollar todos estos aspectos? Las fricciones en parte que genera sobre todo en el distrito Centro resultan casi imposibles de conciliar. Porque si se quiere rodar un tiro de cámara concreto, si se quiere un espacio concreto va a ser muy complicado llevarlo a otros distritos. Estoy pensando en varias series, fundamentalmente *Entrevías*¹⁰ (fig. 3). No sé si en este caso habéis tenido alguna responsabilidad en facilitar operatividad para esta serie, supongo que sí. Pero al visibilizar ciertos espacios sociales y urbanos y cómo éstos se representan pueden generar tensiones en estos barrios, al ambientar o contextualizar un espacio social más degradado y/o conflictivo.

RT: ¿Cómo lo podemos hacer? Pues haciendo partícipe a la ciudadanía. Es decir, creo que es importante que la propia ciudadanía entienda el valor de la industria audiovisual y por eso tenemos varios proyectos en los que queremos hacerles partícipes, que el propio vecino se convierta en locali-

¹⁰ Alea Media, Luk Internacional y Mediaset España, 2021-2024. Serie de televisión creada por David Bermejo y rodada en barrios de distritos del cinturón obrero madrileño como el Puente de Vallecas y Villaverde Alto, fue emitida en abierto en España por la cadena televisiva privada de ámbito estatal Telecinco.

zador. Creo que eso es muy interesante y que se sienta orgulloso del espacio en el que vive y que se dé a conocer. Creo que, a todo el mundo, le gusta ver su espacio en una película, en un programa de televisión, en un videoclip, en un spot de televisión o cualquier proyecto. En eso estamos trabajando, en el que el ciudadano sea partícipe, que conozca la industria y que dé a conocer sus diferentes distritos. Y luego, por otra parte, nosotros, las localizaciones las tenemos catalogadas también para dar a conocer esos 21 distritos, aunque nos queda mucho. Ahora mismo estamos trabajando en esa ampliación de catálogo de localizaciones y contrataremos a expertos para que busquen localizaciones y ofrezcan alternativas a la Gran Vía o a la Plaza de Callao.



Figura 3: Imagen de localización de una calle de casas bajas en el barrio de Entrevías (© Madrid Film Office).

VA: No nos metemos en el contenido ni tampoco en la localización que se usa en sí misma, porque, al fin y al cabo, esto es una libre elección creativa. Ahora bien, a la hora de decidir qué localización es la que te conviene, sí

que hacemos un trabajo para dar a conocer alternativas que, muchas veces, van a ser beneficiosas para el localizador y para el productor por varios motivos, ya no solamente por el hecho de que tal vez es menos conocida, está menos vista. Pero, además, porque en el momento en el que están un poco fuera del centro, la presión que hay sobre el rodaje es menor, pueden ir un poquito más despacio, los vecinos van a estar menos acostumbrados a tener rodajes por allí y reaccionan de manera distinta. Al final es un *win win* para todas las partes, siempre y cuando encaje dentro de las necesidades o las posibilidades del proyecto. Sí que hacemos, por ejemplo, proyectos de fotografiado de localizaciones potenciales en distritos más periféricos para ir incorporando por nuestra parte localizaciones en nuestro catálogo. Después, nuestro catálogo se nutre también de localizaciones que propone la gente y hay muchas de ellas que son fruto de sus propuestas. Trabajamos potenciando la periferia, dentro de nuestras posibilidades. La periferia en un sentido bastante amplio, porque el centro se lleva el 35% o hasta el 40% de los rodajes, los siguientes distritos alejados estamos entre un 5% y un 10%, pero si sales de la M-30 disminuye radicalmente.

DG: De los rodajes en los que habéis colaborado ¿cuáles destacaríais? ¿Cuáles visibilizan mejor la imagen de Madrid o, incluso, generan o potencian más el turismo de pantalla?

RT: Cualquier proyecto es igual de importante, sea grande o pequeño. Un *spot* está trasladando la imagen de Madrid, un videoclip, cualquier serie, cualquier película, cualquier programa de televisión, un *MasterChef España*¹¹, cualquier proyecto es una ventana de promoción para la ciudad de Madrid y nosotros lo consideramos como tal. Obviamente hay proyectos que han dejado huella, como *La casa de papel*, *Reina Roja*, *La virgen roja*, *Todos los nombres de dios* o *Way Down* son proyectos más grandes en cuanto a las necesidades que tienen de uso del espacio dinámico. Son proyectos que tienen una gran visibilidad para la ciudad de Madrid.

¹¹ Producción de EndemolShine Iberia, 2013-; versión española del formato de telerrealidad estadounidense en el que los concursantes demuestran sus destrezas en preparaciones culinarias, popularizado a nivel mundial por el conductor original, el cocinero y comunicador británico Gordon Ramsay.

VA: Hemos apoyado necesidades de rodaje que, desde luego, no son rodar la Gran Vía, pero que son cosas muy particulares gestionadas a través del departamento de producción. Han contado con ayuda, por ejemplo, *Volveréis*, la última película de Jonás Trueba, una película que, en comparación, es un proyecto presupuestariamente bastante más reducido e independiente, pero ha sido seleccionado en la Quincena de realizadores en el último Festival de Cannes. Nosotros no hacemos el trabajo de decir que os vamos a ayudar a vosotros, los potenciales rodajes, sino que, más bien, estamos bajo demanda y en este sentido nuestro trabajo es decirle a todo el mundo que estamos abiertos a recibir vuestras necesidades, peticiones y vamos a acompañar a todos. Nos interesa acompañar a proyectos de cualquier tamaño.

Es verdad que hay proyectos con un impacto económico muy grande, que tienen unas necesidades de disposición del uso del suelo público, del espacio público, que son mayores. Por el hecho de que tienen un impacto económico grande se considera que, al tener una proyección de la imagen en muchos países y demás, pues pueden tener más implicación, que se basa en el tiempo que requiere coordinar que sus necesidades se vean cumplidas. Mientras que las necesidades de proyectos menores son mucho más fáciles de cumplir. Pero aun así cuentan también con ayuda. Es más, para nosotros, lo ideal es precisamente que proyectos como los de las residencias de la Academia se desarrollen la mayoría de ellos, que son proyectos potencialmente independientes. Son los típicos proyectos que nosotros estamos encantados de seguir empujando y acompañando en todas las fases, directamente a nivel de rodaje, pero también en fases como la financiación ante las ayudas o posteriormente a nivel de promoción.

DG: Con relación al tema de las localizaciones, veo que además contáis con la coordinación del servicio cartográfico del Ayuntamiento de Madrid, que es bastante potente.

VA: Lo que ofrecemos allí es que se use, pero que se use sobre todo para identificar las necesidades de cara a la petición de permisos, o sea, que se pueda aprovechar esa base cartográfica como una herramienta.

DG: ¿Cuáles son las localizaciones en las que apreciáis mayor demanda? Por ejemplo, ¿qué patio y jardín suele ser curiosamente el que más se requiere? ¿Qué distrito que no sea el centro está más solicitado?



Figura 4: Imagen de localización desde el Cerro del Tío Pío, mirador en el distrito de Puente de Vallecas, apreciándose una de las mejores panorámicas de la ciudad (© Madrid Film Office).

RT: Los distritos se van extendiendo en función de ese distrito Centro, que se lleva casi todo. Usera tiene sus rodajes, pero realmente Arganzuela, Retiro, Salamanca, Chamberí son los siguientes. Es simplemente que la imagen de esos barrios está más consolidada en la mente de todos y, por lo tanto, también desde el guionista que está pensando en aterrizarlo en Madrid, y el localizador lo tiene más en cuenta, pero, aun así, vemos que se va progresivamente extendiendo hacia fuera. En cuanto a localizaciones específicas hay muchas de gran impacto en la zona centro y después hay, por ejemplo, parques como la Casa de Campo o el parque del Cerro del Tío Pío (fig. 4) donde se rueda mucho. Una vez que sales de las localizaciones

más icónicas, casi todas están muy concentradas en el centro, después se distribuye muchísimo.

DG: Por ejemplo, ¿os piden permisos o información para poder rodar en la estación del Abroñigal¹², la de los contenedores?

VA: Nosotros no gestionamos ningún permiso porque no tenemos competencia sobre nada. Entonces, sobre todo lo que sería el espacio público, la vía pública, lo lleva movilidad del Ayuntamiento. Todos los demás espacios municipales cuentan con su propio gestor y nosotros hacemos el trabajo de redirigir, mediar para que lleguen a ellos. Después, también hacemos ese mismo trabajo con todo lo que sean espacios privados o espacios de otras instituciones públicas. No nos metemos en espacios de particulares. Ahí hay empresas. Pero si quieres Adif, si quieres Cercanías o Atocha, por ejemplo, pues nosotros les conectamos con el interlocutor.

RT: Luego hay mucho desconocimiento. Es decir, el Metro de Madrid, por ejemplo, está gestionado por la Comunidad de Madrid. El Ayuntamiento de Madrid tiene mucho peso, pero hay otros servicios que están gestionados por otras entidades o por otros ministerios. Incluso la propia estación fantasma, la estación de metro de Chamberí, es también de titularidad autonómica.

DG: ¿Contáis con programas específicos en cuanto a la promoción del turismo cinematográfico? ¿Qué iniciativas lleváis a cabo en este sentido? ¿Apreciáis mayor demanda de estas actividades?

RT: Son recursos turísticos que a la gente les gusta conocer, les llaman la atención. Por ejemplo, cuando anunciamos que íbamos a hacer la ruta de Concha Velasco, eso tuvo mucha repercusión. Pero también la tiene la propia ruta de Pedro Almodóvar que ya tiene unos cuantos años y la gente

¹² La Estación Madrid-Abroñigal es una terminal ferroviaria de mercancías que se ha especializado en el tráfico y almacenamiento de contenedores, albergando una gran cantidad de ellos. Se encuentra situada en el extremo exterior de la M-30, en el distrito de Puente de Vallecas.

nos la sigue demandando. Para nosotros, el turismo audiovisual o el turismo de pantalla es un turismo importante y lo ponemos en valor y nuestros mayores objetivos forman parte de la estrategia del plan estratégico de turismo de la ciudad de Madrid. Por eso tratamos de crear dos o tres recursos diferentes cada año de turismo audiovisual. La verdad es que son proyectos bonitos a la hora de desarrollarlos. Ahora espero contar con la colaboración de plataformas que tienen estos productos, que son un producto derivado más de su promoción, no para sus productos audiovisuales, sino el papel de la ciudad de Madrid en ello. Y luego porque mantienes vivo el proyecto audiovisual. Si tienes una ruta de *La casa de papel*, la producción sigue sonando y se sigue viendo. Entonces, para nosotros todo lo que tiene que ver con el turismo de pantalla es algo por lo que seguiremos apostando.

VA: Para nosotros es verdad que con el turismo de pantalla ampliamos mucho el concepto clásico que se tiene en mente del turismo, cuando concebimos este tipo de productos y también el objetivo de estos productos. Desde luego tenemos mucho contenido¹³, por ejemplo, tenemos dos folletos sobre series, cada uno de ellos con seis u ocho series diferentes actuales. Tenemos nombres como Pedro Almodóvar o Álex de la Iglesia, que son nombres de tirón internacional. Pero después, por ejemplo, nos interesa mucho también hacer un folleto sobre el Paisaje de la Luz en la pantalla, donde la mayor parte de las producciones, a las que hacemos mención, son parte de la historia del cine español y que, en este momento, no están en la mente de todos, aunque algunas sí, porque son clásicos como *El cochecito*. Ahí es donde este enfoque de turismo de pantalla se vincula con actividades de divulgación, es decir, no es que sea otra actividad, sino que para nosotros es una extensión que nos hace entrar en el ámbito de la divulgación que ya no está tan orientada solamente a que venga un turista extranjero a pernoctar aquí porque le ha interesado mucho *La casa de papel*, sino también que el propio vecino de la ciudad pueda conocer lo que se ha rodado en su ciudad, descubrir, por ejemplo, el Paisaje de la Luz

¹³ Se pueden consultar los mismos en línea: <https://madridfilmoffice.com/turismo-pantalla-madrid/>

declarado patrimonio junto a otras novedades para darle ese valor cultural que merece.

Intentamos vincularlo y decirle que va a descubrirlo, que puede pasear de otra manera por un espacio que posiblemente ya conoce. Obviamente es un producto que funciona muy bien para la gente que viene de fuera, el turista en su concepción clásica, pero también es un producto que nos interesa mucho que los propios vecinos lo consuman, que lo utilicen, que lo vean como algo interesante. Y esto cierra muy bien este círculo de cómo intentar vincular a los vecinos por diferentes vías con la actividad audiovisual, para que ellos se sientan parte de la esfera cultural que nosotros estamos intentando fomentar desde Madrid Film Office.

DG: Conozco Madrid Film Office, pero a lo mejor, la inmensa mayoría de los vecinos de Madrid no tienen una idea muy concreta de la misma. Los que sí la tienen, ¿qué percepción creéis que tiene el servicio? ¿Tenéis constancia de que tiene una percepción positiva?

RT: Totalmente. Creo que al final somos una herramienta más en el proceso de producción de un proyecto audiovisual. Además, nosotros desde hace tiempo intentamos incluirles en el proyecto en la fase de preproducción, porque así, juntos, podemos trabajar mejor los posibles problemas que se puedan dar a la hora de ejecutar el proyecto en la ciudad. Ellos nos consideran una herramienta facilitadora. Somos facilitadores de sus necesidades a la hora de afrontar un proyecto que quieran rodar en la fase de preproducción. Y luego hasta el momento del lanzamiento y promoción, o sea porque los acompañamos en todas las fases. Para nosotros eso es una promoción, es una herramienta.

VA: Nosotros no gestionamos los permisos directamente. Por lo tanto, cualquier proyecto que quiera desarrollarse en Madrid podría, hasta cierto punto, intentar encontrar la ventanilla en la cual gestionar un permiso. Aún así, probablemente, exceptuando algunas ventanillas muy recurrentes, muchos productores o localizadores nos van a consultar a nosotros porque necesitan nuestro apoyo para entender qué es lo que tienen a su alcance. Pero, más allá de eso, solamente el hecho de que exista Madrid

Film Office implica que desde el Ayuntamiento tienes un departamento que te ayuda y asiste al desarrollo de tu proyecto en la ciudad, es decir, una asistencia gratuita para facilitar todas las diferentes necesidades que tengas para desarrollar tu proyecto aquí, una oficina que media y apoya en las fases de producción de tu proyecto; que es una promoción extra, cuentas con lo tuyo y, además, el Ayuntamiento de Madrid te está apoyando para poder promocionarte, una oficina que está facilitando el hecho de que tengas reuniones y puntos de encuentro para generar contactos y posibles sinergias. Es decir, para ellos no somos imprescindibles, pero todo lo que les ofrecemos son pluses. Les beneficiamos en muchas diferentes necesidades que presentan y les surgen de su actividad.

RT: Eso se da en las cifras. Desde los últimos años, venimos creciendo entre un 17% y un 33% en el número de asistencias que realizamos y en el número de peticiones que nos hacen. Es el síntoma de que se sienten acompañados y que somos una herramienta de valor.

DG: Podéis cuantificar, aproximadamente, ¿cuál ha sido el incremento de los rodajes en Madrid desde que empezasteis vuestra andadura?

RT: Tenemos datos, pero también tenemos un control exhaustivo de cuáles son nuestras asistencias y eso, en general, ha crecido exponencialmente.

DG: ¿Cuál creéis que es el futuro de Madrid Film Office?

RT: El futuro de la oficina es seguir ofreciéndoles ese servicio que estamos dando. Hay un compromiso propio por parte del Ayuntamiento para y por la industria audiovisual, que es una industria que genera un impacto económico importante en la ciudad y es una ventana de promoción. Paralelamente estamos haciendo otro tipo de actividades, manteniendo un diálogo entre la administración y la empresa privada. Creo que, con esa colaboración, Madrid Film Office tendrá un largo recorrido, será como una ventana más, igual que cualquier otro tipo de servicio y asistencia que tiene que dar una administración. De hecho, es lo que estamos viendo, que este

tipo de servicios está proliferando y se está dando en otros tantos ayuntamientos, en otras tantas secciones, incluso en ciudades pequeñas y en provincias pequeñas. Creo que es un servicio que ha venido para quedarse, con más motivo en la ciudad donde más se rueda en España y que acoge gran parte de la industria audiovisual española. Por eso creo que se está haciendo una labor importante de colaboración público-privada, contactando directamente con industrias a ver cuáles son sus necesidades, sus problemas y siendo un canal de comunicación y unos facilitadores para su trabajo.

VA: Estamos encaminados en cuanto a la naturaleza de nuestra actividad. Todavía queda camino por recorrer y vamos paso a paso, porque esto es un trabajo de hormiguita anual. Seguimos vertebrándonos hacia las tres esferas con las que nos relacionamos: en contacto permanente con el Ayuntamiento; seguimos tejiendo redes, conectando y sirviendo como interlocutor con la industria, que cada vez nos tiene más en cuenta; y siempre, vertebrando todas nuestras actividades para ir de la mano con la ciudadanía. Seguiremos trabajando en esas tres líneas que desplegamos, reforzando y ampliando nuestras redes en esos tres pilares que se pueden ir entrelazando y extendiendo a la vez.

“Aunque tenemos una gran variedad, mucha actividad se concentra en Barcelona y su área metropolitana”

Una entrevista a Carlota Guerrero y Laia Boixader de la Catalunya Film Commission

Ralf Junkerjürgen

Resumen: La Catalunya Film Commission se creó en 2007 como una parte de la Barcelona Catalunya Film Commission. Las dos instituciones se separaron en 2014, pero siguen trabajando en sintonía, incluso compartiendo la página web que ofrece, en conjunto, unas 3.000 localizaciones en Barcelona y Cataluña. A través de publicaciones como *Scouting in Catalonia* (2015) o *Shoot and Coproduce* (2024) y en estrecha colaboración con sus colegas del Instituto Catalán de las Empresas Culturales, Carlota Guerrero y Laia Boixader se esfuerzan por extender el interés de los productores más allá del área de Barcelona a todo el territorio de Cataluña. Una de las metas de la Catalunya Film Commission es estrechar la cooperación con las film commissions internacionales y regionales para poder prestar mayor atención a los temas de la sostenibilidad, la diversidad y las posibilidades de las nuevas técnicas de producción.

Palabras clave: Cataluña; Barcelona; film office; formación; estructura; localizaciones; industrias audiovisuales; sostenibilidad

Abstract: The Catalunya Film Commission was created in 2007 as a part of the Barcelona Catalunya Film Commission. The two institutions separated in 2014, but continue working in sync, even sharing a website that offers, together, about 3,000 locations in Barcelona and Catalonia. Through publications such as *Scouting in Catalonia* (2015) or *Shoot and Coproduce* (2024) and in close collaboration with their colleagues at the Catalan Institute of Cultural Enterprises, Carlota Guerrero and Laia Boixader strive to extend the interest of producers beyond the Barcelona area to the entire territory of Catalonia. One of the goals

of the Catalunya Film Commission is to strengthen cooperation with international and regional film commissions in order to pay greater attention to the issues of sustainability, diversity and the possibilities of new production techniques.

Keywords: Catalonia; Barcelona; film office; previous experience; structure; locations; audiovisual industries; sustainability

Carlota Guerrero, licenciada en Filología Inglesa y en Periodismo, forma parte del equipo de la Catalunya Film Commission desde sus inicios en 2007. Gracias a sus conocimientos del sector audiovisual, de la experiencia en producción y en gestión cultural, además de sus conocimientos del inglés, logró establecer una red de municipios para formar la base de localizaciones de todo el territorio de Cataluña.

Laia Boixader se incorporó a la Catalunya Film Commission como técnica de gestión en julio de 2020. Graduada en una carrera que aunó el periodismo a la gestión cultural, trabajó antes en diferentes áreas del mundo cultural y de los medios digitales.

La entrevista con las dos representantes de la Catalunya Film Commission se llevó a cabo en abril de 2024 a través de zoom.

Ralf Junkerjürgen: ¿Cuándo se creó la Catalunya Film Commission y cuándo entrasteis vosotras en ella?

Carlota Guerrero: La Catalunya Film Commission va a cumplir 18 años el próximo 1 de marzo, empezamos el 1 de marzo de 2007. Al inicio fue una iniciativa de lo que entonces se llamaba Instituto Catalán de las Industrias Culturales, que ahora es el Instituto Catalán de las Empresas Culturales (ICEC) y era en su momento el ICIC, y desde el área del audiovisual se impulsó que desde la Generalitat de Cataluña se ofreciera un servicio como el que se estaba ofreciendo en aquel entonces para la ciudad de Barcelona desde el Ayuntamiento, que era la Barcelona Film Office. Entonces se firmó un convenio y a partir de 2007 se creó lo que se llamaba la Barcelona Catalunya Film Commission. Yo me incorporé a este equipo y empecé a alimentar la red de municipios que tenían que formar la base de localizaciones del territorio en el que rodar en toda Cataluña. Se estuvo

trabajando conjuntamente como Barcelona Cataluña del 2007 al 2014 y en febrero de 2014 se decidió que tenía más sentido trabajar de forma independiente. De este modo, la Catalunya Film Commission se quedó como entidad que depende única y exclusivamente del ICEC y la Barcelona Film Commission quedó como entidad dependiente del Ayuntamiento de Barcelona. No obstante, seguimos compartiendo página web, como es evidente, porque es una web que se desarrolló en 2011 y se publicó en 2012. Es una web que sigue nutriendo a las dos film commissions y, de hecho, trabajamos muy coordinadamente y en sintonía. Pero desde 2014 son dos entidades separadas.

Laia Boixader: Yo me incorporé como técnica de gestión en julio de 2020, es decir que soy la incorporación más reciente. Carlota siempre ha llevado la Catalunya Film Commission sola, con algunas incorporaciones puntuales de estudiantes en prácticas. De hecho, empecé haciendo prácticas, creo que en 2017, y luego entré como técnica de gestión hasta el día de hoy. Y tenemos estudiantes en prácticas, pero nosotras formamos el núcleo.

RJ: Así que Barcelona Film Commission y Catalunya Film Commission siguen juntos en la página web, pero ¿tenéis metas distintas también u os separasteis porque tenía más sentido?

CG: No es solamente una cuestión de visibilidad, que también. Barcelona Film Commission tiene como misión dar a conocer al mundo, estrictamente, la ciudad. Y nosotras, por el contrario, lo que intentamos es facilitar que los rodajes lleguen a todos los rincones del territorio. Animamos a municipios que, desde los Pirineos hasta las tierras del Ebro, se vayan incorporando y ofrezcan sus localizaciones y su entorno para el sector. Además, Barcelona trabaja activamente en la gestión de rodajes. Todas las producciones que no son de carácter publicitario pasan por nuestras compañeras de la Barcelona Film Commission, que son quienes ponen en marcha los trámites de solicitud de permisos, mientras que en el caso de la Catalunya Film Commission nuestra misión tiene más que ver con lo que te decía: con la creación de redes y espacios en los que se pueda rodar con la promoción de Cataluña en su conjunto como lugar de rodaje a nivel internacional.

Tenemos una parte muy importante que tiene que ver con dar a conocer nuestra industria, por lo que publicamos conjuntamente con las compañeras de Catalan Films, que es otro servicio dentro del ICEC, este librito *Shoot and Coproduce*¹, que tiene un directorio de empresas que pueden coproducir o dar servicio a producciones internacionales. Hay toda una parte que tiene que ver con la industria, con el acceso a la financiación. Nosotros en los mercados explicamos cómo funciona la línea de coproducción minoritaria en el caso del ICEC, cómo funciona el acceso al *tax rebate* que existe en España. Tiene mucho que ver también con explicar la Film Commission como *beyond locations*, pues no estamos solamente ofreciendo unas fotografías de unos espacios en los que se puede rodar, sino que hay un conjunto de informaciones detrás de cada una de estas localizaciones, que tienen que ver con la industria, con la financiación, que es lo que nosotras explicamos.

RJ: ¿Formáis parte también de la red de la Spain Film Commission?

CG: Formamos parte de la Spain Film Commission, de la European Film Commission Network, de hecho, yo soy copresidenta de la EUFCN, y también formamos parte de AFCI, que es la Asociación Internacional. Las redes son un lugar muy importante en el que compartir información y conocimiento. Es fundamental para crecer e incorporar nuevas ideas...

RJ: Supongo que organizan estas redes también como eventos anuales de reuniones o ¿cómo funciona el contacto con la Spain Film Commission? Por ejemplo, ¿en qué consiste?

CG: Bueno, Spain Film Commission (SFC), más que organizar encuentros entre los socios, circunstancia que solo se produce realmente cuando participamos en algún mercado y de forma, digamos, más colateral, SFC trabaja mucho en la promoción de Spain Film Commission por sí misma, para entendernos, y en el posicionamiento de su propia marca. Sí que ha

¹ https://issuu.com/icec_generalitat/docs/shoot_f4dba5a23477bb (consultado el 28 de febrero de 2025)

estado detrás de la promoción de un evento como Shooting Locations Marketplace en Valladolid, en el que nosotros hemos participado, pero no puedo indicarte momentos que sean de encuentro promovidos justamente para el intercambio de información. En el caso de EUFCN, una de las cosas que hemos intentado hacer en los últimos años es fomentar el contacto entre los miembros de las film commissions y film offices que forman parte de la red, con productores que nos parece algo fundamental.

Es un poco irregular en el conjunto de Europa y casi te diría del mundo el origen o la función de las film commissions y film offices. En algunos sitios son responsables directamente del acceso a la financiación y son quienes gestionan los incentivos. En Francia, por ejemplo, Film France es quien informa, casi quien gestiona el TRIP (Tax Rebate for International productions). En UK también parece que, directamente, son muy responsables de los incentivos. En otros lugares no lo son tanto. Así, el papel que juegan las film commissions en el mundo y de cara a los productores, creo que ha ido variando, pero más y más los productores se dan cuenta de que somos un recurso fundamental para acceder a un territorio. Lo que hemos intentado hacer, volviendo a EUFCN, es fomentar este contacto, es buscar estos espacios en que los productores en una sola sentada pueden acceder a diversos territorios de una forma rápida y fácil. Por eso, organizamos encuentros tanto en el Festival de Cannes a través de Producers Network como en el Festival de Berlín en una colaboración con European Producers Club.

En estos momentos también desde EUFCN, a través de la convocatoria de la asamblea y buscando espacios de networking, intentamos fomentar este contacto entre los socios. Aparte de organizar dos o tres sesiones online durante el año para que todo el mundo conozca las actuaciones que se llevan a cabo, el año pasado hicimos, por ejemplo, un curso específico de sostenibilidad en los rodajes dirigido específicamente a las film commissions.

RJ: Algunas film commissions también organizan *fam trips* para familiarizar a los agentes interesados con las localizaciones posibles. ¿Eso también lo hacéis?

CG: Sí, eso lo hemos hecho en algunas ocasiones, tanto con productores y *location managers* internacionales como con *location managers* y *scouts* locales. De hecho, a nivel de Cataluña, cuando hay incorporaciones de nuevos municipios a la red, convocamos un pequeño *fam trip* con los localizadores locales para que puedan conocer este nuevo territorio. Y, luego, a nivel internacional, también lo hemos hecho.

RJ: Los que trabajan en las film offices o film commissions pueden proceder de ámbitos laborales muy distintos. Algunos son de producción cinematográfica, otros de periodismo, comercio, turismo, por ejemplo. ¿Qué antecedentes profesionales tenéis vosotras y cómo fue el proceso de selección para la Catalunya Film Commission?

CG: Yo soy licenciada en Filología Inglesa y luego licenciada en Periodismo. Cuando acabé Periodismo empecé a trabajar en televisiones locales, primero en Viladecans Televisió, y luego en Barcelona Televisión. Estuve también un tiempo trabajando en el programa Media, que depende del ICEC, y trabajé en un festival que se llama DocsBarcelona. Mi *background* era un poco de producción y gestión cultural. No me acuerdo mucho de cuáles eran los requerimientos específicos cuando se convocó la plaza, ya te digo, hace 18 años, pero sé que buscaban a alguien con capacidad de gestión, que hablara inglés, que tuviera conocimiento del sector audiovisual y que tuviera iniciativa y autonomía para hacer crecer un proyecto con una mirada un poco estratégica. Esto era fundamental. Creo que lo que pesó en mi caso fue tanto el inglés, que parece una tontería, pero yo creo que es esencial, como el conocimiento y la experiencia en el sector audiovisual.

LB: Yo me gradué en una carrera un poco extraña, era un híbrido entre gestión cultural y periodismo. Era una nueva carrera que, de hecho, empezó con mi promoción. Y de ahí empecé a trabajar en sitios muy distintos, siempre relacionados con el mundo cultural. Por ejemplo, una editorial, un centro cultural. Después estuve también en temas de comunicación, en un festival de series, después en un medio digital.

Como que salté en sitios muy distintos y acabé en el mundo audiovisual casi de casualidad, porque yo quería hacer unas prácticas del ICEC, pero no eran en la Catalunya Film Commission y me dijeron que había una plaza, ¿quieres probar? Y yo, pues sí, sin saber mucho qué era una film commission, porque desde fuera es un poco abstracto a veces.

Y ahí vi que el mundo audiovisual era muy interesante para mí y desde ahí cambié a otra empresa tecnológica, nada que ver con la cultura, de Project Manager, y luego volví como técnica otra vez a la Film Commission. Lo que creo es que, al final, el haber estado en tantos sitios trabajando en cosas tan distintas también me beneficiaba por el hecho de que en la Film Commission, al ser dos personas, creo que el perfil que buscaban era una persona un poco polivalente que pudiera hacer temas de comunicación, de producción, de actividades, gestión, atención al cliente, o sea, tener esa capacidad de asesorar y hablar con personas tanto de aquí como de fuera. Entiendo que Carlota valoraba tener también un buen inglés y en mi caso no tengo otras lenguas más que el catalán, el castellano y el inglés. Pero el hecho de haber trabajado en perfiles tan diferentes, creo que al final también me ha ayudado bastante en adaptarme bien al equipo de Carlota.

RJ: La parte fundamental de vuestro trabajo es la promoción de las localizaciones. Tenéis una página web espectacular con muchísimas localizaciones. Supone un trabajo crear esta gama de localizaciones. ¿Cómo lo habéis conseguido y cómo vais manteniendo y ampliando esta oferta de localizaciones?

CG: Mira, en el día a día hay que dar mucho mérito al trabajo que hacen las personas que hacen las prácticas con nosotras, porque son quienes se encargan de la mecánica de actualizar todas estas localizaciones, que efectivamente es un trabajo. Pero las fuentes, fundamentalmente son, como te decía, los municipios. Nosotras ahora tenemos más de 240 municipios catalanes representados en la red. Cada vez que un municipio se incorpora a la Catalunya Film Commission puede dar de alta las localizaciones que considera más relevantes desde su término municipal. Entonces, esto es una fuente muy importante de nuevos espacios que vamos a incorporar. Tenemos como un modelo de ficha que rellenan. Siempre les pedimos que

sean o bien titulares de esos espacios o que los titulares, los dueños, les hayan transferido la gestión. Lo que es importante es que cualquier localización que esté en nuestra página web debe tener detrás una respuesta. No hay nada que esté allí que no sepas cómo se gestiona, quién es la persona responsable, cuáles son los plazos, qué es lo que se permite y qué es lo que no. A nivel municipal, cada uno de los municipios que se incorpora nos facilita estos espacios. Y luego hay toda una serie de opciones, contamos con muchas localizaciones particulares, porque es verdad que también se va corriendo la voz entre los propietarios o cuando algún propietario recibe un rodaje, son los propios localizadores los que les hablan de nosotros y los animan a que pongan a disposición su espacio a través de nuestra página web. En el fondo es lo mismo.

Lo que pedimos es que sepan cuáles son las condiciones en las que ofrecen este espacio, que sean los titulares de la localización, y ahí está. Tenemos muchísimas. Esto lo contábamos. En total la web tiene más de 3.000 localizaciones. Nosotras 2.300 y Barcelona unas 700.

Hay una cosa que también hacemos que es muy importante. Es que no solo recibimos, sino que periódicamente lanzamos campañas de actualización. Un par de veces al año, la persona que está haciendo las prácticas con nosotras escribe a los titulares de todas las localizaciones y se les pide que confirmen que efectivamente siguen estando disponibles, que las fotos son actuales, que no se ha caído un puente, etc.

RJ: Bueno, casi no me atrevo a hacer la pregunta siguiente porque son tantas. ¿Quería saber si hay localizaciones que suelen ser las más demandadas? Pero supongo que, si son tantas, es muy difícil especificarlo.

CG: Tenemos de todo y, además, tenemos tantas producciones diferentes. Aproximadamente cada año computamos entre 3.600 y 3.800 producciones, de las cuales son números muy redondos. Entre 2.600 y 2.800 son de Barcelona y unas 1.000 del resto del territorio. De todas estas, aquí contamos desde cortometrajes, sesiones de fotografía, programas de televisión, series, largometrajes, tanto de ficción como documentales.

Como te decía, aproximadamente el 75% del conjunto de producciones se concentra en Barcelona Ciudad porque existe este pacto en el audiovisual que los desplazamientos de más de 45 minutos ya descuentan de la jornada laboral y por tanto los directores de producción tienden a concentrar todo cerca de la productora. Luego hay como una primera corona de municipios que suelen ser muchos del Maresme, Terrassa, Sabadell, El Prat, L'Hospitalet. Todos los que están más o menos dentro de esos 45 minutos están en los primeros quince puestos por cantidad y número de rodajes. Y luego, esporádicamente, hay cosas como Montserrat o el Delta de l'Ebre (fig. 1) o el Pirineo que se llevan también rodajes.

Aunque tenemos una gran variedad, mucha actividad se concentra en Barcelona y su área metropolitana. Así que, en cambio, cuando miramos únicamente lo que llamamos grandes producciones, o sea, largometrajes de ficción y documental y series de televisión, el reparto es un poco diferente. Porque de ahí más o menos un 30%, a ver, lo digo bien, un 25% rueda exclusivamente en Barcelona Ciudad, otro 25% rueda exclusivamente fuera de Barcelona, sin pasar por la ciudad, y un 50% utiliza el conjunto de Cataluña. O sea que, al final, para las grandes producciones sí que se aprovecha esta riqueza y diversidad.



Figura 1: Delta del Ebre (© Ralf Junkerjürgen).

RJ: ¿Cuáles fueron los rodajes memorables de los últimos años? Los rodajes que pueden aumentar y expandir la imagen de Cataluña y de los que la gente no sabe que se ha rodado en Cataluña. En el caso de Alemania, claro, sigue siendo *El Perfume* (*Perfume: The Story of a Murderer*) de Tom Tykwer, aunque ya data de 2006. En los últimos años también *Juego de Tronos* se rodó en Cataluña. ¿Todos estos pasaron a través de vosotras?

CG: En el caso de *El Perfume* todavía no existía la Catalunya Film Commission cuando se rodó. *Juego de Tronos* pasó por nosotras y por la Girona Film Office. Uno que me parece curioso, no fue muy largo, pero sí que me parece muy llamativo, es cuando el equipo de *The Crown* (Sony Pictures Television, 2016-2023) rodó en Barcelona una parte de la persecución de los paparazzis a Lady Di en París. Que esto se supo y fue muy conocido, fue un día de rodaje. Lo que casi nadie sabe es que en un pueblo cerca de Barcelona, que se llama Viladecavalls, se reconstruyó Bosnia. Y se rodó allí una jornada de visita de Lady Di a los campos de refugiados en Bosnia. Hay unos cementerios y tú ves la serie y es Bosnia. Yo estuve en este rodaje y parecía Bosnia realmente. De hecho, habían contactado con la embajada para encontrar a bosnios que vivieran en España para que pudieran participar en el rodaje como extras. La ambientación era increíble.

Luego *Andor* (2022-2025), una de estas series de *Star Wars*, tuvieron un día de rodaje muy espectacular en Montserrat. Además, está a punto de estrenarse una película dirigida por el director de *The Full Monty* que se llama *The Penguin Lessons* (2024) y es que se rodó con pingüinos. La película recrea la historia de un británico que se fue a Argentina en los años 70 a dar clases de inglés y allí, por casualidad, salva a un pingüino que ha quedado atrapado por un derrame de petróleo. Este hombre lo salva y, de repente, se convierte en su mejor amigo. La recreación de Argentina se hizo en Cataluña. Los pingüinos estuvieron aquí. Fue, además, como un reto interesante porque vinieron en el momento en que estábamos con crisis por la sequía. De esta forma, buscar la manera de tener agua para que los pingüinos pudieran estar a gusto con su agua fresca y limpia en un momento era un reto complicado.

LB: También lo de *Cobra Kai* (2018-2025) me parece un poco anecdótico. Yo no he visto nunca esta serie, pero es bastante mítica y hay bastante fan. Rodaron bastantes escenas que hacían como la típica escena de Rambo que va corriendo y entrenando. Pasan por todos los sitios míticos de Barcelona como la Sagrada Familia, las Ramblas, etc. y de repente saltan a Besalú como si fuera Barcelona también y luego salen como en San Miquel del Fai, que es como una zona muy de montaña, como un castillo en las rocas. A mí me parece muy gracioso porque la gente de aquí piensa, ¿cómo hacen esas carreras tan largas? También en redes hubo un poco de comentarios típicos. Luego, de *Erin Carter* (2023) también rodaron bastante, representaba que todo era Barcelona, pero al final rodaron en muchísimos municipios de Cataluña montando su ciudad ficticia, que al final la gente de aquí también sabe que no es todo Barcelona. En el filme *Uncharted* (2022) también (fig. 2).



Figura 2: Fig. 2 La playa Sa Boadella (Lloret de Mar), localización de *Uncharted* (© Ralf Junkerjürgen).

CG: En cuanto a producciones alemanas hay que mencionar *Barcelona-Krimi* (2017-) de la que se rodaron los capítulos nueve y diez en el 2024 (fig. 3). Luego *Gute Zeiten, Schlechte Zeiten*, uno de los culebrones o telenovelas alemanas más importantes, tiene un capítulo en Barcelona que se rodó en 2024. Actualmente tenemos aquí un rodaje en Barcelona, concretamente en Sitges, y un sitio que se llama Hostalets de Pierola. Luego hay

un largometraje de Karim Aïnouz, que es una producción de Match Factory, Kavac Film y Sur-Film llamado *Rosebush Pruning*.



Figura 3: Los comisarios en el paseo marítimo (Der Barcelona-Krimi; Blutiger Beton, ZDF, 05:52).

LB: Esa es en la que sale Pamela Anderson como protagonista, que rodaron en una casa muy grande en Castellterçol, que también se filtró en prensa que estaba ahí Pamela Anderson tres semanas rodando. Y se hizo bastante mediático este rodaje.

RJ: Todos estos rodajes dan para el turismo de pantalla. ¿Eso lo consideraréis también tarea vuestra?

CG: No nos ocupamos del turismo de pantalla porque no tenemos la capacidad de hacerlo ni el conocimiento. Al final, nosotras estamos dentro del Departamento de Cultura del Instituto Catalán de las Empresas Culturales, el área del audiovisual. O sea, nuestro mandato tiene mucho que ver con facilitarle las cosas a la industria audiovisual y acompañar a la industria e impulsar el crecimiento de la industria audiovisual en Cataluña, nuestras empresas y nuestros profesionales. Así que, cuando ha habido

iniciativas puntuales, por supuesto que colaboramos y ponemos a disposición la información a las personas expertas en turismo que creemos que son las que pueden y deben desarrollar este tipo de productos porque, como te digo, lo desconocemos. Dicho esto, hace muy poco la Diputación de Barcelona ha impulsado un estudio con una serie de recomendaciones para empezar a hacer algunas tareas de turismo cinematográfico. Conocemos muy bien a la persona que ha desarrollado el estudio porque hace años que estamos en contacto, le hemos facilitado todos los datos. Esto es positivo, por supuesto, y tenemos este contacto y esta complicidad, pero nosotras no desarrollamos ningún producto.

RJ: Has hablado de fomentar el sector audiovisual en Cataluña. ¿Apoyáis también iniciativas locales con dinero, por ejemplo, el cine de autor local o los cortometrajes? ¿Tenéis un programa para apoyarlos especialmente?

CG: Bueno, somos parte de lo que en inglés llaman el *Film Fund*. Es decir, nosotras somos una pata más del área del audiovisual. Me parece que en 2024 el ICEC en el conjunto de sus actuaciones ha invertido 46 millones de euros en el sector audiovisual, entre apoyos directos a la producción, acompañamiento a festivales, a exhibidores, a lo que se llaman agentes articuladores, que son las asociaciones de productores, el *plaster* (entendiendo que se refiere a elementos de preproducción en escenografía, maquillaje, FX o similares, pero es un poco ambiguo), apoyo a laboratorios de escritura, a festivales estratégicos. Entonces, la Film Commission es parte de esta entidad, que es la que da el apoyo. De este modo, sí que informamos a cualquier persona que quiera saber cómo acceder a los fondos, operamos como vía de comunicación. Pero son nuestras compañeras del despacho de al lado quienes se encargan de la gestión de las subvenciones.

RJ: Vivimos en un mundo que cambia rápidamente y, sobre todo a nivel técnico. Ya se están construyendo estas grandes pantallas en 4K que pueden sustituir, al menos en parte, el rodaje de exteriores. ¿Notáis ya una demanda por parte de las productoras de este tipo de rodaje? Si uno tiene una pantalla

4K de Barcelona, se puede ahorrar los rodajes en Barcelona, que son muy complicados.

CG: No lo hemos notado todavía como demanda del sector. Sí que hay empresas en Barcelona que ya ofrecen la posibilidad de rodar en sus platós virtuales, y ha habido alguna producción que se ha hecho enteramente en plató virtual, que se llama *Asphalt* o *Padre Nuestro, Parenostre* (2025), creo. Ha habido algunas experiencias. Es verdad que las propias empresas que se dedican a la producción virtual te dicen que no todo se puede hacer en producción virtual. Creo que es un reto al que nos enfrentamos todas las entidades que formamos parte del sector audiovisual, tanto las film commissions del territorio como las productoras, la gente que trabaja en dirección de fotografía, dirección de arte, creo que todo el mundo está mirando lo que ofrece la producción virtual y viendo qué se puede aprovechar y qué no.

Yo siento que, en algunos casos, como tú dices, puede ser un alivio para ciertas dificultades y a mí me da la impresión de que va a poder convivir el rodaje en localización con el rodaje en plató virtual y que vamos a saber entre todos sacar provecho de las ventajas que ofrece cada una de las posibilidades, creo que es interesante explorar todo lo que podemos llegar a hacer.

RJ: Al principio mencionaste una iniciativa que habéis hecho el año pasado sobre la sostenibilidad, que es un gran tema ahora. ¿Qué importancia tiene o hay también un interés político detrás de fomentarlo? ¿Cómo lo veis en vuestro caso?

CG: Para nosotras como Film Commission es un compromiso desde hace mucho tiempo y estamos trabajando para poder facilitar por lo menos información y recursos a las productoras para que trabajen de forma sostenible. Es verdad que una film commission aislada no puede hacer todo el trabajo, pero sí que dentro del ICEC hay un compromiso firme también por impulsar la sostenibilidad. Igualmente, tenemos un programa que se llama Plan C que ofrece recursos para todos los sectores culturales.

Recursos desde formación, información, subvenciones..., muy importante. Hay también un podcast, hay un directorio online de consultoras y

de empresas que ofrecen productos o servicios sostenibles. Entonces con las compañeras de Plan C trabajamos mano a mano, por ejemplo, en sesiones de formación.

De hecho, la semana que viene estamos organizando un taller conjuntamente el taller lo organiza Torino Film Lab y nosotras acogemos y colaboramos para incorporar a profesionales de la sostenibilidad, darles conocimientos sobre el mundo del audiovisual. Porque nos hemos dado cuenta en el tiempo que llevamos trabajando que hay un punto en que, desde el audiovisual tenemos conocimientos hasta un nivel. Superar este nivel de conocimiento, quien lo tiene es la gente que viene del sector de la sostenibilidad y hay que buscar formas de incorporarlos. Este taller lo hacemos en el Prat de Llobregat, no por capricho, sino porque el Prat de Llobregat es el primer municipio en Cataluña, y de momento el único, que vincula una exención de tasas de rodaje en la vía pública a la incorporación de medidas de sostenibilidad en el rodaje. Si la productora muestra que tiene un plan de sostenibilidad y explica cuáles son sus opciones, pueden rodar de forma gratuita en el Prat. A nivel de ICEC, como te decía, aparte de esta información y de las subvenciones que da el pláacet a las productoras que tienen un plan de sostenibilidad y toman medidas, las líneas de apoyo a la producción también incorporan una serie de puntos. Quien quiera obtener puntos en su solicitud de apoyo a la producción tiene que incorporar también medidas de sostenibilidad.

RJ: ¿Cuáles son las iniciativas o actividades de las que os sentís más orgullosas?

CG: La verdad es que estamos contentas con lo que hacemos. Yo pienso que cosas que resultan, por ejemplo, muy útiles para el sector es la publicación *Shoot and Coproduce* que es una herramienta que va muy bien para los mercados porque explica muy rápido en qué estado está la industria audiovisual en un momento determinado y ayuda a la gente a encontrar socios. Todo lo que estamos haciendo con la sostenibilidad a mí me da especial alegría porque es un reto complicado. Parece que, en un momento dado, la gente que ha estado en dos charlas sobre sostenibilidad puede conectar con ello. Hay que seguir trabajando porque hay innova-

ción, hay cada vez más recursos, hay cambios. Entonces, estar acompañando de manera activa y actualizada en todo lo que ofrece la sostenibilidad para mí es una gran satisfacción porque creo que es necesario.

LB: Otra cosa que igual se quedó antigua pero que tiene mucho mérito es *Scouting in Catalonia* porque es un libro que se editó en 2015. Fue una iniciativa maravillosa que hicimos de la mano de un grupo de localizadores que trabajan en Cataluña y que tenían interés en dar visibilidad a su trabajo, entonces nos propusieron ayudarles para hacer una exposición.

Y les propusimos que además de la exposición podíamos hacer un libro que fuera una mirada a Cataluña a través de sus archivos. Entonces contactamos con Nuria Vidal que es una periodista y crítica de cine para que construyera la publicación. Ella estuvo haciendo entrevistas con todo el mundo. Y lo organizó y es verdad que es un *lookbook* que ahora tiene 10 años, pero que es muy bonito e inspiracional y te muestra el potencial de Cataluña como plató, que verdaderamente es extraordinario².

RJ: Mirando hacia el futuro, ¿en qué dirección queréis evolucionar?

CG: Yo siento que siempre es una asignatura pendiente, de alguna forma como Catalunya Film Commission. Lo que resulta más difícil es acompañar a las productoras a que rueden ocupando verdaderamente todo el territorio porque es difícil, es más costoso, y siempre considero que sería muy interesante buscar mecanismos que permitieran acompañar a las productoras a que entraran en todo el territorio. Esto es una cosa que siempre está ahí y hay que buscar formas que tienen que ver con la financiación, entonces no dependen tanto de nosotras, sino del conjunto de los actores que toman decisiones sobre hacia dónde va el audiovisual.

En Cataluña existe un proyecto que se llama Catalunya Media City, que se está impulsando desde el Departamento de Cultura de la Generalitat, tiene que ver con acoger y acompañar todo lo que tenga que ver con el desarrollo del audiovisual, el videojuego, todo lo que quizás se llamaría *Screen Sector*. Nosotras no participamos directamente en la definición de

² Nuria Vidal (2015). *Scouting in Catalonia*. Barcelona: Lectura Plus.

la estrategia de Catalunya Media City, pero sí que estamos allí. Una parte de las cosas que se van a desarrollar con Catalunya Media City es una ampliación de los platós en Terrassa. Se va a construir un plató de más de 2.200 metros, que pronto se va a licitar, esto quizás sea una realidad en 2026. Un plató de estas dimensiones permite acoger durante más tiempo las grandes producciones internacionales, que están acostumbradas a trabajar en platós más grandes. Esto también va a ser interesante, porque si las producciones internacionales pueden quedarse por más tiempo, van a generar más contrataciones, más empleo y demás. Entonces, se trataría de poder acompañar esto en condiciones.

Se está hablando cada vez más de diversidad, inclusión y equidad. Nos parece que son cuestiones que hay que tener también presentes y poder participar en acompañarlas. Por lo que hay que conocer cuáles son las iniciativas que están ahora mismo en marcha, a nivel local y a nivel internacional. Hay una asociación en Cataluña, Dones Visuals, que ha publicado una guía para todas las productoras que estén interesadas en hacer producciones que sean más diversas, más equitativas y más igualitarias. Y nosotras estamos un poco siguiendo qué es lo que se está haciendo para ver de qué manera lo podemos incorporar. Y, por supuesto, hay muchos retos, la inteligencia artificial, los rodajes virtuales... También tenemos que aprender y seguir en este ámbito.

“Barcelona es un plató a nivel mundial. Pero también creo que se retroalimenta de las film commissions que tiene en su periferia”

Una entrevista a Albert Roca de la Maresme Film Commission

Ralf Junkerjürgen

Resumen: La Film Commission de la comarca de El Maresme se fundó en 2018 para aprovechar mejor los tres factores de localización destacados de la zona para las producciones cinematográficas: la abundancia de playas, las buenas condiciones climáticas y la proximidad a Barcelona. En la entrevista, Albert Roca, uno de los dos responsables de la Comisión, subraya la importancia de la cooperación entre la Maresme Film Commission y sus socios locales en la búsqueda de localizaciones y el acompañamiento de las producciones, por un lado; con la organización paraguas Catalunya Film Commission y las comisiones vecinas, por otro. No es la competencia lo que conduce al éxito, sino los acuerdos mutuos y la cooperación.

Palabras clave: El Maresme; film office; Cataluña; Barcelona; turismo de pantalla

Abstract: The Film Commission of the comarca El Maresma northeast of Barcelona was founded in 2018 to make better use of the three outstanding location factors of the area for film productions: plenty of beaches, the good climatic conditions and the proximity to Barcelona. In the interview, Albert Roca, one of the two people responsible for the commission, emphasizes the importance of cooperation between the Maresme Film Commission and its local partners in the search for locations and productions on the one hand; with the umbrella organization Catalunya Film Commission and the neighboring commissions on the other. It is not competition that leads to success, but mutual agreements and cooperation.

Keywords: El Maresme; film office; Catalonia; Barcelona; screen tourism

El Maresme es una comarca que comprende treinta municipios situados en la franja costera al nordeste de Barcelona; su capital es Mataró. A propuesta de los profesionales del sector audiovisual de la región y por iniciativa del Consorcio de Turismo de la comarca, en 2018 se fundó la Film Commission.

Desde el principio se encargó la gestión a dos personas con trayectorias profesionales diferentes. Txell Noé proviene del ámbito de la administración y la gestión turística. Albert Roca, con quien realizamos esta entrevista, proviene del mundo del cine. Durante veinte años fue responsable de numerosas películas como director de producción hasta que asumió el reto de poner en marcha la Maresme Film Commission. La entrevista se hizo por Zoom el 20 de noviembre 2024.

Ralf Junkerjürgen (RJ): ¿Cuál es el atractivo fílmico de El Maresme y cuáles son sus características?

Albert Roca (AR): La comarca de El Maresme básicamente tiene tres patas, tres cosas importantes. Primero, es una comarca que da a la montaña y al mar, y que nosotros representamos a treinta municipios. De los treinta municipios hay algunos interiores, no alta montaña, pero sí interior, de montaña, de bosque, y otros que están en la costa. Para mí, esto es un hecho muy importante para cuando las producciones buscan localizaciones. Segundo, creo que la cercanía con Barcelona es un imán de producciones y, al estar al lado, facilita mucho a todas las productoras el desplazamiento de equipos. Y tercero, que también es muy importante, es la climatología que tenemos aquí. Hay mucho sol durante todo el año, mucha luz solar, horas de luz y poca lluvia (fig. 1).

Y esto para mí son las tres piezas fundamentales. La cuarta sería la existencia de una film commission. Esto es lo que realmente ayuda a una productora a decir: “Bueno, ¿dónde vamos? Está al lado de Barcelona, hace buen tiempo, tiene todo tipo de localizaciones, y hay una film commission.” Para mí, estos son los cuatro puntos más importantes.



Figura 1: El paseo marítimo de Mataró (© Maresme Film Commission).

RJ: La Film Commission es todavía reciente. ¿Cuántos años estáis en funcionamiento?

AR: Esto empezó a mediados del 2018. Oficialmente la Maresme Film Commission nació en abril del 2018. Es muy tarde, porque que un territorio al lado de Barcelona no hubiera una oficina de atenciones a rodaje hasta el 2018 o el 2019 era muy extraño. Entonces nació de la nada, es decir, nació y no había nada. Había que crear una página web, había que buscar los espacios. Pero para contabilizar, yo diría que a partir de enero de 2019 es cuando nace la Maresme Film Commission y en 2020 tuvimos la crisis del COVID.

RJ: ¿Y cómo nació, cómo fue el proceso y cómo está vinculado a los ayuntamientos?

AR: El proceso nació desde el Consorcio de Turismo de El Maresme¹. Ellos vieron la necesidad de crear una oficina de atenciones a rodajes desde aquí, desde El Maresme, vieron que en otros sitios existía y que aquí no había nada. Y supongo que también gente profesional les decía: “¿Cómo no hacéis estas cosas?” Yo era uno de ellos, estaba trabajando entonces en producción. El Consorcio está dentro de un Consell Comarcal al que pertenecen todos los ayuntamientos. Es como una representación. Y los ayuntamientos se fueron adheriendo aquí a la Film Commission.

RJ: Y mandaste tu candidatura.

AR: Exactamente. El proceso fue un concurso público. Yo estaba entonces trabajando y, junto con otra persona que me comentó esto, que había trabajado en el ayuntamiento atendiendo también un poco los rodajes, hicimos un proyecto y entramos en el concurso. El primer concurso era muy sencillo, era menor y bueno, ganamos y teníamos un año para arrancar el proyecto. Después lo que hicimos ese primer año fue crear la página web y los ayuntamientos se fueron adheriendo a medida que teníamos reuniones.

RJ: Tú y Txell Noé, tu compañera en la Film Commission, ¿de qué ámbito vinisteis? ¿Los dos procedéis de la industria de cine?

AR: No, ella viene más del ámbito de la administración y también de la gestión cultural. Ella estuvo durante unos años trabajando para el ayuntamiento de Mataró, precisamente porque hicieron durante un tiempo una pequeña oficina de atención a los rodajes, una film office, digamos, porque había un rodaje de una serie de la televisión pública catalana que pasaba todo en Mataró². Después necesitaban un puente, una persona y

¹ Integrado a través de los treinta municipios de esta singular comarca barcelonesa al norte de la ciudad de Barcelona; cfr. <https://www.turismemaresme.cat/es/descubre/municipios/>.

² *La Riera* (2010-2017) es una telenovela creada por David Plana y producida por TV3 que narra la historia de una familia que regenta un restaurante en un pueblo ficticio de El Maresme.

cogieron a Txell para hacerlo. Al cabo de unos años, cuando se terminó la serie, esa figura desapareció. Entonces ella venía de este ámbito y yo ya había trabajado veinte años en producción cinematográfica, era jefe de producción, había hecho muchas películas. Y cuando me comentaron esto a través de Txell, me dijo que existía esta posibilidad. Pues yo tenía muy claro cómo, me enredó un poco y dijimos: “vamos a presentar un proyecto”. Todos los años que llevaba en producción había rodado muy poco en el Maresme, y no lo entendía. En veinte años vine tres o cuatro veces. Estamos al lado de Barcelona, y no puede ser. Yo soy de El Maresme, soy de Mataró y tenía un vínculo especial para poder hacer los rodajes aquí.

RJ: ¿Cuál es la estructura de la Maresme Film Commission? ¿Cómo funciona? ¿Qué apoyo específico ofrecéis? ¿Cómo hay que imaginar una jornada laboral tuya?

AR: Son muchas teclas a la vez. Lo primero de todo es atender a los localizadores y localizadoras, es decir, cuando están localizando siempre necesitan algún consejo. O vas por allí o vas por allá, o echas un cable para cosas que no encuentran. Primero es eso, atender a esta gente porque están desesperados buscando o te piden consejos. Después están ya los rodajes que están sacando adelante y que están solicitando los permisos con instancias a los ayuntamientos. Hay que estar un poco encima, que sea ágil, que el ayuntamiento conteste. Y si ruedan en la playa hay que agilizar en el departamento de costas, sobre todo los permisos en parques o en costas son más lentos, pues hay que estar pendientes para echar un cable a la producción. Paralelamente, te puede llamar un ayuntamiento, que tienen un sitio que puede ser interesante para los rodajes y después vas allí a hacer las fotos y colgarlas en la web si son espacios públicos. Además, día a día, te puede llamar algún particular porque quiere poner su finca, su casa, su piso en la página web, y hay que atenderle. En resumen, son muchas cosas, un poco como si estuvieras haciendo producción. Lo más urgente son los permisos inmediatos, o localizaciones técnicas donde hay que ir, porque son un poco más complicadas, dependiendo de si hay que cortar calles o algo parecido y, sobre todo, echarles una mano a los localizadores si lo necesitan.

RJ: ¿Cómo os ven los localizadores? ¿Os consideran una competencia o unos compañeros?

AR: Es una cooperación total. Es decir, hoy he estado con dos localizadores para ver unos espacios en dos municipios diferentes. Nosotros no entramos en el mercado de buscar localizaciones a puerta fría, esto lo hacen los localizadores. Las casas que nosotros tenemos en la web son de propietarios privados que nos llaman y que quieren ponerla. Los localizadores cuando nos dicen que están buscando una casa que sea así, nosotros que conocemos un poco el territorio, les hacemos propuestas. Por ejemplo, en esa montaña hay una casa que se parece a tu idea. Pues ellos van y hablan con el propietario, o ellos encuentran una casa y no encuentran al propietario y después se dirigen hacia nosotros y, como tenemos conciencia del ayuntamiento, pedimos al ayuntamiento si nos pueden poner en contacto con el propietario. Después, el ayuntamiento se pone en contacto con el propietario, explica que se va a hacer una commission y preguntan si les gustaría tener un rodaje en su propiedad. Si un particular o un localizador llama al ayuntamiento, no le hacen mucho caso o el proceso es más lento. Nosotros servimos de intermediador y no somos para nada competencia, todo lo contrario. Y hay mucho trabajo en este respecto. Hoy, no te exagero, he tenido como ocho o diez consultas de localizadores con diferentes cosas, es decir, que estamos a la par.

RJ: ¿Cómo os repartís el trabajo tú y con tu compañera Txell?

AR: Hacemos lo mismo. A lo mejor yo me ocupo más en ir a localizaciones u otras cosas, pero hacemos lo mismo, es decir: cada uno coge los proyectos y cada uno los desarrolla. Tenemos varios proyectos a la vez y cada uno lleva proyectos diferentes. O si uno tiene un problema o necesita un contacto del que ya has hablado en otro proyecto, pues se lo pasas. Hacemos los dos el mismo trabajo, pero en diferentes proyectos.

RJ: Las fotos que tenéis en la página web no son cualquier imagen del lugar sino parecen pensadas desde el punto de vista de un director de cine. ¿Cómo las habéis conseguido? ¿Las sacáis vosotros o vienen de los propietarios?

AR: Todo lo que son espacios públicos, es decir, calles, edificios, instalaciones deportivas y tal, lo hacemos nosotros. Las fotos son nuestras. Las que son privadas, si son casas particulares, nos las mandan los propietarios. Lo que pasa es que nosotros sí que les pedimos que hagan unas fotos de esa manera, que nos pasen unas cuantas y hacemos una selección. Y la idea es dar el concepto, la idea general, porque siempre, si a un localizador o a un director le interesa ese espacio, lo primero que hace es pedir ir allí a hacer sus propias fotos con su punto de vista para el proyecto en especial.

RJ: Ya has mencionado la importancia de Barcelona. ¿También cooperáis con la Film Commission de Barcelona o de otras regiones? ¿Hay un intercambio o un apoyo mutuo?

AR: Hay un intercambio directo, es decir, cuando un localizador o alguien busca algún espacio, si tú conoces otros, se lo propones. El otro día estábamos en una jornada y nos encontramos alguna vez y hablamos y nos contamos. Cuando tú tienes una duda o has visto que el otro ha tenido un obstáculo o que hay productora que no sabes quiénes son, cómo están trabajando o has tenido algún problema con ellos, puedes llamar e informarte. Siempre hay un apoyo.

Nosotros siempre estamos un poco en una cobertura: la Catalunya Film Commission es como la madre. Todos trabajamos un poco a nuestra manera, pero estamos bajo este paraguas. Yo siempre digo: cuantas más film commissions o film offices hay, mejor para el gremio. Si alrededor de Barcelona tenemos una film commission al norte, otra al sur, estamos varias film commissions para el localizador, para la productora, para sus coproducciones. Así es más fácil para poder vender y hacer que vengan aquí producciones. Con lo cual, yo siempre estoy a favor de que nazcan nuevas film offices, film commissions, es un gremio.

RJ: ¿Cómo funciona este paraguas de la Catalunya Film Commission? ¿Es como una repartidora de proyectos que vienen desde fuera o hacen también formación, etc.?

AR: La Catalunya Film Commission lo que ofrece primero es, cuando un municipio sea individual o si hay una film commission o una film office, explicarles cómo funciona todo, es decir, ofrece un poco de formación. Si hay un municipio que quiere poner a alguien para que atienda los rodajes, pues la Catalunya Film Commission les dice qué necesitan y ellos tienen una página web a la que todos los ayuntamientos y al que todo el mundo puede acceder; nosotros tenemos localizaciones en ese sitio web. Luego la Catalunya Film Commission va a mercados internacionales a presentar el territorio de Cataluña como territorio *friendly* para rodajes. Esto para nosotros es como un altavoz a nivel internacional. La página de la Catalunya Film Commission es la misma que la Barcelona Film Commission. Si tú entras a Barcelona Film Commission entras a la Catalunya Film Commission. Nuestras localizaciones entran directamente en Catalunya Film Commission con sus localizadores. Esto ayuda sobre todo a los ayuntamientos y a los localizadores cuando están buscando en algún sitio remoto alguna localización muy peculiar, pues escriben un mail a todos los ayuntamientos que están adheridos. Y, sobre todo, dan apoyo si una producción está intentando ponerse en contacto con algún ayuntamiento y nadie le responde. Lo que nosotros hacemos en nuestro territorio en El Maresme, ellos lo hacen en el ámbito de toda Cataluña. Si el localizador está como loco llamando a un ayuntamiento y nadie le hace caso, pues llama a Catalunya Film Commission para saber con quién tiene que hablar.

RJ: ¿Disponéis también de un tipo de financiación para proyectos locales? ¿Hay un presupuesto para cine de autor o producciones de cortometrajes, por ejemplo?

AR: No, nosotros económicamente no tenemos suficientes recursos para apoyarlos. Los apoyamos humanamente, es decir, a nivel de permisos, sobre todo cortometrajes y chicos que están empezando. Nos ponemos encima de sus proyectos porque para nosotros son muy importantes de cara al futuro. También hablamos con los ayuntamientos para que no les cobren tasas y para que les den facilidades. Después hablamos con los chicos [jóvenes cineastas] porque a veces algunos van un poco perdidos. Hay que ayudarles, económicamente ya nos gustaría, pero de momento no podemos.

RJ: Habéis nacido hace seis años solamente. Si antes, como has dicho, había pocos rodajes, creo que en esos seis años se nota ya que la cosa está cogiendo marcha y en la página web he visto varios largometrajes, pero también series. ¿Cuáles son para ti los rodajes más memorables vinculados a Maresme?

AR: En cuanto a producciones a nivel internacional, pues hemos tenido a *Mrs. Davis* (2023), que era una producción norteamericana que estuvo aquí dos o tres días. O *Who Is Erin Carter?* (2023), por ejemplo, que es una serie de Netflix, que estuvo bastante rodando en el Maresme, en municipios diferentes y durante varios meses. Después están producciones nacionales de éxito que son *Las leyes de la frontera* (Daniel Monzón, 2021), *Mano de hierro* (2024), *La Mesías* (2023), y estaba también *Sin huellas* (2023). Y ahora una película que ha triunfado aquí en España y a nivel internacional que es *Casa en llamas* (*Casa en flames*, Dani de la Orden, 2024) que ahora está en Netflix. Este año hemos tenido producciones americanas e inglesas, por ejemplo, *The Night Manager* (2016-2025) con Tom Hiddleton, cuya primera temporada estuvo aquí en Mataró precisamente. Después, en este verano, se ha hecho para Amazon la serie *The Night Runner*. Después de dos años de trabajo constante conseguimos que estuvieran aquí en el Maresme, en Cambrils y en Calella. Pasó por El Maresma también la serie de Netflix *La última noche en Tremor* (2024). Hay que decir que desde que se creó la Maresme Film Commission han subido un 700% los rodajes en El Maresme. Cada año han aumentado un 20% desde que nosotros empezamos. Así, reunimos todos los datos que teníamos de rodajes que habían pasado por El Maresma.

RJ: ¿Notas una diferencia entre producciones nacionales e internacionales? ¿Son los internacionales la que buscan quizá más lo típico como costa y playa frente a las nacionales con cosas más particulares, o no se puede hablar de una manera tan general?



Figura 2: La Finca Bell Recò, localización de Hache (2019-2021), Todos mienten (2022-2024), Inconscientes (Joaquín Oristrell, 2004), etc. (© Maresme Film Commission).

AR: Creo que antes las internacionales buscaban más playa y ahora creo que se han dado cuenta de que no solo hay playa, sino más cosas, que hay casas peculiares y fincas interesantes (fig. 2). Creo que antes venían unos días a rodar en la playa y aprovechaban si había una casa o algo. Ahora, ya vienen para quedarse más tiempo y buscan más tipos de localizaciones, es decir, ven que aquí hay un mercado tanto de material como de técnicos. Sobre todo, si son de Inglaterra o de Estados Unidos, les sale más económico venir a rodar aquí. En cambio, por hacer publicidad creo que se busca más venir desde el norte de Europa al sur de Europa por el tiempo, por la climatología. La publicidad tiene cuatro días para hacer el anuncio de un coche y necesita la garantía de que haya sol. Nuestro clima les da una seguridad, porque tenemos el 80% o hasta el 90% de posibilidades que habrá sol esos días en concreto.

RJ: Hablando de diferentes tipos de rodajes, ¿cuál es la relación cuantitativa entre largometrajes, series, publicidad o quizá también fotografía o videoclips?

AR: En cuanto a la cantidad, te diría que domina la publicidad, luego las series están en segunda posición y el largometraje en tercera. Es verdad que las series y los largometrajes están subiendo bastante, pero publicidad se hace mucha. Las series evidentemente han subido mucho y el cine se quedó un poco estancado después del COVID, pero ahora estamos viendo que está subiendo.

RJ: ¿Vais también a los rodajes?

AR: Sí, aunque no llegamos a todos. Pero vamos siempre a los más complicados y si no vamos, les llamas para saber cómo está yendo todo. Yo lo llamo visitas del médico, es decir, te vas, dices: “Hola, ¿qué tal? ¿todo bien?” Ya sabes que cualquier problema que haya te van a llamar al minuto, pero está bien ir a mirar para que después no haya sorpresas entre unos u otros.

RJ: En otras palabras, vuestro trabajo no termina con el rodaje, sino que va hasta el final del rodaje.

AR: Nuestro trabajo no termina nunca (*se ríe*). Las film commissions no solo sirven para facilitar o controlar los rodajes, sino también después, para ver que todo ha quedado bien. Y al cabo de un año, cuando se estrena la película o la serie, puedes avisar y hacer difusión de que se estrena lo que se rodó en tal sitio. A los ayuntamientos, por ejemplo, puedes decirles ese rodaje que nos molestó tanto y que nos causó tantos problemas se ha estrenado. Es una cosa que también los ayuntamientos agradecen porque nadie tiene este control absoluto. A veces, en el rodaje la película se llama “Ralf en España” y después se llamará “Pepe en Múnich” y por el cambio nadie cae. Nosotros cuando vemos que las películas se estrenan hacemos recordatorios. Creo que es muy importante hacer esto y lo considero parte del trabajo de una film commission.

RJ: Y cuando avisas a los ayuntamientos y a los municipios, ¿ellos sacan provecho para hacer pases de la película o presentaciones? ¿Cogen este relevo para difundir la noticia o para distribuir la película?

AR: Alguna vez, sí. Cuando una película ha estado mucho tiempo en un sitio se intenta hacer algún pase... Siempre es un poco complicado, pero si ha habido mucha conexión intentamos hablar con la productora y se intenta hacer un pase.

RJ: Otro tipo de impacto local de los rodajes es el turismo de pantalla. He visto en vuestra página web que habéis empezado a crear rutas filmicas. ¿Cuál es vuestra meta en ese sentido? ¿Estáis haciendo *fam trips* para turistas o expertos?

AR: Sí, es una cosa que la Film Commission tiene que aprovechar, sobre todo porque nace del consorcio de turismo. Lo teníamos muy claro desde que empezamos hace seis años: hay que crear las rutas cinematográficas para fomentar el turismo de pantalla. Los mapas que hemos hecho este año con el consorcio de turismo a través de Google son una primera prueba. El año que viene habrá una plataforma más grande. En estas rutas solo pudimos incluir diez producciones porque nos planteamos si debíamos hacer o no una ruta de una película solamente, o combinando varias producciones. Crear una ruta a partir de solo una producción pasa más en ciudades grandes como Barcelona o Madrid. Lo que planteamos es marcar los sitios de las producciones del Maresme para que la gente pueda hacer sus propias rutas. Si estás en una ciudad o la capital que es Mataró, tienes varias localizaciones, pero otros pueblos tienen otras. La idea es que la gente misma pueda escoger en función de donde estén alojados o lo que estén visitando. Y si no conocen la película, la presentamos. Lo que pasa es que las localizaciones tienen que ser públicas, no podemos poner una casa privada. A un negocio, un restaurante o un hotel sí que les interesa el turismo. Pero somos cautos en poner localizaciones privadas de casas particulares.

RJ: ¿Cuál sería una de las localizaciones que más recomendarías a un posible turista que va a Maresme? ¿Dónde puede disfrutar, por ejemplo, de un restaurante o de una vista espléndida?

AR: En verano, siempre hay chiringuitos y diferentes sitios en cualquiera de las playas en las que se rueda. Después, en la montaña, yo recomendaría los pueblos del interior que también son bonitos, tienen sus partes antiguas, sus plazas. Creo que son rincones interesantes.

RJ: La digitalización está cambiando mucho los rodajes y hay algunas productoras que ya empiezan a rodar con grandes pantallas en 4k y, por consiguiente, ruedan menos exteriores o los combinan. ¿Tú crees que esas nuevas técnicas, que todavía son caras, podrían sustituir algún día a exteriores reales? ¿Ves ahí un cambio de paradigma en los rodajes del futuro?

AR: Alguna cosa siempre va a perjudicar. Yo pienso que es una técnica cara que necesita un plató preparado. No hay tantos. Primero cuesta buscar un plató para rodar cualquier cosa, después ya cuesta más que tengan esta tecnología. Creo que es una técnica que ahora mismo es muy valiosa para poder rodar, por ejemplo, en sitios donde es casi imposible rodar: un palacio del que no tengas permiso para entrar, pero del que recibes un permiso para utilizar las imágenes para rodar en un plató, por ejemplo, el palacio de Versalles, la Zarzuela, la Moncloa u otro palacio de gobierno. O bien un sitio recóndito de una montaña, que es técnicamente imposible llegar con un equipo de rodaje. Se está rodando tanto que ahora mismo no me preocupa, no creo que sea un problema. Hay tantas producciones y no hay tantos platós para todo.

RJ: En resumidas cuentas, ¿qué es lo mejor de la Film Commission?

AR: Yo creo que lo más importante de las film commissions es que existen. Cuando me preguntan qué es lo más importante de la Maresme Film Commission, yo digo que existe porque esto significa que hay un agente que

habla el mismo idioma para las producciones que tiene empatía total y que entiende al mismo tiempo a los ayuntamientos, a los *timings* de los ayuntamientos. Estamos un poco entre medias. Esto pienso que se hace en un trabajo como el nuestro. Los números de aquí, de El Maresme, lo demuestran. Ya en el primer año, antes del COVID, fue una explosión y subió un 400%. Era una necesidad básica. Es una industria que está emergiendo y que está creciendo a pasos agigantados. Ahora mismo no apostar por esta industria sería un error. Para mí, la Film Commission es una puerta de un territorio a una industria. Tú pones una film commission en un territorio, que es lo que ha pasado en Madrid, y estás abriendo una puerta a una industria nueva para ese territorio. Esa industria nueva trae dinero que además va bien repartido para alquilar espacios, para dar trabajo, para distintas empresas...

Y que esté al lado de Barcelona para nosotros es un lujo. Si estuviéramos a dos horas de Barcelona, no tendríamos este volumen de trabajo. Está claro. También hay que decir que cada vez es más complicado rodar en Barcelona. Tienes la Sagrada Familia o las Ramblas si las necesitas, pero no hace falta rodar una calle por la que pasan los personajes. Ya muchos han venido aquí a Mataró porque es menos complicado logísticamente hacerlo fuera de Barcelona. Barcelona no tiene la capacidad de absorber todas las producciones que están aquí. Es un plató a nivel mundial. Pero creo que Barcelona también se retroalimenta de las film commissions que tiene en su periferia. Por lo cual una cosa da de comer a la otra.

“Castilla y León destaca por su patrimonio histórico y natural y es desconocido por muchos localizadores extranjeros, por lo que nuestro trabajo es darlo a conocer”

Una entrevista a Kristine Guzmán, Film Commissioner de Castilla y León

David García-Reyes

Resumen: La Castilla y León Film Commission (CYLFC) arranca con sus actividades en 2013, pero ya con anterioridad a su creación contaba con una trayectoria precedente de diversos organismos públicos dedicados a la gestión de rodajes de dos décadas. De este modo, desde el comienzo de su andadura, la CYLFC se ha convertido en un agente clave en la promoción de la región como destino audiovisual, de interés para la atracción de la industria audiovisual y la proyección turística. Su labor incluye la asistencia en permisos, el mantenimiento de una base de datos de localizaciones y la gestión del turismo de pantalla, aprovechando el impacto del cine y las plataformas digitales en la atracción turística. Desde 2023, su gestión depende de la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León. CYLFC también fomenta la producción local mediante subvenciones y colabora con diversas film commissions y film offices provinciales. Además, impulsa la promoción internacional en distintos eventos y desarrolla rutas temáticas sobre rodajes destacados.

Palabras clave: Castilla y León; film commission; patrimonio cultural; industria audiovisual; patrimonio filmico; turismo de pantalla

Abstract: The Castilla y León Film Commission (CYLFC) started its activities in 2013, but prior to its creation it had a precedent of two decades of experience in various public bodies dedicated to the management of film shoots. Thus, from the beginning, the CYLFC has become a key agent in the promotion of the region as an audiovisual destination, of interest for the attraction of the audiovisual industry and the projection of tourism. Its work includes assistance in permits, maintenance of a database of locations and management of

film tourism, leveraging the impact of film and digital platforms on tourist attraction. Since 2023, its management depends on the Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León. CYLFC also promotes local production through subsidies and collaborates with various provincial film commissions and film offices. In addition, it promotes international promotion at different events and develops thematic routes on outstanding film shoots.

Keywords: Castilla y León; cultural heritage; audiovisual industry; film heritage; screen tourism

Kristine Guzmán es gestora cultural, licenciada en Arquitectura (Universidad de Santo Tomás, Manila), Máster en Arquitectura y Restauración (Universidad Politécnica de Madrid) y estudios de Historia del Arte en la UNED. Cuenta con una dilatada experiencia de más de veinte años en la gestión cultural, habiendo trabajado en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, la Fundación Santander 2016 y en el MUSAC, Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León. Comisaria de exposiciones y editora, es la responsable de la Castilla y León Film Commission desde 2023. Entrevista realizada en Valladolid el 26 de noviembre de 2024.

David García-Reyes (DG): ¿Cuándo comienza la andadura de la Castilla y León Film Commission? ¿De qué consejería y/o área administrativa depende? ¿Cuál es su estructura u organigrama?

Kristine Guzmán (KG): La Castilla y León Film Commission comenzó sus actividades oficialmente en 2013, después de veinte años gestionando rodajes en Castilla y León a través de la propia consejería. Por lo tanto, no es ambicioso considerar que somos una pieza fundamental en la promoción de la región como un destino atractivo para los rodajes, los cuales tienen efectos en sectores como el turismo, puesto que son un medio eficaz para la promoción de los valores patrimoniales y culturales de un territorio. Estas producciones son un gran escaparate que permite enseñar a miles de espectadores las grandes joyas que tenemos en nuestra Comunidad. Todo ello justifica con creces la decidida apuesta de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Junta de Castilla y León por impulsar el

desarrollo del sector audiovisual en la Comunidad. La Castilla y León Film Commission es un servicio que ofrece la Junta de Castilla y León a través de la Dirección General de Políticas Culturales de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte. Desde 2023 su gestión corre a cargo de la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

DG: ¿Me puedes explicar el funcionamiento básico de la Castilla y León Film Commission?

KG: A grandes rasgos, el trabajo en la Film Commission consiste en:

1. La promoción de la Comunidad como destino de rodajes, bien a través de ferias, festivales, *fam trips* u otras actuaciones. Incluye la creación y el mantenimiento de una página web con una base de datos de localizaciones, guía de producción y filmografía, porque no solo hay que promocionar los paisajes y monumentos, también los recursos técnicos y humanos y la capacidad de un lugar para recibir equipos de rodaje.
2. El asesoramiento y asistencia en la gestión de permisos de los rodajes en la Comunidad. Aunque aún no disponemos de una ventanilla única para los permisos, requiriendo muchos trámites, nos encargamos de dar las instrucciones precisas para que se tramite todo con tiempo.
3. La promoción turística de las localizaciones que aparecen en las películas rodadas en la Comunidad de Castilla y León (turismo de pantalla).
4. La coordinación con las film commissions y las film offices provinciales y locales de Castilla y León.
5. El apoyo a la industria audiovisual de Castilla y León a través de la promoción de películas realizadas por creadores y creadoras castellanos y leoneses o que han sido rodadas en Castilla y León.

DG: Existen film commissions que están dedicadas al fomento de los rodajes de todo tipo, pero en el caso de la vuestra, en Castilla y León, y vosotros también tenéis muy presente el turismo de pantalla, ¿cuáles son las principales líneas de actuación en este sentido? ¿Qué aspectos económicos, culturales, turísticos destacarías?

KG: Con el auge de las plataformas de televisión, el gran público tiene mucho acceso a una gran variedad de oferta audiovisual y las localizaciones son escenarios vivos que añaden autenticidad a la historia, no siendo simples decorados. A menudo, vemos un escenario tantas veces en la pantalla que se vuelve familiar y nos invita a conocerlo en directo. Esto es el poder del turismo de pantalla —materializar la ficción en la vida real. Las líneas de actuación en este aspecto incluyen la promoción en las ferias de turismo nacionales e internacionales, actuaciones que se realizan en colaboración con la División de Promoción Turística de la Fundación Siglo de Castilla y León. En este sentido, se está preparando una campaña de turismo de pantalla para presentar en FITUR y en la Expo de Turismo de Osaka.

También hemos creado unas rutas de turismo de pantalla ilustradas por el artista Luis Pérez Calvo que van a complementar a las ya creadas por parte de las film commissions/film offices provinciales y locales, como la ruta por los escenarios de *El bueno, el feo y el malo* en la provincia de Burgos o Segovia de Cine. Estarán disponibles como *mini-site* dentro de la página web de la Film Commission y también impresas para su distribución en las diferentes oficinas de turismo. Además, se han lanzado exposiciones sobre los rodajes que tuvieron lugar en Castilla y León. Durante 2023 y 2024 tuvo lugar *Castilla y León: escenario de cine* que se exhibió en Valladolid, Palencia y Zamora. Durante el año 2025 se va a exponer la muestra *Un viaje de película por Castilla y León*, mostrando los dibujos originales de las rutas temáticas.

DG: Dais soporte y mediación a los rodajes. ¿También contáis con líneas de financiación para producciones? Y, si es así, ¿contempláis la convocatoria de ayudas para fomentar la producción local?

KG: Desde la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Junta de Castilla y León existen desde hace años dos líneas de financiación a la producción audiovisual. Por un lado, una línea de subvenciones destinadas a financiar la preproducción, producción y distribución de largometrajes, documentales y de ficción, y pilotos de series de animación y de televisión.

Y, por otro lado, una línea de subvenciones para la realización de cortometrajes, con las que se persigue el impulso de las producciones cinematográficas de los productores audiovisuales vinculados a Castilla y León¹.

DG: ¿Qué asistencia suministra la Castilla y León Film Commission a los rodajes? ¿Las producciones buscan algo determinado (monumentos, conjuntos o sitios históricos) y/o les descubris luego el enorme potencial paisajístico y natural de la región?

KG: Cuando un/a localizador/a nos pide propuestas para un proyecto audiovisual, preparamos un dossier con imágenes de las localizaciones, una pequeña descripción práctica sobre el lugar (accesos, hoteles cercanos, parkings, etc.) y su ubicación. Si es necesario, le preparamos también el itinerario y le acompañamos en el *scouting*. Si se decide por alguna localización dentro de Castilla y León, las film commissions/film offices provinciales y locales hacen la visita técnica con el equipo de producción. Cualquier sitio puede ser una localización, no tiene que ser bonito, pero tiene que cumplir con muchos otros requisitos, como la capacidad de alojar un equipo grande, la cercanía a las grandes urbes, los incentivos fiscales, etc. Castilla y León destaca por su patrimonio histórico y natural y es desconocido por muchos localizadores extranjeros, por lo que nuestro trabajo es darlo a conocer.

DG: ¿Hay coordinación para la cooperación e interacción con otras film offices de la región? ¿Existe colaboración con las film commissions de regiones vecinas o del resto de España?

KG: Sí, Castilla y León Film Commission trabaja estrechamente con todas las film commissions y film offices de la Comunidad: Ávila Film Office, Burgos Film Commission, Salamanca Film Commission, Segovia Film Commission, Segovia Film Office, Soria Film Commission, Riaza Film Office, Rural Film Commission y Valladolid Film Commission, y también con los Servicios Territoriales de la Junta de Castilla y León como Medio

¹ Se puede encontrar más información en la web: <https://castillayleonfilm.com/ayudas/>.

Ambiente o Patrimonio. En las provincias o comarcas donde no existen film commissions, trabajamos con las diputaciones y los ayuntamientos. Hacemos promoción de todas las provincias en ferias, mercados y festivales de cine. Luego, el trabajo de campo es llevar a cabo visitas técnicas o, en los rodajes, el seguimiento lo realizan las film commissions y/o las film offices provinciales o locales. Con otras de las film commissions del resto de España también tenemos una buena relación, de manera que a menudo nos llegan solicitudes a través de otras oficinas. Muchos coincidimos en las ferias y actividades organizadas por la Spain Film Commission, a la que también pertenecemos.

DG: Contáis con un catálogo propio de localizaciones, ¿está en permanente actualización? ¿Soléis poner en contacto a las productoras interesadas en rodar en Castilla y León con localizadores de la región? ¿Ofrecéis la posibilidad de facilitar el contacto con profesionales del audiovisual residentes en las provincias castellanoleonesas?

KG: El año pasado lanzamos una nueva página web², que cuenta con un extenso catálogo de localizaciones que está en constante actualización. En la misma página, hay una guía de producción que incluye los contactos de profesionales y empresas del audiovisual con domicilio fiscal en Castilla y León. Disponemos también de una base de imágenes más extensa para los profesionales³. Las productoras interesadas normalmente vienen ya con su propio localizador, pero si hace falta, les ponemos en contacto con agentes locales.

DG: ¿Qué provincias y/o localizaciones suelen ser las más demandadas por los rodajes en la región?

KG: Salamanca, Segovia (fig. 1) y Valladolid son las provincias que cuentan con las localizaciones más demandadas de la región.

² Se trata de <https://castillayleonfilm.com>.

³ Se puede acceder en: <https://cylfilmcom.smugmug.com/>.



Figura 1: Castillo de Pedraza (Segovia); la localidad⁴ ha sido escenario de múltiples rodajes desde los años veinte del siglo pasado (© Kristine Guzmán).

DG: ¿Se toman datos estadísticos de los rodajes y de los permisos que solicitan y/o conceden? ¿Qué media anual de rodajes estimáis que puede tener la región? ¿Hay más peso de la publicidad o bien los rodajes de televisión y cine? Y, sobre todo, ¿habéis percibido un incremento de los rodajes desde que comenzasteis vuestras actividades?

⁴ Largometrajes cinematográficos como *La barranca de los monstruos* (1924) de Jaque Catelain, *La aldea maldita* (1930) de Florián Rey, *Jeromín* (1953) de Luis Lucía, *Furtivos* (1975) de José Luis Borau, *La petición* (1976) de Pilar Miró o *Los girasoles ciegos* (2008) de José Luis Cuerda, entre otros, pero también series como *El pícaro* (RTVE, 1974) de Fernando Fernán Gómez, *Los desastres de la guerra* (RTVE, 1983) de Mario Camus, *Teresa de Jesús* (RTVE, 1984) de Josefina Molina, *Águila roja* (Globomedia, RTVE, 2009-2016) o *30 monedas* (HBO, 2019-2023) de Álex de la Iglesia.

KG: Empezamos a recopilar los datos estadísticos de los rodajes en toda la Comunidad (no solo los gestionados por parte de la Castilla y León Film Commission) en 2023. En cuanto cerremos la memoria de 2024, podremos hacer un balance de la evolución de los rodajes que puedo decir que está al alza. Con toda la información de 2023, podemos ver que los cortometrajes tienen más peso, seguido de los rodajes publicitarios.

DG: Con relación a los *fam trips*, ¿tenéis pensado implementar este tipo de itinerarios de cara a visibilizar rodajes?

KG: Tenemos pensado implementar los *fam trips* de forma regular. Están dirigidos a localizadores, directores de arte o productores, con el objetivo de dar a conocer posibles lugares de rodajes, porque no es lo mismo ver una localización *in situ* que en foto. En directo se pueden apreciar más cosas como la luz, la accesibilidad, las instalaciones... La estética no es el único requisito para que un localizador, un productor o un director elija una localización.

DG: ¿Cuáles crees que son las mayores fortalezas de la región con relación a la atracción de rodajes o turismo de pantalla? ¿Y qué aspectos se pueden mejorar para crecer?

KG: Como fortalezas podemos destacar que Castilla y León es muy versátil, tiene capacidad de un lugar para aparentar otro que realmente no es. Por ejemplo, Orson Welles ubicó en la localidad soriana de Calatañazor el Londres medieval⁵ (fig. 2); Sergio Leone encontró en Contreras el lejano oeste estadounidense (fig. 3)⁶; Salamanca se transforma en Verona en *Still Star-Crossed* (2017), la serie creada por Shonda Rhimes y que es una continuación de la trama de la obra *Romeo y Julieta* de William Shakespeare. Castilla y León tiene mucho peso en la historia de España y algunos pueblos son auténticos museos al aire libre. Además, tenemos cuatro ciudades Patrimonio de la Humanidad (Ávila, Burgos, Segovia y Salamanca), por lo

⁵ Que sirvió de localización para *Campanadas a medianoche* (1966).

⁶ En este término municipal burgalés se levantó el célebre Sad Hill, el cementerio del triello final de *El bueno, el feo y el malo* (1966).

que podemos ofrecer escenarios auténticos. Todo esto permite que Castilla y León cuente con una amplia variedad de paisajes, siendo la Comunidad Autónoma más grande de España, donde se pueden encontrar diferentes climas y paisajes, desde llanuras, bosques, montañas, ríos. De este modo, Castilla y León Film Commission y todas las film commissions y film offices provinciales y locales se involucran para prestar el mejor apoyo posible a los rodajes que recibimos.



Figura 2: Calle de Calatañazor, lugar de rodaje de Campanadas a medianoche en 1965 (© David García-Reyes).

Como puntos a mejorar hay que señalar que hay mucho talento en Castilla y León, pero nos cuesta demostrarlo. El sector audiovisual reclama más apoyo institucional y más oportunidades dentro de la Comunidad y es también otra cuestión que se debe optimizar junto con la necesidad de promocionar a nivel internacional el cine hecho en Castilla y León.



Figura 3: Imagen reciente del espectacular Valle de Arlanza en la provincia de Burgos que sirvió de ambientación para El bueno, el feo y el malo (1966) de Sergio Leone (© Kristine Guzmán).

DG: ¿Qué relación tenéis con la industria local y con las instituciones con las que compartís intereses como la SEMINCI u otras iniciativas vinculadas al Audiovisual en Castilla y León?

KG: Tanto la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte como la Castilla y León Film Commission mantienen una estrecha y continua relación tanto con los productores, la Plataforma del Audiovisual en Castilla y León como con otras administraciones, como es el caso de la Fundación Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Valladolid para actividades como la SEMINCI⁷, así como con instituciones privadas como la Feria de Valladolid para la realización del *Shooting Locations Marketplace*.

⁷ La SEMINCI es la Semana Internacional de Cine de Valladolid. Se trata de una de las muestras cinematográficas más antiguas del audiovisual español. El festival se celebra ininterrumpidamente desde 1956.

DG: ¿Qué rodajes son los que más destacarías desde que comenzó la andadura de la Castilla y León Film Commission?

KG: Es difícil destacar unos rodajes sobre otros, pero quizás sea preciso mencionar la serie *Isabel* (2011-2014) de RTVE, rodada en parte en nuestra Comunidad, con sus intrigas palaciegas y el retrato de un personaje tan fascinante e importante para Castilla y León como fue la reina Isabel I de Castilla. Gracias al tirón de esta serie, algunos pueblos donde nació y habitó la reina se han unido para crear rutas turísticas que recorren los lugares más importantes en la biografía de Isabel como Medina del Campo (fig. 4), Tordesillas, Madrigal de las Altas Torres, Segovia, Arévalo o los Toros de Guisando.



Figura 4: La serie Isabel (2011-2014) está ambientada, entre otros lugares, en uno de los vestigios patrimoniales más destacados de la provincia de Valladolid, el impresionante Castillo de la Mota en Medina del Campo (© Kristine Guzmán).

De los rodajes más recientes podemos destacar *La huella del mal* (2025). Está basada en la novela del mismo título (2019) y en la que el autor de la obra literaria, Manuel Ríos San Martín, es al mismo tiempo guionista y director de la película. Fue rodada en Burgos y colaboramos junto con la Burgos Film Commission en la gestión de los permisos. Hay localizaciones importantes que pertenecen a la Junta de Castilla y León, como es el Yacimiento de Atapuerca y nunca se había rodado allí una ficción (solo documentales científicos), por lo que fue un reto conseguir una autorización para rodar. Lo mismo sucede en la Sala de los Homínidos del Museo de la Evolución Humana, que requiere de un permiso de la autora de las esculturas para cualquier tipo de filmación.

Hace poco ha finalizado en El Espinar (Segovia) el rodaje de un largometraje para Netflix y conseguimos la colaboración de la Dirección General de Medio Ambiente a través de la participación de nuestros bomberos. Las productoras que ruedan en Castilla y León repiten; *La casa de papel* (2017-2021), *Memento Mori* (2022-2024) o programas líderes de audiencia como *MasterChef España* (EndemolShine Iberia, 2013-) vuelven a rodar cada temporada. La “calidez” de nuestra gente y la “calidad” de nuestro patrimonio es, sin duda, lo que atrae a la mayoría de los rodajes. Muchas de estas series y producciones audiovisuales tienen relevancia internacional, lo que permite que estos rodajes sirvan para promocionar el patrimonio histórico y natural de la Comunidad en todo el mundo. Disponemos de una recopilación de muchos de los rodajes, desde el primero, que tuvo lugar en el año 1924, hasta la actualidad⁸ en la página web.

DG: En los últimos años, habéis contado con muchas producciones nacionales, como *Soy Nevenka* (2024), *As Bestas* (2022), *Mientras dure la guerra* (2019), *Tarde para la ira* (2016), *Los abrazos rotos* (2009), y antes algunos grandes clásicos del cine español de siempre. También habéis servido como localización de producciones internacionales importantes como *Fast & Furious X* (2023) o *Terminator. Dark Fate*

⁸ Los mismos pueden consultarse en el siguiente enlace: <https://castillayleonfilm.com/rodado-en-castilla-y-leon/>.

(2019). Pero, además, existe una historia de rodajes muy relevantes en Castilla y León desde la década de 1950, en el que directores como Tay Garnett, Orson Welles, Anthony Mann, Nicholas Ray, Don Siegel, Stanley Kramer, Sergio Leone⁹ (fig. 5), David Lean, Joshua Logan, Richard Lester, Paul Verhoeven, John Milius, Miloš Forman o Ridley Scott son algunos de los cineastas internacionales que han rodado aquí. Desde las instituciones, ¿hay voluntad por apostar por ese pasado del patrimonio audiovisual de rodajes castellanoleoneses y su progresión con nuevos hitos?



Figura 5: La plaza mayor de Medinaceli (Soria) reconvertida en la filmica localidad mexicana de Mesa Verde en ¡Agáchate, maldito! (1971) de Sergio Leone (Imagen del Portal de Turismo de Castilla y León).

⁹ El director italiano no sólo rodó en la región castellanoleonesa para *El bueno, el feo y el malo*, sino también en *¡Agáchate, maldito!* (*Giù la testa*, 1971), su penúltimo filme, ambientado en la Revolución Mexicana.

KG: Sí, hay una clara voluntad por parte de las instituciones por apoyar y promover el patrimonio audiovisual de Castilla y León. Todo lo que hoy vivimos en Castilla y León en materia de rodajes es el fruto de años de trabajo colaborando con los festivales de cine de la Comunidad, financiando proyectos a través de las subvenciones destinadas al sector audiovisual y del apoyo que la Junta de Castilla y León les ha proporcionado en todo momento. Sin duda, los comienzos no fueron fáciles en las jornadas de trabajo de las joyas que se rodaron en nuestra Comunidad en los años cincuenta y sesenta, superproducciones con el glamour de las grandes estrellas de Hollywood, como *Doctor Zhivago* (1965), *El bueno, el feo y el malo* (1966), *El Cid* (1961), pero en el siglo XXI la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Junta de Castilla y León está facilitando al sector para cubrir en los rodajes que se desarrollan en nuestro territorio las necesidades que surjan durante las jornadas de trabajo sean atendidas de manera inmediata. La Junta de Castilla y León no va a cesar en su apoyo dado que se ha observado un incremento de los rodajes en nuestra Comunidad que, sin duda podemos considerar, es el resultado de los esfuerzos que se han realizado en este sector.

DG: Las personas que ocupan el puesto de Film Commissioner tienen una formación y competencia muy diversas; en tu caso, ¿podrías contarme tu trayectoria y experiencia previa antes de llegar a la Castilla y León Film Commission?

KG: He estado diecinueve años en el MUSAC (Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León) como Coordinadora General. Como comisaria de exposiciones, he realizado una treintena de exposiciones y he escrito en diferentes catálogos y revistas de arte, además de haber impartido charlas en torno al arte contemporáneo, la arquitectura, la gestión cultural, la sostenibilidad y la inclusión. Entre estos trabajos puedo destacar la serie Arte y Arquitectura del MUSAC, un proyecto expositivo-editorial en el que desarrollé cuatro exposiciones con su correspondiente libro, y el podcast *Ciudades pospandemia*¹⁰. Desde 2023 soy Film Commissioner de Castilla

¹⁰ El podcast está disponible en Spotify: <https://open.spotify.com/show/77WjScmYpg1WKtoANuPZgt>.

y León Film Commission a través de mi puesto como técnico en la Fundación Siglo, dependiente de la Dirección General de Políticas Culturales. Pero el cine también es arte y gestionar una film commission es también gestión cultural, por lo que me siento cómoda en este nuevo sector. Además, creo que puedo aportar otra visión, otros contactos y otras maneras de trabajar.

DG: ¿Cuáles son las iniciativas o las actividades de las que os sentís más orgullosos?

KG: El patrocinio de *Shooting Locations Marketplace*, una feria específica que pone en contacto a los destinos con los localizadores, los productores y los directores de arte. A través de esta feria y los *fam trips* organizados a continuación, hemos podido dar a conocer Castilla y León de manera directa a un público especializado y hemos podido establecer una relación estrecha con ellos

DG: Una última reflexión: ¿a dónde crees que debe dirigirse la Castilla y León Film Commission para crecer y posicionarse como mediador con la industria y dinamizar el patrimonio audiovisual y la atracción del turismo a través de los rodajes en la región?

KG: Para que la Castilla y León Film Commission crezca y se posicione como un interlocutor clave con la industria audiovisual, así como un catalizador del patrimonio audiovisual y el turismo de pantalla, debería enfocarse en continuar, afianzar e incrementar varias áreas estratégicas.

Se debe continuar con el apoyo a la promoción internacional, participando activamente en mercados y festivales de cine internacionales para atraer producciones extranjeras, aumentando la visibilidad de la región, junto con intensificar la creación de archivos y recursos digitales que preserven la historia audiovisual de la región y promover su difusión a través de exposiciones, festivales, etc. Tampoco se puede desatender el fomento y la colaboración entre productores, directores y otros profesionales de la industria, a través de conferencias y talleres, en el marco de la celebración de los festivales de cine de nuestra Comunidad Autónoma

para generar un entorno creativo y de apoyo mutuo. Por último, es esencial utilizar las producciones audiovisuales para atraer turistas interesados en visitar las localizaciones de sus películas y series favoritas rodadas en la región.

“El paisaje, los acantilados o edificios como el de Calatrava en Oviedo o la Laboral de Gijón y el patrimonio industrial son nuestras prioridades para dar a conocer”

Una entrevista a Lourdes Prendes de la Asturias Paraíso Natural Film Commission

Deniza Farsiyanova

Resumen: Creada en 2016, la Asturias Paraíso Natural Film Commission (APNFC) ha centrado sus actividades en facilitar los rodajes en el Principado de Asturias, favoreciendo y dinamizando a la industria audiovisual en territorio asturiano. Bajo el auspicio del Gobierno de Asturias, su labor principal es dar apoyo a las producciones audiovisuales mediante la búsqueda de localizaciones, la tramitación de permisos junto con la intermediación con las distintas entidades públicas y privadas que intervienen en el proceso de los rodajes en la región. Además, la APNFC se ocupa de promover el turismo cinematográfico, un elemento fundamental y estratégico vinculado a la promoción turística e inherente a la propia idiosincrasia de la Film Commission asturiana. La atracción de rodajes se centra en favorecer los paisajes naturales y culturales, junto al patrimonio histórico-artístico de Asturias, pero también a visibilizar el potencial de su patrimonio industrial.

Palabras clave: Asturias; film commission; paisajes naturales; paisajes culturales; patrimonio industrial; turismo de pantalla

Abstract: Created in 2016, the Asturias Paraíso Natural Film Commission (APNFC) has focused its activities on facilitating filming in the Principality of Asturias, favouring and boosting the audiovisual industry in Asturian territory. Under the auspices of the Government of Asturias, its main task is to support audiovisual productions by searching for locations, processing permits and mediating with the various public and private entities involved in the filming process in the region. In addition, the APNFC is responsible for promoting film tourism, a fundamental and strategic element linked to the promotion of tourism and inherent to the very idiosyncrasy of the Asturian Film Commission. The attraction of filming is focused on favouring the natural and cultural landscapes, together

with the historical and artistic heritage of Asturias, but also on making the potential of its industrial heritage visible.

Keywords: Asturias; film commission; natural landscapes; cultural landscapes; industrial heritage; screen tourism

Lourdes Prendes, diplomada en Turismo, es responsable de equipo en Laboral Ciudad de la Cultura¹ desde 2008, formando parte de la Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado de Asturias, entidad dependiente de la Consejería de Cultura del Principado que se ocupa de gestionar varios equipamientos culturales y deportivos en Asturias. Uno de estos equipos es Laboral Ciudad de la Cultura en Gijón, donde se dedica de coordinar el departamento de Gestión de Espacios que se encarga de gestionar las actividades elaboradas en Laboral Ciudad de la Cultura, además de temas de mantenimiento del propio edificio. Es responsable de proyectos relacionados con distintas disciplinas artísticas y culturales. Desde 2016, la Consejería impulsó un proyecto de cine desde Laboral, creando una Film Commission asturiana pública. Desde ese año, el departamento que lidera Lourdes Prendes impulsó Asturias Paraíso Natural Film Commission y desde entonces es responsable de la misma. Del mismo modo, el seguimiento diario es competencia del técnico asistente Javier Bouzas. La entrevista fue realizada en Laboral Ciudad de la Cultura, Gijón, el día 10 de enero de 2025.

¹ Originalmente, la Universidad Laboral fue un proyecto impulsado por José Antonio Girón de Velasco, el más destacado ministro de trabajo del franquismo, para ofrecer a los hijos de los trabajadores una formación: desde la educación primaria, la educación secundaria, la formación profesional hasta las ingenierías técnicas. Con sedes en distintas ciudades españolas, la primera en inaugurarse fue la Universidad Laboral de Gijón (1955), proyectada por el arquitecto Luis Moya Blanco en un estilo ecléctico e historicista, declarada Bien de Interés Cultural (BIC) y ubicado en Cabueñes, perteneciente al concejo de Gijón, a principios del siglo XXI pasó a convertirse en Laboral Ciudad de la Cultura, un enorme complejo arquitectónico dedicado en la actualidad a ser la sede de centros de educación superior, acogiendo también a diferente empresas y entidades públicas dedicadas a la promoción de las industrias culturales.

Deniza Farsiyanova (DF): ¿Cuándo comienza la andadura de Asturias Film Commission? ¿De qué área administrativa/institucional depende? ¿Cuál es su estructura u organigrama?

Lourdes Prendes (LP): Previamente a la fundación de nuestra iniciativa, hubo varios proyectos de film commissions –en los inicios de los 2000-2010–, ya extintos o que nunca llegaron a tener funcionalidad real. Nosotros comenzamos nuestra andadura en el año 2016, a raíz de un proyecto cinematográfico más global que se impulsa desde la Viceconsejería de Cultura que existía por aquel entonces. Se gestiona desde un departamento de una empresa pública dependiente del Gobierno del Principado, que gestiona todo lo relativo a equipamientos culturales en Asturias y a la promoción turística. Respecto a la estructura u organigrama, dentro de la Film Commission, yo soy la responsable del mencionado departamento, que además de la Film Commission desarrolla otros numerosísimos proyectos culturales. Por otra parte, en el día a día de la Film Commission, está el técnico Javier Bouzas, así como otro compañero que trabaja junto a él.

DF: ¿Me puedes explicar las labores fundamentales de la Asturias Film Commission?

LP: Fundamentalmente la de la atención a proyectos y facilitación de los mismos. También se realizan acciones de promoción y comercialización del territorio como set de rodaje y colaboraciones con entidades, empresas y eventos que supongan un incentivo a la dinamización sectorial. Partimos de la base de que en nuestro ADN no está la financiación de proyectos. Es decir que, desde aquí, no se aportan recursos económicos para la realización o atracción de proyectos a Asturias, sino que realizamos labores de facilitación numerosas como: ayuda en búsqueda de localizaciones, gestión de permisos, intermediación entre solicitantes e interlocutores de la esfera pública o privada, facilitación de profesionales locales, difusión en medios, entre otras muchas cuestiones. Intentamos también homogeneizar las prácticas en acogida a rodajes mediante la firma de convenios, ya que, aunque somos una comunidad autónoma muy pequeña, está muy

disgregada, alcanzando 78 concejos² que entienden de manera diferente el sector audiovisual.

Por tanto, el punto principal de nuestra labor tiene que ver con facilitar la llegada de producciones a Asturias y hacerles la estancia lo más fácil y ágil posible, ya que es lo que más valoran la mayoría de las producciones.

DF: Existen film commissions que están dedicadas al fomento de los rodajes de todo tipo, pero en el caso de la vuestra, la Asturias Film Commission, ¿tenéis presente el turismo de pantalla? ¿Cuáles son las principales líneas de actuación en este sentido? ¿Qué aspectos económicos, culturales, turísticos destacarías?

LP: El turismo cinematográfico es una parte importante de nuestro trabajo, si bien, en muchos casos, es una derivada del mismo. Debe plantearse como un asunto estratégico de la mano de quienes desarrollan las políticas o estrategias de promoción turística. Son unos cuantos, los mismos concejos asturianos que, gracias a las producciones que han tenido lugar en Asturias a lo largo del tiempo, han rentabilizado el *boom* de esa producción, aumentando exponencialmente sus visitantes. El caso más sonado es el de la serie *Doctor Mateo*³ (2009-2011), cuyo rodaje se desarrolló durante varias temporadas en la villa marinera de Lastres (fig. 1). Ahí tuvieron un impulso turístico importantísimo a raíz de ese rodaje, incluso elaborando una ruta y materiales de promoción para que la gente pudiese visitar las diferentes localizaciones exteriores en las que se desarrollaba la historia.

² Denominación de las localidades de la Comunidad Autónoma del Principado de Asturias según el punto uno del artículo 6 de su Estatuto de Autonomía en el que el Principado “se organiza territorialmente en municipios, que recibirán la denominación tradicional de Concejos”. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1982-634>.

³ Serie que adopta la serie original británica *Doc Martin* (ITV, 2004-2022).



Figura 1: Imagen promocional de Doctor Mateo (Antena 3 TV, 2009-2011) con el paisaje natural de la costa asturiana al fondo (Imagen extraída de A3 TV).

En la mancomunidad de Parque Histórico del Navia también tienen alguna ruta elaborada, por ejemplo la de *Bajo la piel de lobo* (fig. 2), largometraje de 2017. Y el municipio de Llanes, apostó ya hace varias décadas por la marca “Llanes de cine”⁴, siendo pioneros en España en la incentivación del turismo cinematográfico. Por nuestra parte, seguimos interesados en poder realizar una publicación actualizada a día de hoy, unificando todas estas rutas turísticas ya existentes e incluyendo otros hitos más recientes.

DF: ¿Qué soporte y mediación dais a los rodajes?

LP: Hay que destacar que nosotros nos involucramos en los proyectos en la medida en que los propios profesionales nos lo solicitan, según sus propias necesidades y con la intensidad que ellos indiquen. En muchas ocasiones y según el interés de los propios equipos de producción, somos la primera puerta a la que tocan las productoras que desarrollan un proyecto

⁴ Cfr. <https://www.llanes.es/es/llanes-de-cine>.

en Asturias. Quizá en un porcentaje superior, lo hacen aquellos equipos que no son autóctonos, ya que los profesionales asturianos conocen bien las dinámicas y los pormenores, y actúan de manera más autónoma. Lo más habitual es que lo primero que solicitan sea información diversa sobre las localizaciones y su viabilidad, si están en una fase muy inicial. En algunas ocasiones, han contactado previamente con localizadores locales con los que colaboran desde fase temprana o nosotros les facilitamos sus contactos.



Figura 2: Rodaje de Bajo la piel del lobo (Samuel Fuentes, 2017) (© Asturias Paraíso Natural Film Commission).

El siguiente paso suele ser la facilitación de contactos y proveedores locales de diversa índole, tanto audiovisual como de servicios, y paralelamente a esto petición de apoyo en la consecución de permisos de rodaje. En algunas ocasiones, los tramitan directamente ellos, pero sí que nos solicitan hacer un seguimiento interno. Evidentemente, previo a que el rodaje desembarque, intentamos allanarles el camino, poniéndoles en contacto con las instituciones titulares de los emplazamientos donde se va a desarrollar el rodaje.

DF: ¿Contáis con líneas de financiación para producciones audiovisuales? Y, si es así, ¿contempláis la convocatoria de ayudas para fomentar la producción local?

LP: Como indicábamos, nosotros operamos como una iniciativa dinamizadora y de apoyo, pero no financiamos proyectos. La mayoría de las film commissions no nacen con la financiación como parte de sus objetivos.

DF: ¿Las producciones buscan algo determinado (monumentos, conjuntos o sitios históricos, etc.) y luego descubren otros potenciales (el paisajístico, la vertiente natural de la región, etc.)?

LP: Por ejemplo, en los dos últimos rodajes de gran envergadura a los que hemos asistido, han venido por algo muy concreto. Uno ha sido para el rodaje de *Los cuatro fantásticos* en el edificio del Palacio de Exposiciones y Congresos (PEC) de Oviedo, diseñado por Santiago Calatrava, con una arquitectura muy característica que encajaba en las referencias visuales que el equipo buscaba. El segundo ejemplo es un largometraje que se rodó en la Laboral donde tenemos nuestra sede. Se trata de un complejo monumental con facilidades y amigable en la acogida de rodajes, que tampoco es algo que te puedas encontrar habitualmente en cualquier parte de España. Además de que es un paisaje vigoroso y con muchas posibilidades, llama la atención la cercanía existente entre mar y montaña, y la oferta de recursos tanto naturales como arquitectónicos. Otro punto que reseñar es el creciente interés por y la relevancia de nuestro patrimonio industrial. Hablamos de decenas de antiguas infraestructuras industriales (fig. 3) o explotaciones mineras, ya en desuso, que disparan el imaginario y las posibilidades de quienes los visitan. Son numerosos los proyectos que han rodado en nuestra región gracias a estos recursos, y son el principal foco de interés de localizadores cuando acudimos a mercados.



Figura 3: Fotograma de Nos vemos en otra vida (Disney+, 2024) con el puerto de Avilés (© Asturias Paraíso Natural Film Commission).

DF: ¿Existe colaboración con otras film commissions de regiones vecinas o del resto de España?

LP: En la región somos la única iniciativa existente en la actualidad. Y como miembros de la Spain Film Commission, existen canales de comunicación y colaboración permanentes, así como grupos de trabajo entre las diferentes film commissions del país. Recientemente hemos reforzado nuestra presencia en este ámbito pasando a formar parte del European Film Commissions Network.

DF: Contáis con un catálogo propio de localizaciones. ¿Se actualiza? ¿Soléis poner en contacto a las productoras interesadas en rodar en el principado con localizadores de la región? ¿Ofrecéis la posibilidad de facilitar el contacto con profesionales del audiovisual residentes en la región?

LP: En nuestra página web⁵ facilitamos una serie de recursos, si bien siempre recomendamos ponerse en contacto con nosotros de cara a afinar la solicitud e intereses del solicitante y poder trabajar de manera personalizada. En las próximas semanas incorporaremos una herramienta de muestra y gestión de localizaciones que estará disponible en nuestra web

⁵ Cfr. <https://www.filmcommissionasturias.com/>.

y resultará de más fácil manejo y mayor utilidad para los localizadores y profesionales. Asimismo, tenemos una base de datos de localizaciones privadas que es algo que también suele interesar cuando se busca una referencia o una tipología de localización que, a priori, no es fácilmente accesible o no está a la vista. También contamos con una fototeca elaborada por los compañeros de Turismo Asturias y estamos trabajando en el desarrollo de inventarios fotográficos específicos por categorías.

DF: ¿Qué localizaciones suelen ser las más demandadas por los rodajes en la región?

LP: Si hubiese que hacer un cómputo general, diríamos que, por municipios, los que más solicitudes concitan son Llanes, Gijón, Oviedo, Cabrales, Avilés, Valdés, Mieres y Langreo. En cuanto a naturaleza, los más demandados son los Lagos de Covadonga y, en general, el Parque Nacional de Picos de Europa, las playas y el paisaje costero de Llanes, el entorno del Mirador del Fitu (en Caravia/Parres), el Parque Natural de Somiedo, las playas y cabos de Valdés y Cudillero y el paisaje protegido de Cabo de Peñas. En cuanto a emplazamientos de tipo arquitectónico o artístico, los ya comentados de Laboral Ciudad de la Cultura en Gijón y PEC de Oviedo, así como el Centro Niemeyer⁶ de Avilés, el diverso patrimonio industrial minero, los monumentos prerrománicos del Monte Naranco en Oviedo, los teitos⁷ de Somiedo, las casonas de indianos presentes en gran parte de nuestro territorio o la cueva de Tito Bustillo en Ribadesella.

DF: ¿Se toman datos estadísticos de los rodajes y de los permisos que solicitan y/o conceden?

LP: Tenemos constancia de los datos de aquellas producciones que pasan por nuestras manos; los de todas aquellas que operan de manera autónoma son bastante difíciles de monitorizar. Pero esta problemática es algo muy recurrente y común en otras film commissions similares a la nuestra.

⁶ El Centro Cultural Internacional Oscar Niemeyer, proyectado por el propio arquitecto brasileño e inaugurado en 2011.

⁷ *Teitos* o, en asturleonés, *teitu* alude a cualquier cubierta vegetal de un edificio y que en Somiedo crean un singular y atractivo paisaje cultural.

Hace un tiempo abrimos un formulario para que, de manera voluntaria, todas aquellas personas que deseen colaborar en la mejora de nuestra industria puedan compartir sus datos (presupuesto, gasto, profesionales contratados, etc).

DF: ¿Qué media anual de rodajes estimáis que puede tener la región?

LP: Resulta bastante complejo pronosticar esto en base a la experiencia o recursos de que disponemos, ya que influyen numerosos factores. A día de hoy, referenciamos todo aquello que ya es tangible porque ha finalizado su producción. Dado que los datos de 2024 aún están siendo recabados, corresponden a los proyectos atendidos en 2023 (fig. 4).

LARGOMETRAJES	FICCIÓN	14	22
	NO FICCIÓN	8	
CORTOMETRAJES	FICCIÓN	10	11
	NO FICCIÓN	1	
SERIES FICCIÓN			9
TV	PROGRAMAS	17	19
	DOCUMENTALES	2	
PUBLICIDAD			32
VIDEOCLIPS			11
OTROS (videobooks, sesiones de fotos, proyectos estudiantiles, videoarte, etc)			17
CONSULTAS TÉCNICAS (contactos, proveedores, nuevas empresas, etc)			42
TOTAL CONSULTAS ATENDIDAS			163

Figura 4: Proyectos atendidos por la Asturias Film Commission (Elaboración propia a partir de datos de la Asturias Film Commission).

DF: ¿Pesa más la publicidad o los rodajes de televisión y cine? Y, sobre todo, ¿habéis percibido un incremento de los rodajes desde que comenzasteis vuestra andadura?

LP: En general, desde 2016, la evolución es clara y en positivo. También influye de que una iniciativa como la nuestra, sin una referencia permanente en el tiempo y con medios limitados, tarda un tiempo en asentarse, ser validada como interlocutor e incluso ser tomada como referencia en el acompañamiento de un proyecto. Al menos, en nuestras cifras de proyectos atendidos, estos se han incrementado permanentemente desde que tenemos registros. La publicidad es una tipología más frecuente que la de rodajes de gran formato; además existe una dinámica ya establecida desde hace años, y muchas productoras o marcas que recurrentemente ruedan en Asturias, tienen un *crew* habitual con el que trabajan. En el caso concreto de la publicidad, se nos exige más inmediatez por los plazos de los propios proyectos.

DF: Con relación a los *fam trips*, ¿ofrecéis estos itinerarios a la industria?

LP: Realizamos nuestra primera acción en ese sentido en 2019, en colaboración con ACICCA –Asociación Cluster Industria Creativa, Cultural y Audiovisual de Asturias– y la Mancomunidad de la Comarca de la Sidra. Aquel tour con ocho profesionales derivó en varios proyectos que o bien tentaron nuestra región por primera vez, o que fructificaron, como el rodaje del videoclip *El trato* de Alejandro Sanz⁸, de la serie *Vampire Academy* (2022) o del documental *La palabra maldita* (Javier Álvarez Sólis, 2021). Hemos venido realizando una actividad similar durante varios años junto al Festival Internacional de Cine de Gijón (FICX) durante su celebración, y estamos dando forma junto a nuestros compañeros de Turismo Asturias a un tour específico en patrimonio industrial, que suele ser el gran demandado, tanto por los que aún no conocen la región como por los que ya han hecho una aproximación, pero quieren conocer más.

⁸ Videoclip de *El trato* (2019) disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=3XxNC3oEN4I>.

DF: ¿Ofrecéis itinerarios a los turistas y a la ciudadanía de estos lugares para que puedan conocer los atractivos que tienen a través del audiovisual?

LP: Estamos colaborando con instituciones locales o cinematográficas en la creación de estos itinerarios y la idea, como comentábamos antes, es que en el futuro dispongamos de una guía que englobe varios hitos en este sentido y que abarque a toda la región.

DF: ¿Cuáles crees que son las mayores fortalezas de la región en relación a la atracción de rodajes o turismo de pantalla? ¿Y qué aspectos se pueden mejorar para crecer?

LP: El paisaje, los acantilados como mencionamos con anterioridad, así como edificios tan significativos como el de Calatrava en Oviedo o la Laboral de Gijón y además ahora mismo tenemos el patrimonio industrial como una de nuestras prioridades para dar a conocer. Respecto a los aspectos que se pueden mejorar, me parece muy importante señalar los permisos. Como te decía antes, tenemos una cierta facilidad a la hora de contactar para hacer un fácil seguimiento de los permisos, pero también es verdad que no son tan ágiles como nos gustaría. Muchas veces hay producciones que se quedan por el camino por no haber conseguido un permiso a tiempo o por alguna cuestión similar. De todas formas, vamos aprendiendo, que para eso estamos en la Spain Film Commission y desde hace dos meses estamos en la European Film Commission Network, y queremos seguir aprendiendo y compartiendo ideas afines con el resto de las film commissions y buscar más rodajes en Asturias. Algo muy importante que tenemos y que hasta ahora no lo he mencionado tiene que ver con los profesionales que tenemos en Asturias; al no existir una film commission en su momento en la región muchos de ellos tuvieron que irse fuera de Asturias. Una demanda que nos hacen los profesionales es que vayan más rodajes a nuestra región para que ellos puedan desarrollar su trabajo aquí y no tener que irse fuera.

DF: ¿Qué relación tenéis con la industria local y con las instituciones con las que compartís intereses y que están vinculadas al audiovisual en Asturias?

LP: Somos una iniciativa permanentemente abierta a estrechar lazos con todos aquellos agentes que busquen tejer redes de trabajo en base a nuestros intereses comunes. Y así lo demuestran las diferentes iniciativas y colaboraciones mencionadas anteriormente, así como actividades como la coproducción de las jornadas de industria del Festival de Cine de Gijón desde su creación, o nuestra colaboración recurrente con otros certámenes como CortoGijón, FantasticGijón, MUSOC, Tsudocu, MUFF, Oriéntate Llanes, Cortoviedo o Cincuenta. También hemos participado y colaborado en varios foros vinculados con la sostenibilidad y coproducción con la asociación mayoritaria de profesionales Lluces⁹ y albergamos sesiones formativas de manera mensual junto a la Radiotelevisión del Principado de Asturias (RTPA). Y año tras año, hay un canal abierto con asociaciones y sindicatos, y tenemos acciones conjuntas con los dos principales centros públicos de formación audiovisual, el CISLAN (Langreo) y el IES Aramo (Oviedo).

DF: ¿Qué rodajes son los que más destacarías en la región antes y después del inicio de vuestras actividades? El patrimonio audiovisual pasado y el más reciente.

LP: Antes de nuestros orígenes (y ya en los 2000): *Doctor Mateo*, *Vicky Cristina Barcelona* (Woody Allen, 2008), *El orfanato* (Juan Antonio Bayona, 2007), *La señora* (2008-2010) entre otros títulos. Tras nuestros inicios en el 2016: *El secreto de Marrowbone* (Sergio G. Sánchez, 2017), *Infiesto* (Patxi Amezcua, 2023), *Alma* (2022), *¡A todo tren! Destino Asturias* (Santiago Segura, 2021), *Si yo fuera rico* (Álvaro Fernández Armero, 2019), *La zona* (2017), *Nos vemos en otra vida* (2024), *La última noche en Tremor* (2024), *Los cuatro fantásticos* (2025) o *Dímelo bajito* (Denis Rovira, 2025), entre muchos otros.

⁹ Cfr. <https://www.facebook.com/asociacionlluces>.

Asturias tiene un extenso patrimonio fílmico a sus espaldas, ya que desde hace décadas ha servido como escenario recurrente para cineastas como José Luis Garci o Gonzalo Suárez. Siempre se recuerda con cariño que el primer premio Óscar para una película española, en 1983, fue para la película de José Luis Garci *Volver a empezar*, rodada íntegramente en Asturias, fundamentalmente en Gijón (fig. 5).



Figura 5: Fotograma de Volver a empezar (José Luis Garci, 1982) en Gijón (Imagen extraída de La Voz de Asturias).

DF: Las personas que ocupan el puesto de film commissioner tienen una formación y competencia muy diversa. En tu caso, ¿cuál es tu trayectoria y experiencia previa antes de llegar Film Commission?

LP: En mi caso concreto, comencé mi carrera profesional en recursos museísticos y turísticos de Asturias, para luego dar el salto a la empresa donde hoy trabajo y desde donde se gestiona la Film Commission.

En general, y no existiendo una formación reglada específica, la gente que desarrolla la tarea de film commissioner tiene tres orígenes más recurrentes: los de gestión turística o cultural en primer lugar, y el proveniente

de la propia industria audiovisual. La Spain Film Commission ha desarrollado en los últimos años varios cursos específicos para el reciclaje, actualización y acreditación de su red de asociados.

DF: ¿Cuáles son las iniciativas o las actividades de las que te sientes u os sentís más orgullosos dentro de la Film Commission?

LP: Una de las cosas que abordamos ya desde antes de la irrupción de la pandemia es el asunto de la sostenibilidad que hasta hace poco se contemplaba como una lucha que bebía fundamentalmente de la voluntariedad de los profesionales y que ahora se encamina más hacia la obligación. En 2020 presentamos ya un decálogo de buenas prácticas y, recientemente en 2024, hemos participado en la coproducción de las primeras jornadas profesionales sobre este asunto en Asturias, y fuimos seleccionados en el Green Film Lab, que es un proyecto de formación y desarrollo a nivel europeo. Hace apenas un par de semanas hemos pasado a formar parte de la red Green Film para la implantación y promoción de estas prácticas a nivel europeo. Nos enorgullecemos de nuestro patrimonio natural, pero entendemos que no se trata solo de usarlo en nuestro eslogan o nombre, sino que va más allá: es ponerse manos a la obra para sumar y fomentar un activismo real.

DF: Me gustaría pedirte una última reflexión: ¿a dónde crees que debe dirigirse la Asturias Film Commission para crecer y posicionarse como un interlocutor con la industria y un catalizador respecto del patrimonio audiovisual y la atracción del turismo de pantalla a través de los rodajes en la región?

LP: El cauce natural es que podamos seguir creciendo en objetivos y tamaño, y para ello es muy importante seguir contando con el apoyo político que existe detrás de nuestra iniciativa, junto con disponer de un presupuesto mayor detrás que respalde las necesidades y estrategias de un servicio que aún puede crecer en proyectos y participación en actividades y mercados que fortalezcan a la industria de profesionales asturianos. Tam-

bién la permanente interlocución con los agentes locales como ayuntamientos y otras instituciones autonómicas con las que desarrollar propuestas o políticas conjuntas es, desde luego, el único camino posible para una región de nuestras características.

Sobre la autora: Deniza Farsiyanova es historiadora del arte e investigadora predoctoral en el Departamento de Historia del Arte de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Sus estudios abordan los imaginarios del turismo en España a través del cine desarrollista del franquismo.

“En la Vigo Film Office apostamos por la protección del medio ambiente y del patrimonio para lograr que la actividad audiovisual nunca suponga un impacto negativo en las localizaciones”

Una entrevista a Amaia Mauleón de la Vigo Film Office

Niklas Schmich

Resumen: La filmografía de la Vigo Film Office abarca desde películas españolas de culto, como *Los lunes al sol* (2002), hasta series de alcance global en plataformas de *streaming* como *Operación Marea Negra* (2022). Fundada en 2011 como parte de la Fundación Vigo Convention Bureau del Concello de Vigo, recientemente ha dado un paso adelante para promocionar la ciudad como un destino ideal para rodajes en distintos mercados audiovisuales, además de apoyar las iniciativas del sector que tienen lugar en Vigo. En esta entrevista, hablamos con Amaia Mauleón sobre la “Ruta por el Vigo de cine”, la primera aplicación de turismo cinematográfico autoguiado de toda Galicia; la experiencia de rodar con Jean Reno y Aura Garrido la serie *Un asunto privado* (2022) en plena pandemia del COVID; y la importancia de proteger el medio ambiente y el patrimonio de las ciudades a través del *Sustainable Filming*, entre otros muchos temas.

Palabras clave: Vigo; film office; Galicia; turismo de pantalla; sostenibilidad

Abstract: The Vigo Film Office’s filmography ranges from Spanish cult films, such as *Los lunes al sol* (2002), to global streaming series such as *Operación Marea Negra* (2022). Founded in 2011 as part of the Vigo Convention Bureau Foundation of the Vigo City Council, it has recently taken a step forward to promote the city as an ideal destination for filming in different audiovisual markets, as well as supporting sector initiatives taking place in Vigo. In this interview, we speak with Amaia Mauleón about the “Ruta por el Vigo de cine”, the first self-guided film tourism app in Galicia; the experience of filming the series *Un*

asunto privados (2022) with Jean Reno and Aura Garrido in the midst of the COVID pandemic; and the importance of protecting the environment and the heritage of cities through Sustainable Filming, among many other topics.

Keywords: Vigo; film office; Galicia; screen tourism; sustainability

Amaia Mauleón es periodista especializada en cultura y sociedad, con veinte años de experiencia en el periódico *Faro de Vigo*. En 2017, se unió a la Fundación Vigo Convention Bureau, donde impulsó la Vigo Film Office en un momento clave para la industria audiovisual en España. También forma parte de la Junta Directiva de la Spain Film Commission. La entrevista se realizó el 7 de noviembre de 2024.

Niklas Schmich (NS): La filmografía de la Vigo Film Office incluye películas que han hecho historia del cine español como *Los lunes al sol* (2002) y, más recientemente, producciones para la nueva era de plataformas de streaming global como *Operación Marea Negra* (2022-2024). ¿En qué consiste para ti el atractivo de Vigo en cuanto al cine? ¿En qué se diferencia la región de otras como escenario cinematográfico?

Amaia Mauleón (AM): El atractivo de Vigo y sus alrededores para los rodajes consiste en que es una ciudad de mediano tamaño en la que, en un entorno de 45 minutos, te puedes encontrar localizaciones muy variadas, desde arquitectura tradicional a contemporánea e industrial, pasando por multitud de playas, bosques, islas, puerto, zona rural, zona urbana... Y todas ellas son localizaciones muy versátiles (fig. 1 y 2). Esto para los rodajes supone una facilidad para poder rodar multitud de secuencias diferentes sin necesidad de traslados largos, ahorrando costes y tiempo. Por otra parte, frente a ciudades saturadas de rodajes, Vigo aún no tiene ese grado de saturación y eso permite cuidar a las producciones con mucho más mimo, agilizar los procesos al máximo y ofrecerles facilidades de forma gratuita que no encuentran en otras ciudades. Otras ventajas con respecto a otras zonas son los precios medios de alojamientos, que son todavía más bajos que en otros lugares. También nuestro clima templado, que hace que en

cualquier época del año se pueda rodar cómodamente, y las horas de luz, casi una más que en el Este.



Figura 1: Ría de Vigo (© Vigo Film Office).



Figura 2: Medianeras pintadas (© Vigo Film Office).

NS: La Vigo Film Office es un departamento de la Fundación Vigo Convention Bureau, que a su vez forma parte del Área de Turismo del Concello de Vigo. ¿Cuándo fue creada la Vigo Film Office y cuál fue la idea inicial desde su marco institucional?

AM: La Fundación Vigo Convention Bureau se constituyó en 2009. Como dices, es una fundación sin ánimo de lucro que promociona y apoya los congresos y eventos de la ciudad y, aunque una parte es privada, depende en su mayor parte del Concello de Vigo, de la concejalía de Turismo. La Vigo Film Office (VFO) se creó como un pequeño departamento de la Fundación en 2011, en principio con la misión de gestionar los permisos de rodaje de las productoras que se dirigían a nosotros. No fue hasta 2022 cuando dimos un paso más y comenzamos a realizar una labor proactiva de promocionar la ciudad como plató de rodajes en distintos mercados y eventos audiovisuales, además de apoyar las actividades y asociaciones relacionadas con el audiovisual que se celebran en la ciudad. Ese mismo año, en 2022, fue cuando nos asociamos a la Spain Film Commission para iniciar, de su mano, esta labor.

NS: ¿Me puedes explicar la estructura y el funcionamiento básico de la Film Office Vigo? ¿Qué apoyo específico ofrece y cómo podemos imaginarnos concretamente una jornada laboral tuya?

AM: En estos momentos somos tres trabajadores en la Fundación y yo soy la que estoy centrada en la parte de la VFO, aunque los tres colaboramos en las tareas que haya que hacer, muchas de ellas relacionadas con Turismo. Desde la VFO somos una ventanilla única a la que se dirigen las productoras y realizamos desde asesoramiento en la búsqueda de localizaciones a la gestión de los permisos. Si las localizaciones elegidas pertenecen a nuestra administración, lo podemos gestionar directamente, siempre de la mano del departamento de Seguridad del ayuntamiento y las concejalías que estén implicadas (Patrimonio, Parques y Jardines, Deportes...) o les proporcionamos los contactos adecuados si son localizaciones que gestionan otras entidades. Ofrecemos a las productoras información y contactos de todo lo que puedan necesitar durante el rodaje en la ciudad, desde alojamientos a traslados, catering, material, profesionales locales, etc. Por otra parte, colaboramos de distintas formas con los festivales de cine y con otras actividades relacionadas con el cine que se celebren en la ciudad, asesorándoles, colaborando en alguna actividad formativa o lo que, en cada caso, consideramos más interesante.

Además, está la promoción de la ciudad como plató de cine en los distintos mercados audiovisuales. De momento estamos centrados en los eventos nacionales y estos años hemos acudido al Festival de Málaga, a Fitur Screen, a Shooting Locations Marketplace, al Festival de San Sebastián, al South Series de Cádiz o al Conecta Fiction de Toledo, entre otros. En estos mercados me reúno con profesionales de otras partes de España que pueden estar interesados en rodar en Vigo y les explico nuestras ventajas, localizaciones... También organizamos fam trips, viajes de familiarización en los que traemos a Vigo a grupos de localizadores y productores de fuera de Galicia o extranjeros para mostrarles *in situ* nuestra ciudad.

Hemos organizado también varias actividades formativas para dar a conocer nuestra labor y para fomentar, entre otras cosas, los rodajes sostenibles. Además, llevamos dos años organizando el concurso de microcortos “Vigo en 90 segundos”, con el que buscamos fomentar la cultura audiovisual local entre personas no profesionales al tiempo que damos mayor visibilidad y valor a nuestras localizaciones, nuestra cultura y nuestras tradiciones.

NS: En vuestra página web hay un catálogo de lugares de rodaje y profesionales locales¹. ¿Cómo encuentran las productoras los lugares de rodaje? ¿Cómo llegan los especialistas a vuestro catálogo? ¿Cuál es exactamente vuestro papel como interfaz entre el sector regional y las producciones de afuera?

AM: Al catálogo de localizaciones, que vamos ampliando poco a poco, llegan los profesionales a través de nuestra página web en un primer momento. Cuando algo les interesa en concreto o bien buscan un espacio que no está en el catálogo, se ponen en contacto con nosotros y les mandamos las fotos que necesitan o les ayudamos a buscar otras alternativas. Ese es el primer paso porque después, si realmente están interesados, son los propios localizadores los que acuden a estos lugares para tomar sus propias imágenes y conocer a fondo sus particularidades. Una vez que ya está decidido que van a rodar en un determinado lugar, si la productora es de

¹ Cfr.<https://www.vigofilmoffice.com/en/>.

fuera nos suele solicitar todo tipo de contactos con empresas y profesionales locales que nosotros les facilitamos. Cuando acudimos a los mercados, como comentaba, soy yo la que les muestro y explico las distintas localizaciones y luego les mando un catálogo con una gran variedad de imágenes.

NS: Sabemos por otras entrevistas que los responsables de las film offices pueden proceder de distintos ámbitos laborales: la producción cinematográfica, el periodismo, el comercio o el turismo, por ejemplo. ¿Qué antecedentes profesionales tienes y cuál fue el proceso de selección que llevó a las autoridades a elegirte como responsable de la Vigo Film Office?

AM: Yo soy periodista especializada en temas culturales y sociales. He trabajado durante 20 años en el periódico *Faro de Vigo* en estos temas, por lo que ya conocía bien el sector y a sus profesionales. Comencé a trabajar en 2017 en la Fundación Vigo Convention Bureau y en seguida me di cuenta de que la Vigo Film Office era un departamento que había que potenciar, ya que estábamos en un momento en el que comenzaban a aumentar los rodajes por toda España, y tuve la suerte de contar con el apoyo del Concello desde el primer momento para desarrollar esta iniciativa. Después, gracias a la Spain Film Commission, recibí formación como film commissioner, algo que hasta hace muy poco era una formación que no existía en ninguna universidad, y vamos a seguir desarrollando esta línea de formación tan necesaria.

NS: ¿Cómo es la colaboración de la Vigo Film Office con la Spain Film Commission y otras entidades regionales como la Santiago de Compostela Film Commission?

AM: Desde la Vigo Film Office he asumido una de las vicepresidencias de la Spain Film Commission en las elecciones que acaban de celebrarse, en la junta directiva que preside Juan Manuel Guimerans, de la Valladolid Film Commission. Estamos contentos porque creemos que esto nos permitirá conocer más a fondo el trabajo de la asociación, implicarnos más en las actividades, que Vigo sea más partícipe en ellas y aprender mucho.

La Galicia Film Commission aún no se ha creado; llevan años detrás de ello y el año pasado parece que por fin la Xunta de Galicia la iba a poner en marcha, pero de momento no es así. En Galicia, en estos momentos, existen oficinas de rodaje en Santiago (Santiago Film Commission) y en las diputaciones de Pontevedra (Pontevedra Provincia Film Commission) y de Ourense (Ourense Film Commission). Con todas ellas tenemos muy buena relación ya que realmente no somos competencia: cada zona ofrece cosas diferentes y todas nos complementamos. Además, siempre es interesante que haya rodajes en cualquiera de las ciudades gallegas ya que eso implica, en muchas ocasiones, la posibilidad de que alguna de las secuencias se rueda en la nuestra por distintas necesidades.

NS: Revisando la filmografía de vuestra página web, da la sensación de que en los últimos años ha habido un notable incremento de rodajes en casi todos los ámbitos (series, documentales, cortometrajes, etc.). ¿Sería posible cuantificar el número de rodajes según el tipo de producción? ¿Hay algún ámbito en el que, en tu opinión, se puede destacar un aumento especial?

AM: Realmente ha habido un aumento de rodajes en todos los formatos, también en publicidad, en videoclips, en documentales y en programas de televisión, porque todos ellos nos parecen importantes tanto por el tema del retorno económico como por la actividad cultural. El número de rodajes se cuantifica desde 2022 y ha ido subiendo desde los 30 a los 45 rodajes aproximadamente del año pasado. De todos modos, más que el número, creemos que lo interesante es la calidad de algunas de esas producciones, aquellas que tienen mayor repercusión por número de días de rodaje y en las que realmente Vigo es una localización reconocible, ya que eso es importante también a la hora de promover el turismo cinematográfico.

NS: ¿Cuáles han sido los rodajes más memorables durante tu etapa en la Vigo Film Office? Quizá puedas poner algún ejemplo concreto.

AM: Comenzaría por destacar, en 2020, en plena pandemia del COVID, el rodaje de la serie *Un asunto privado* (2022), producida por la productora Bambú Producciones para Amazon Prime Video, y con Jean Reno y Aura Garrido entre los protagonistas. Destaco este rodaje porque, en un momento en el que casi todo estaba paralizado, el rodaje, que duró casi seis meses, fue muy importante para la ciudad. No solo por la repercusión económica que tuvo en hoteles, catering, alquileres... También por la atracción que el rodaje supuso para los ciudadanos en un momento especialmente complicado. Ver de cerca el rodaje, cruzarnos por las calles con los actores y, cuando se estrenó, disfrutar de nuestra ciudad con planos muy reconocibles y bonitos, supuso un motivo de orgullo para todos.

Además, fue muy interesante el rodaje de la película *Un hombre de acción* (2022), en el que nuestra ciudad simuló ser el París de los años cuarenta, cincuenta y sesenta del siglo pasado. En este rodaje se demostró perfectamente esa versatilidad que decimos que tiene la ciudad.

Este verano (de 2024) hemos acogido durante dos meses el rodaje de la nueva película de Carla Simón, *Romería* (2025), en la que Vigo será un protagonista más, ya que la película cuenta la historia familiar de la propia directora, cuyos padres eran de aquí, y mostrará numerosas localizaciones, desde el Puerto a las Islas Cíes, el casco antiguo o las playas. Estamos seguros que el prestigio de la directora, Premio Nacional de Cinematografía 2023, asegurará que su nueva película tenga una gran repercusión. Igualmente, Vigo en los últimos meses ha sido la ciudad elegida para varios spots publicitarios a nivel nacional, como el de Leroy Merlin, la Lotería de Navidad o la Mutua Madrileña. Estos dos últimos la eligieron para sus anuncios navideños, sin duda alentados por la fama que la Navidad de Vigo ha adquirido en los últimos años.

NS: Como parte de Turismo de Vigo, entiendo que tenéis un gran interés no solo en traer producciones a Vigo, sino también en dar visibilidad a vuestra región a través de la pantalla. Esto nos lleva al turismo cinematográfico: ¿qué tipo de producciones transmiten en tu opinión mejor la imagen de Vigo o tienen incluso el potencial de fomentar el turismo cinematográfico?

AM: Las series y los largometrajes son, sin duda, las producciones que más llaman la atención a los espectadores, que más emocionan y despiertan su interés por visitar los lugares que vieron en ellas. Pero tampoco podemos dejar de lado, por ejemplo, los videoclips. El videoclip del himno del Celta de Vigo² es un buen ejemplo de esa emoción que logró despertar y que también le ha convertido en un atractivo claro hacia nuestra zona. Lo ideal para fomentar ese turismo de cine son las producciones en las que realmente es reconocible la ciudad, con planos y vistas aéreas de dron que dan esa imagen de su amplia costa, también de la Ría, de las zonas naturales o de la variedad de su arquitectura.

NS: “Vigo es una ciudad de cine” –así promocionáis vuestra Ruta de Cine. ¿Puedes explicar en qué consiste esta iniciativa de turismo cinematográfico? ¿Apoyáis también otros proyectos en este sentido?

AM: Se trata de la primera ruta de turismo cinematográfico autoguiada de toda Galicia y está disponible en la APP Vigo. La “Ruta por un Vigo de cine” es un recorrido interactivo y autoguiado para realizar a pie en dos horas a través de once puntos emblemáticos del centro de la ciudad en los que cineastas de reconocido prestigio rodaron escenas de sus películas y series (fig. 3). Cada uno de los puntos cuenta con información sobre el rodaje que se realizó en el lugar geolocalizado, a lo que se añaden anécdotas y curiosidades alrededor de la producción. Además, se incluyen imágenes de escenas rodadas en ese punto concreto y, en algunos de los casos, vídeos de las propias escenas en las que aparece cada uno de los puntos.

² Real Club Celta de Vigo (1923), principal club deportivo de la ciudad y una de las instituciones deportivas más visibles, reconocidas y relevantes de toda Galicia. El videoclip del himno oficial del centenario del club compuesto por C. Tangana (2023) y dirigido por Antón Álvarez se puede consultar aquí: https://www.youtube.com/watch?v=d_6f0JQOfM8.



Figura 3: Ruta por un Vigo de cine (© Vigo Film Office).

Una forma de descubrir Vigo a través de los escenarios que eligieron directores como Chano Piñeiro, Fernando León, Kike Maíllo, Vicente Aranda o Gerardo Herrero para contar historias inolvidables que tuvieron Vigo como telón de fondo en películas como *Los lunes al sol*, *Lena*, *Toro*, *La playa de los ahogados*, *Un asunto privado*, *Agua seca* o *Un hombre de acción*. Este enfoque novedoso ofrece al visitante una forma muy atractiva y novedosa de conocer el centro de la ciudad, poder decir: “Yo estuve allí” y sentirse un verdadero protagonista al revivir esas escenas que quedaron grabadas en nuestra memoria a través del cine. La ruta también está en formato papel en las oficinas de turismo. Nuestra idea es que esta ruta evolucione, incluyendo nuevas películas cuando se estrenan y seguir haciendo alguna otra ruta de este tipo, quizás con alguna película o serie en concreto, o hacer un recorrido con guía.

NS: La última pregunta es una pequeña mirada al futuro. Apoyáis explícitamente el Sustainable Filming. ¿En qué consiste y por qué crees que es especialmente importante para Galicia y su futuro como región?

AM: La sostenibilidad está entrando con mucha fuerza en el mundo audiovisual. Las productoras están muy interesadas en conocer las prácticas para que su trabajo sea cada vez más sostenible. Primero porque son empresas comprometidas y sensibilizadas con el medio ambiente, pero además porque estas prácticas son cada vez más necesarias a la hora de solicitar subvenciones. Desde la Spain Film Commission (SFC) se está realizando una labor importante de formación, ya que aún es un tema que está en pleno desarrollo. Las empresas quieren ser sostenibles, pero primero tienen que tener las herramientas para saber cómo hacerlo y que sea factible llevarlo a cabo también para las productoras más pequeñas. La SFC, en colaboración con REDCAU (Red Española de Clústeres Audiovisuales) y CENER (Centro Nacional de Energías Renovables), ha liderado y editado el libro *Situación actual de los aspectos de sostenibilidad en el sector audiovisual* en 2023³. Se trata de un informe pionero en el análisis de las prácticas actuales, identificación de áreas de mejora, oportunidades y propuesta de soluciones para promover la sostenibilidad en el sector. El estudio, que es el primero sobre sostenibilidad en la industria audiovisual española, revela una serie de desafíos y carencias que requieren de atención urgente. Las conclusiones se han elaborado gracias a la participación de más de cincuenta agentes clave en la cadena del sector audiovisual a lo largo del país. Para la Vigo Film Office, y para todas las oficinas de rodajes, este tema es imprescindible, ya que apostamos por la protección del medio ambiente y del patrimonio de las ciudades de forma inequívoca para lograr que la actividad audiovisual nunca suponga un impacto negativo en las localizaciones. Con medidas, muchas de ellas sencillas y de escaso coste, se puede modificar el modelo productivo y contribuir al objetivo que todos deseamos: que la generación de ficción no comprometa los recursos naturales y se fomente la economía verde en los territorios.

³ Disponible en: <https://www.calameo.com/read/00738301587352ab1d32a>.

“Una enorme diversidad de localizaciones”

Una entrevista a Julio Grosso Mesa de Film in Granada

Ralf Junkerjürgen

Resumen: Film in Granada se fundó en 2020 con el propósito de fomentar la industria cinematográfica y audiovisual en la provincia Granada con su enorme riqueza urbanística, patrimonial y de paisajes naturales. Más allá de dar apoyo a los rodajes, por ejemplo con una base de datos sobre localizaciones, Film in Granada se entiende también como parte de la cultura audiovisual que aspira a fomentar los profesionales locales y ponerlos en contacto con los productores externos. Hasta qué punto Granada se ha convertido en un centro de la industria audiovisual actual, lo demuestran largometrajes como *La sociedad de la nieve*, *Cerrar los ojos* y *Segundo premio*, y series como *La casa del dragón*, *La unidad* o *Los Farad*.

Palabras clave: Granada; film commission; patrimonio cultural; Alhambra; paisajes naturales; turismo de pantalla

Abstract: Film in Granada was founded in 2020 with the aim of promoting the film and audiovisual industry in the province of Granada with its enormous wealth of urban development, heritage and natural landscapes. Beyond supporting film shoots, for example with a location database, Film in Granada is also understood as part of the audiovisual culture that aims to promote local professionals and put them in contact with external producers. The extent to which Granada has become a centre of the current audiovisual industry is demonstrated by feature films such as *La sociedad de la nieve*, *Cerrar los ojos* and *Segundo premio*, and series such as *La casa del dragón*, *La unidad* or *Los Farad*.

Keywords: Granada; film commission; cultural heritage; Alhambra; natural landscapes; screen tourism

Aparte de ser uno de los núcleos turísticos más importantes de toda la península, y eso ya desde los viajes de los románticos en el primer tercio

del siglo XIX, Granada pertenece a las provincias españolas más ricas en cuanto a los paisajes que reúne. El 10 de marzo de 2024, Ralf Junkerjürgen habló con Julio Grosso Mesa, responsable de Film in Granada, de las características específicas de la provincia y de las actividades de esta Film Commission desde su creación en el año 2020.

Ralf Junkerjürgen (RJ): En los últimos años, ha habido en Granada tanto producciones internacionales importantes, como *La casa del dragón* o *La sociedad de la nieve*, como producciones españolas de prestigio como *Cerrar los ojos* o *Segundo premio*. Aparte de eso, ha habido una larga tradición de rodajes en Granada ¿En qué consiste para ti el atractivo de la provincia de Granada en cuanto al cine?

Julio Grosso Mesa (JGM): Granada tiene por un lado muchas horas de sol al día durante el año y una temperatura media moderada muy agradable en torno a veinte grados. Eso facilita mucho los rodajes porque cuanto más horas de sol, la jornada mejor se aprovecha. Por eso, sale más rentable que localizaciones del norte de España o del norte de Europa o del centro de Europa, donde sol se pone mucho antes que en España, en torno a las tres o las cuatro de la tarde en invierno. Y eso hace que se reduzcan mucho las jornadas en exteriores. En Andalucía, en concreto en Granada, se dispone de mucho más margen de trabajo en exteriores y de una temperatura media moderada, ni mucho frío ni mucho calor, salvo en ocasiones puntuales como en el mes de agosto o en el mes de enero. Y eso hace que el trabajo sea muy cómodo y confortable para los equipos.

Por otra parte, Granada tiene una cosa que la hace especial con respecto a otras provincias andaluzas y españolas, que es la enorme diversidad de localizaciones. Tiene una ciudad monumental como es Granada, con la Alhambra, el Albaicín, el Sacromonte y la catedral. Pero, también tiene ciudades monumentales en la provincia como Alhama, Loja, Guadix y Baza. Después tiene un gran escenario natural que es Sierra Nevada, que es parque nacional, y tiene otras sierras menores, como la Sierra de Baza, por ejemplo, o la Sierra de Huétor que está muy cerca de la capital. Tiene,

además, otros tipos de escenarios naturales como el Desierto de Gorafe (fig. 1) o la Costa tropical con Almuñécar, Motril y Salobreña.

Entonces, a menos de una hora de la capital está la costa, a una hora está Sierra Nevada y a menos de una hora están Guadix o el Desierto de Gorafe con lo cual uno puede hacer distintas localizaciones haciendo noche alojándose en la ciudad de Granada. Y eso es una diferencia fundamental con respecto a otras provincias andaluzas y españolas.



Figura 1: El desierto de Gorafe (© Film in Granada).

RJ: Film in Granada, la film commission de la provincia de Granada, es todavía relativamente joven. Dada la importancia de Granada en todo lo que has explicado, esto es un poco sorprendente. ¿Por qué se ha creado relativamente tarde y cómo se ha hecho?

JGM: En la provincia de Granada no había ninguna oficina hasta el año 2020, lo cual era algo negativo con respecto a otras provincias como Málaga, Sevilla o Almería. La Diputación provincial, que es una institución pública que agrupa a toda la provincia de Granada, decidió en una sesión plenaria crear una oficina, es decir, una film commission. Se llegó a un acuerdo por unanimidad de todos los grupos políticos y después se empezó a operar para que hubiese una oficina que contestase las demandas de rodajes que había y que no tenían un sitio donde llamar por teléfono o mandar un email. Se creó una oficina con personal propio de la Diputación y con una filosofía de servicio público gratuito, es decir, no se cobra ningún tipo de tasa por los servicios que estamos ofreciendo. Esa es un poco la génesis de la oficina que depende de la Diputación de Granada. Tiene personal de la Diputación y se creó hace casi cinco años, a través de un acuerdo político de todos los partidos que tienen representación.

RJ: Desde este inicio eres el responsable de la comisión de Cine en Granada. ¿Cuáles son las cualificaciones que hay que tener para llevar una film office o film commission?

JGM: Yo soy doctor en Comunicación Audiovisual, licenciado en Ciencias de la Información con un Máster en Información Científica, y he trabajado durante los últimos treinta años en el sector audiovisual, tanto en la realización en una televisión regional como de pequeños documentales para fundaciones culturales. También he trabajado como periodista y soy profesor asociado de Realización Audiovisual en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Granada. Este contacto con la industria y esta formación específica en el mundo audiovisual me hace conocer de primera mano lo que necesita un equipo de rodaje. Digamos que hablo el mismo lenguaje que un productor o un director que viene a rodar a Granada, y eso me da cierta ventaja a nivel técnico. Hay mayor empatía con los equipos porque me identifico con ellos, trabajo en ese mismo rol. Pero, no siempre ocurre así. En todas las oficinas de cine no hay personal técnico con esta misma formación. A veces, proceden de otros campos como el turismo o el comercio con un máster de negocios. Pero en mi caso es una formación específica en audiovisual.

RJ: ¿Y cuál es el apoyo concreto que Film in Granada ofrece?

JGM: Ofrecemos varios servicios gratuitos para los productores que vienen de fuera a rodar aquí. Les ayudamos en la búsqueda de localizaciones. Tenemos una base de datos de localizaciones bastante completa de la provincia con más de un centenar de escenarios. Y si no encuentran lo que están buscando, les ayudamos a buscar cualquier tipo de localización que necesiten. Además, les apoyamos en la gestión de permisos de rodaje junto con los ayuntamientos de los municipios y con otras instituciones.

También les ayudamos en la búsqueda de personal técnico local. Muchas veces una producción trae sus propios jefes de equipo, directores de fotografía, directores de arte, directores de producción, pero necesitan personal local para completarlos. Y nosotros ponemos a su disposición una base de datos de 170 profesionales cualificados con experiencia que tienen base en Granada.

También servimos de enlace con los ayuntamientos de la provincia. La Diputación de Granada trabaja con los 174 ayuntamientos, y si un ayuntamiento no sabe mucho de cine o de rodajes, o si recibe una solicitud de rodaje, se pone en contacto con nosotros. Y nosotros le echamos una mano. Entonces trabajamos, por un lado, con las productoras que vienen a rodar y, por otro lado, asesoramos a los ayuntamientos y a los municipios. Y en tercer lugar, damos a los profesionales locales promoción, apoyo, formación y visibilidad para su trabajo, sus proyectos, sus rodajes y también sus premios. Para apoyar la industria audiovisual local.

RJ: ¿Cómo te contactan? ¿Cómo te encuentran las productoras? ¿Y qué tipo de producciones tienes a lo largo del año? Porque supongo que no todas las producciones son tan grandes como *La sociedad de la nieve*.

JGM: Hay dos vías de contacto: o me contactan directamente al email de la oficina, que está publicado en la página web, o bien por teléfono. Normalmente son consultas por email en español o en inglés. Otra vía de contacto es a través de alguien que ha trabajado conmigo antes, en este caso suelen ser proyectos nacionales. Por ejemplo, si una productora de Ma-

drid está buscando un enlace en Granada para un permiso o para una localización, a veces pregunta a otra productora de Madrid si ha trabajado en Granada y le dan mi teléfono. Contactan por esas dos vías normalmente.

En cuanto al tipo de proyectos se produce mucha publicidad. Se ruedan, por ejemplo, muchos anuncios de televisión en el desierto de Gorafe, en la Costa Tropical y en otros sitios. Esto supone normalmente entre una y tres jornadas de rodaje. Después hay programas de televisión de todo tipo: series, documentales, *TV Shows*, videos musicales de grupos generalmente nacionales o andaluces que están buscando rodar en Granada por algún motivo. Y por último, los proyectos de cine o de series hechas para plataformas que son los grandes proyectos que han llegado últimamente, pero que todavía son pocos en comparación con la publicidad, los videos musicales y los programas de televisión.

RJ: ¿Y cuántos proyectos son por media al año?

JGM: En total, entre 75 y 80 proyectos. Pero no todos se llegan a rodar porque muchas veces localizan, pero a lo mejor descartan la localización por algún tipo de dificultad o de circunstancia de producción. Hace poco vino un equipo de localización para rodar unas secuencias de nieve de una película española en Sierra Nevada y, al final, después de localizar, decidieron quedarse en Madrid por temas de producción. Hay un porcentaje importante de proyectos que intentan venir y al final por circunstancias de calendario, de producción o económicas no vienen.

RJ: Hablemos de algunos rodajes recientes en concreto. ¿Cuál fue el papel de Film in Granada en *Cerrar los ojos*, la última película de Víctor Erice?

JGM: En el caso de Víctor, le hice solamente un apoyo de financiación. Víctor tenía ya desarrollado todo el guión y la preproducción. Tenía localizaciones en la provincia y rodó en varios municipios. Había escrito el argumento y la primera versión del guion en un municipio de la costa de Granada, en Castell de Ferro, e insistió en que el rodaje fuese en los mismos sitios donde él había escrito su película. Castell de Ferro, Gualchos, Dúrcal, Nigüelas y Rubite son los municipios donde ha estado rodando.

Cuando nos enteramos que Víctor Erice va a hacer un largometraje después de muchos años de ausencia de largometraje y que va a ser en Granada, contacté con su productor (Jose Alba) y le dije que estaba interesado en colaborar en ese proyecto porque Erice es un gran cineasta español. Y si ha decidido rodar en Granada, creo que la oficina Film in Granada de la Diputación tiene que apoyarle. Entonces, como toda la preproducción ya estaba hecha y el equipo cerrado, nuestro apoyo llegó al final solamente en términos de financiación. Hemos asumido un patrocinio con la oficina para apoyar el proyecto y mostramos el logotipo de la Diputación de Granada en un proyecto de mucha calidad del cine español. Aquí no asumimos las tareas habituales que tenemos en otros proyectos porque entramos al final, ya en el momento del rodaje. Luego también hemos ayudado en la promoción. Cuando la película se estrenó en Cannes, luego en San Sebastián, en el Festival de Sevilla y finalmente en los cines en septiembre de 2023.

RJ: ¿Y en el caso de *La sociedad de la nieve*?

JGM: La película de Bayona es un caso diferente. Aterriza en Granada la jefa de localizaciones de la película, contacta conmigo y me pide una reunión. Empieza a buscar escenarios para el rodaje, pero no conoce ni la Sierra, ni la empresa que gestiona Sierra Nevada que se llama Cetursa, ni los ayuntamientos implicados, ni nada. Entonces yo la pongo en contacto con Cetursa, con el Ayuntamiento de Monachil, con Güéjar Sierra, con el Parque Nacional. Después me pide que busquemos una nave industrial de unas enormes dimensiones para hacer un set (diez metros de altura y dos mil metros cuadrados). Al final deciden construir una nave desde cero en Sierra Nevada. Luego hacemos una selección de técnicos locales que trabajen en producción, incluso ya al final del rodaje en el mes de marzo del año 2022. En Sierra Nevada se hizo un rodaje muy intenso y largo de cuatro meses.

Al final del rodaje, me contactan de nuevo porque el equipo tiene que viajar a Uruguay para seguir rodando una serie de escenas allí. Estábamos en época COVID-19 todavía y necesitaban vacunarse sin perder tiempo de trabajo. Entonces yo contacto con el Departamento de Sanidad de la Junta de Andalucía (SAS) y hacemos un calendario de vacunaciones de todo el

equipo para que ellos no pierdan tiempo y puedan acabar de trabajar en Granada y coger un avión a Uruguay con todos los certificados COVID en regla.

RJ: En el Festival de Málaga de 2024 triunfó *Segundo premio* de Isaki Lacuesta. Y en los créditos aparece también Film in Granada como entidad de apoyo.

JGM: *Segundo premio* fue un proyecto que llegó a Granada hace cuatro años. Justo fue el primer proyecto que llegó cuando se creó a la oficina. Estábamos todavía en la época COVID-19 y el productor Cristóbal García, que es uno de los socios de La Terraza Films, con Jonás Trueba, que fue el primer director y coguionista de la película. Con ellos estuvimos trabajando estos cuatro años hasta el estreno en Málaga. Jonás y su director artístico, Miguel Ángel Rebollo, vinieron varias veces a buscar localizaciones y luego hicimos un casting con actores no profesionales de Granada. Buscaban actores que fueran músicos y que pudiesen interpretar un papel. Hicimos un casting de muchas bandas de música de Granada y al final eligieron a varios de los músicos como protagonistas. Después buscamos el resto del equipo técnico para el rodaje y conseguimos los permisos en el Ayuntamiento de Granada porque la película se desarrolla en la mayor parte, diría el 80%, en la ciudad de Granada. Por eso los acompañé al ayuntamiento para pedir todos los permisos y las licencias de rodaje.

Luego, cuando cambió el director por problemas de producción, cuando entró Isaki Lacuesta en sustitución de Jonás, hubo que rehacer algunas cosas en algunas localizaciones y también parte del casting. A Isaki le cedimos espacio para hacer ensayos con actores en las dependencias de la oficina y después estuvimos apoyando el rodaje y toda la promoción. Además de eso, se ha dado también un apoyo como patrocinio igual que con la película de Víctor Erice. Ha sido un proyecto en el que hemos trabajado desde los inicios, desde que llegó a Granada en el 2020 hasta en el estreno en el Festival de Málaga, y seguiremos trabajando en el resto de festivales y en el estreno en salas de cine en junio 2024 con la promoción. Es un proyecto en el que hemos estado y seguimos muy implicados.

RJ: La búsqueda de localizaciones es una parte principal de Film in Granada. ¿Cómo por un lado mantienes y por otro vas ampliando las localizaciones? ¿Cuáles son las diferencias básicas entre localizaciones públicas y privadas? ¿Vas buscando de forma proactiva o vienen ya hacia ti para proponerte nuevas localizaciones?

JGM: Cuando creamos la página web en el año 2021 hicimos dos bases de datos que están a la disposición del público para su uso. Se trata de una “Guía” con profesionales y empresas locales con experiencia que pueden colaborar en cualquier rodaje, y luego hay otra base de datos de “Localizaciones”. Al principio del 2022 hicimos un acuerdo con los ayuntamientos y les ofrecimos la posibilidad de hacerles localizaciones gratuitas a cada municipio que lo pida. Lo han pedido hasta ahora alrededor de sesenta municipios granadinos y a lo largo del año se hacen las fichas en colaboración con cada ayuntamiento (dos o tres localizaciones por municipio).

Nosotros hacemos el trabajo técnico: vamos a las localizaciones, las documentamos con fotografías de buena calidad, buscamos información y después colgamos la ficha en la página web. Hay más de cien fichas que en estos tres años se han hecho en colaboración con los ayuntamientos. A partir de este año 2024, hemos cambiado el sistema y vamos a buscar el resto de localizaciones que nos parecen interesantes de una forma proactiva. Vamos a contactar con diez o quince ayuntamientos y a proponerles buscar localizaciones en sus territorios porque hay grandes municipios como pueden ser Motril, Baza y Loja que no están todavía en la base de datos. Todas esas localizaciones son públicas: calles, plazas, edificios públicos, etcétera. Aparte de eso, desde la página web cualquier empresario o propietario privado puede ofrecer su localización si tiene una casa, un cortijo o un hotel. Puede ofrecer con una ficha y nosotros la incorporamos. Pero es todavía muy minoritario el número de localizaciones privadas. La mayor parte son de los ayuntamientos. Además, hemos invitado recientemente a fundaciones públicas de la ciudad y también a la Universidad de Granada que nos ha cedido diez localizaciones de edificios o instalaciones universitarias para utilizarlas como lugares de rodaje.

RJ: Entre todas esas localizaciones la Alhambra tiene un estatus especial porque es el monumento más visitado de toda España. ¿Qué tiene que hacer una producción para rodar allí?

JGM: La Alhambra es muy especial porque tiene dos dificultades para rodar: primero, es un espacio pensado para el turismo. No se reserva ningún espacio para un rodaje si ello dificulta la visita de los turistas al monumento. La segunda dificultad es la conservación. Por razones de conservación, no es posible filmar en cualquier lugar del monumento, especialmente en el interior de los Palacios Nazaríes, ya que podría dañarse una pared, recibir un golpe o la maquinaria pesada podría dañar algún elemento del edificio. Para la Alhambra los rodajes no son una prioridad, son secundarios frente a la visita turística y la conservación del monumento. Filmar la Alhambra es, por tanto, muy complicado. Requiere muchos permisos previos y mucho tiempo de antelación.

Además, hay formatos que no se permiten rodar, por ejemplo, películas con temas religiosos controvertidos sobre la religión musulmana o cristiana; u obras que cuestionan los orígenes religiosos o culturales del monumento. Por otro lado, no se suelen rodar vídeos musicales para no asociar la imagen de la Alhambra con un género musical determinado, ya sea de rap o reguetón. La Alhambra da permisos fundamentalmente para rodar documentales sobre la época nazarí o sobre el propio monumento. Hace poco se rodó un documental, *Los constructores de la Alhambra*, una producción española con apoyo internacional, que investigaba el origen de la construcción de los palacios nazaríes. Tenemos mucha demanda para rodajes en la Alhambra, y yo intento actuar como un filtro de lo que se puede pedir y lo que no, pero no es tan fácil. Y aunque los permisos dependen del propio patronato que gestiona la Alhambra, muchas veces me llegan a la oficina. Es una localización que ya se conoce y que no debemos promocionar, sino más bien cuidar para que acoja solamente rodajes que cumplan estos requisitos.

Además de los grandes proyectos de cine que han llegado a Granada en los últimos dos años, como *La sociedad de la nieve*, *Cerrar los ojos* y *Segundo premio*, y algunas grandes series, como *La casa del dragón*, *La unidad* o *Los Farad*, también destacaría algunos proyectos televisivos

más pequeños y con menos presupuesto, pero que también tienen un impacto importante a nivel turístico y a nivel internacional como, por ejemplo, la serie documental *Portillo's Andalusia*, una producción británica para Channel Five, que rodó un episodio de cincuenta minutos en Granada. Tiene un presentador muy conocido en el Reino Unido: Michael Portillo, antiguo político, ministro, y después broadcaster y que acogimos en el mes de julio del año 2023 ayudando en la producción. La serie ha tenido mucho éxito de audiencia en el Reino Unido y después, como todas las series de Michael Portillo, llegará a otras televisiones internacionales, porque es un personaje con mucha proyección internacional en el mundo de los viajes. Eso puede atraer a turistas británicos e internacionales en busca de esos lugares a Granada.

Otro ejemplo es Víctor Erice que es un cineasta de culto en Japón y tiene un gran grupo de seguidores que nos han contactado hace poco porque quieren venir a visitar las localizaciones de *Cerrar los ojos* que se ha estrenado en Japón hace dos semanas. Entonces estamos organizando un viaje a la provincia de Granada para que esos turistas japoneses puedan conocer los sitios donde se rodó. Aparte del impacto directo del rodaje hay un impacto económico del turismo cinematográfico, el turismo de pantalla que es importante a la hora de valorar un proyecto. La oficina es útil para la zona para crear riqueza no solo en el periodo inicial del rodaje, sino también a medio plazo con las visitas turísticas, ya sean del Reino Unido o de Japón.

RJ: En este sentido, Film in Granada es más que una estructura de apoyo para los rodajes, sino también forma parte de una cultura audiovisual al lado del turismo con otras actividades. Por cierto, el año que viene se celebra la entrega de los Goya en Granada. ¿Cómo ves la función de la oficina en este contexto más amplio?

JGM: Aparte de apoyar rodajes, el otro gran objetivo es promocionar el sector audiovisual de Granada, profesionales y empresas, integrando profesionales locales en los proyectos que vienen a Granada, pero también apoyando proyectos que nacen en Granada en pequeñas productoras o a nivel individual, tanto a nivel económico y de promoción. Los Goya son

también un buen argumento para –después del éxito de *La sociedad de la nieve*, *Segundo premio* y *Cerrar los ojos*– remover aún más el sector audiovisual de Granada y sacar algo de rendimiento a la celebración de los premios en febrero de 2025.

Sería positivo también hacer actividades específicas como encuentros del cine español en la provincia o de promocionar a los profesionales y las empresas de Granada de cara al futuro y a los próximos años. Realizamos pequeñas actividades de difusión del cine en la ciudad en la sede cultural del Palacio de los Condes de Gabia, que están abiertas al público. También, yo organizo todos los años una Jornada destinada solamente a los profesionales de la industria en Granada. Esas pequeñas actividades no son la base del trabajo de la oficina, pero sirven para difundir y promocionar el cine a nivel local y traer aquí a profesionales de Madrid o de Barcelona para que hablen con aquellos de la ciudad y de la provincia. Pero, indiscutiblemente, los Goya podrían traer un mayor número de actividades organizadas en conjunto entre la oficina Film in Granada, la Universidad de Granada y otras instituciones para darle una mayor dimensión al cine antes de la ceremonia de entrega en febrero. Estamos trabajando en ello a través de una comisión local con el Ayuntamiento.

RJ: ¿Y a qué profesionales has invitado?

JGM: He tenido a directores como Icíar Bollaín, a guionistas como Fernando Navarro, directoras de casting como Eva Leira y Yolanda Serrano, a un crítico de cine de *El País* que es Javier Ocaña, a un montador de Granada que trabaja en Madrid desde hace treinta años que se llama José Manuel Jiménez, a los productores de *Cerrar los ojos*, José Alba, y de *Segundo premio*, Cristóbal García, a la directora de arte de las películas de Icíar Bollaín y a la jefa de sonido también de las películas de Icíar Bollaín que se llama Eva Valiño. En fin, una mezcla de profesionales de la industria de Madrid y también de Granada que trabajan fuera de aquí y que son referentes en su campo.

En estos tres años de jornadas de industria hemos traído una docena de profesionales. Además, este año vamos a hacer algunos encuentros puntuales: por ejemplo intentaremos traer en primavera a Víctor Erice con motivo de los premios que ha ganado con *Cerrar los ojos*. En otoño

intentaremos hacer un encuentro con Sandra Tapia, productora de *As bestas* y Robot Dreams, que tiene ascendencia de la provincia de Granada. Por lo general, hay una jornada de industria al año y dos o tres encuentros con profesionales.

RJ: Por una parte, tu objetivo es promocionar el audiovisual en Granada, por otra parte, el mundo audiovisual es muy internacional, es decir, no se limita a un espacio concreto, sino va siempre más allá de las fronteras. ¿Eso tiene un impacto también para tu trabajo? ¿Cooperas con otras film offices o no es necesario para ti? ¿Hay quizás un tipo de representación de todas las film offices a nivel nacional en el que participas?

JGM: En esta primera fase somos una oficina independiente de las redes de film commissions de Andalucía y España. Nuestro primer objetivo es, por un lado, atraer y facilitar rodajes y, por otro, promocionar al sector de Granada. En esa primera fase, no necesitamos cooperar con otras film offices ni con redes que ya existen. Haremos otras actividades a nivel nacional o internacional en una segunda fase de la oficina. Cuando estamos más consolidados, es posible que tengamos que integrarnos en las redes de Andalucía Film Commission o de Spain Film Commission y participar con ellos en los mercados internacionales de Cannes, de San Sebastián o ir a Fitur o la Feria de Localizaciones de Valladolid. Pero en principio hemos intentado concentrar en esa primera fase los esfuerzos, el trabajo y los recursos en atraer rodajes y promocionar el tejido de Granada. Después, quizá a medio plazo, cuando esos temas estén más o menos consolidados, pasaremos a la segunda fase, que también me parece importante.

RJ: Vivimos en un mundo que cambia rápidamente, sobre todo a nivel digital y técnico. Y ya hay unas primeras voces que dicen que los rodajes, tal y como se siguen haciendo hoy en día en los exteriores, podrían dejar de ser necesarios en el futuro porque trabajaremos con grandes pantallas de muy alta resolución. ¿Tú notas ya los efectos de estas nuevas tecnologías?

JGM: Bayona, por ejemplo, ha rodado con grandes pantallas de escenografía virtual en el set, pero también ha rodado en exteriores de alta montaña (fig. 2). A día de hoy no sabemos muy bien qué va a ocurrir con eso, pero parece evidente que va a haber un desarrollo de la geografía virtual. Ya existe un set de estudio para pequeñas producciones de publicidad o de otro tipo pueden funcionar.



Figura. 2: El rodaje de La sociedad de la nieve en la Sierra Nevada (© Netflix).

La implantación de esa tecnología en cine, en series y en reportajes de televisión a largo plazo no me parece muy peligrosa, pero tampoco lo sé. Si eso ocurriese, todas las film offices y film commissions tendrían un objetivo diferente o desaparecerían porque la labor de estas entidades consiste en la localización. Si vamos a rodar en estudios en Madrid, en Londres o donde sea, no hace falta localizar y no hace falta desplazar un equipo. No creo que eso se implante en todos los proyectos, pero nadie lo sabe. Es como el tema del periodismo digital y del periodismo en papel. Nadie sa-

bía hace veinte años hasta donde iba a llegar lo digital y si iba a mantenerse un periódico de papel. Hoy en día, veinte años después de los primeros periódicos digitales, se siguen vendiendo periódicos en papel, aunque menos. Los dos están conviviendo por ahora. Pero esas son cosas que el tiempo y la industria lo dirá.

Yo dudo mucho que un director haga una película con un rodaje de ocho semanas solo con pantallas en escenarios virtuales. Para un anuncio de un día de rodaje en una cocina para una marca de gran consumo quizás sea más barato que desplazar un equipo. Pero una película con tantos escenarios y con tantas secuencias habría que recrear todos estos escenarios en virtual con una calidad de realismo suficiente. No sé hasta qué punto ese trabajo de recreación, de fotos de gran calidad, de cámaras que trabajan para hacer un movimiento y de material de atrezzo que se pone delante de las pantallas con los actores merece la pena a nivel económico para un rodaje de un largometraje que dura dos horas, o si sería más fácil buscar una localización que lo tenga todo ya más o menos hecho. Quizás sea una técnica complementaria como son los efectos visuales que sirven en un momento dado para una escena o para un plano y que sirven para conseguir un mejor resultado, pero como sustituto de la localización no me parece ni a corto plazo ni a medio plazo muy realista.

“Cuando juntamos la pócima con todos los ingredientes te sale una obra maestra, pero hay películas que se hacen para el puro entretenimiento”

**Una entrevista a Andreu Fullana de la
Ibiza Film Commission**

David García-Reyes, Ralf Junkerjürgen, Niklas Schmich

Resumen: La entrevista a Andreu Fullana, anterior director de la Ibiza Film Commission, versa, primero, sobre la estructura y la financiación de una film commission en general, para indagar después en las labores realizadas por la Film Commission de Ibiza, así como en la importancia de la industria audiovisual para la isla y en la cooperación entre las oficinas del audiovisual en las distintas regiones o Comunidades Autónomas de España.

Palabras clave: Islas Baleares; Ibiza; film commission; industria audiovisual; rodajes; turismo de pantalla

Abstract: The interview with Andreu Fullana, former director of the Ibiza Film Commission, deals first with the structure and financing of a film commission in general, and then explores the work carried out by the Film Commission of Ibiza, as well as the importance of the audiovisual industry for the island and the cooperation between the audiovisual offices in the different regions or Autonomous Communities of Spain.

Keywords: Balearic Islands; Ibiza; film commission; film industry; filming; screen tourism

Andreu Fullana, antiguo director de la Ibiza Film Commission, nació en Mallorca en 1994. Estudió Comunicación Audiovisual en la Universidad Carlos III de Madrid y realizó dos Másteres Universitarios en Producción

Ejecutiva, creación y gestión del contenido audiovisual y un Máster Universitario en Formación del Profesorado. Después de haber dirigido la Ibiza Film Commission, actualmente es autónomo y su actividad está centrada en el desarrollo de proyectos audiovisuales y el Fiction Mallorca Pitch. Está realizando su tesis doctoral a tiempo parcial en la Universidad Carlos III de Madrid sobre la industria audiovisual y el turismo cinematográfico. Fullana es productor del cortometraje *Ben* (dir. Miki Durán), que fue uno de los treinta cortos preseleccionados por la Academia de Cine para hacerse con una nominación al Goya al Mejor Cortometraje de Ficción en 2025.

Andreu Fullana participó como invitado en un coloquio en la Universidad de Ratisbona y fue entrevistado por David García-Reyes, Ralf Junkerjürgen y Niklas Schmich el 22 de junio de 2024.

Ralf Junkerjürgen (RJ): ¿Cuál es la situación particular de las Islas Baleares con respecto al cine?

Andreu Fullana (AF): Baleares es el territorio paradisíaco y fragmentado al que le hemos puesto un nombre que, en realidad, son Baleares y Pitiusas. Las Baleares son Menorca y Mallorca y las Pitiusas Ibiza y Formentera, pero por razones prácticas se quedan como Islas Baleares. A pesar de ello, las Baleares apenas se conocen como marca Baleares; sin embargo, indudablemente tenemos dos marcas muy conocidas, me atrevería a decir que una de ellas es más conocida incluso que la Marca España. La primera es Ibiza, mundialmente conocida, ya sea por la música de verano o sea por toda la historia *hippie* que ha tenido. La otra es Mallorca. No creo que sea más conocida que España, pero he tenido la sensación en algún momento de que la gente es consciente de que viene a Mallorca o a Ibiza, pero no lo identifica con España. A pesar de estar separadas y fragmentadas, tenemos una región propia con un gobierno autónomo que engloba a todas las islas, centralizado en la isla mallorquina, y luego, en cada isla, hay unos gobiernos supramunicipales. La Comunidad Autónoma de las Islas Baleares es uniprovincial, pero las cuatro islas tienen cuatro gobiernos diferentes: los consejos insulares, en mallorquín *Consell insular*. Eso hace que

muchas veces, al tener gobiernos distintos, cada uno sea de un signo político diferente. Además, dentro de cada isla hay municipios, Mallorca tiene más de cincuenta, Menorca tiene siete, Ibiza cinco y Formentera solo uno. Formentera era un municipio más de la isla de Ibiza, tras una reforma del Estatuto de Autonomía (2007) Formentera dejó de depender de Ibiza y cuenta con su propio consejo insular.

Formentera aún no tiene film commission porque ha sido la última isla en tener un órgano político propio, es la que menos recursos tiene y la que, quizás, tampoco lo necesita. En cambio, la primera isla que sitúa una film commission es Mallorca en 2010, le sigue Ibiza en 2015, registrando una marca y poniendo a un funcionario con un 1% de su tiempo de trabajo, en la práctica, nada. Luego le sigue Menorca en el 2021, poniendo al 50% de un funcionario, que es algo, solo que la persona en cuestión dedica ese tiempo a la Film Commission y a la promoción de producto de Menorca otro 50% de su tiempo, por lo que está combinando mercados diferentes, *players* diferentes y *timings* diferentes. En el caso de la Film Commission de Ibiza, que comenzó en 2015, hay que puntualizar que en 2021 se da la necesidad de su creación, pero por razones burocráticas hasta febrero del 2022 no arranca, que es cuando entro yo con una licitación. Después de Mallorca, la Ibiza Film Commission fue la segunda institución en Baleares que tenía a una persona a tiempo completo.

RJ: ¿Cómo fue el proceso de selección por parte de las autoridades para elegir a la persona adecuada para la Film Commission?

AF: En España, cuando las instituciones públicas no quieren aumentar su personal porque tienen limitaciones presupuestarias, jurídicas o de otro tipo, lo que hacen es externalizar el servicio: tienen el dinero, lo licitan, organizan un concurso público y se presenta quien quiera. Cuando me presenté éramos cuatro candidatos. Dado que era una licitación pública puedo contarle con toda franqueza. Las bases y baremación de la convocatoria eran el 55% de apartados técnicos y el 45% económicos. Estoy orgulloso porque gané la licitación sin bajar ni un céntimo. No jugué a ser el más barato, pues muchas veces las licitaciones en España son para el más barato, se lo lleva y luego no hay calidad. Al no vivir en Ibiza y tener que

trasladarme a la isla, presupuesté unas buenas condiciones económicas debido al gran problema habitacional que tiene Ibiza. Diseñé un equipo de tres personas, dos para redes y yo. En el concurso obtuvimos el máximo de puntos posibles y ganamos por poco, porque los otros bajaron mucho los costes, pero nosotros con la parte académica y con la parte de formación, arrasamos.

RJ: ¿Cuál era vuestro perfil en comparación con otros equipos?

AF: Las mismas bases consideraban muy positivamente estar titulado en Comunicación Audiovisual o similares que se reflejaba en el puntaje. No era obligatorio, pero sí valorable, y luego estaba el requisito obligatorio de ser graduado universitario. Contar con grados y postgrado en Comunicación Audiovisual, producción audiovisual o producción de marketing se valoraba de forma efectiva. Esa formación permitía ofrecer formación, como un pack; el conjunto que te dan es que tú también procures una formación a la isla, a los técnicos de la isla dependiendo de tu experiencia en la industria. Esa licitación estaba pensada para que la obtuviese alguien de la industria.

Empecé en el 2022 con un equipo que éramos dos personas de comunicación y yo, como director y parte técnica. Luego, en el 2023, se incorporó a una cuarta persona en el equipo que era Noemí Castro, que es la actual directora. Ella no venía de las film commissions, tiene una formación en Bellas Artes y había trabajado quince años en puestos ejecutivos para AMC Networks International Southern Europe¹ en España, venía de dirigir Canal Historia en España. O sea, venía de los mercados, del sector de las compras para tener catálogo de la producción. Para ella, el trabajo de una film commission era un poco más ajeno. Hay unos perfiles como el suyo o el mío para trabajar en el sector audiovisual en Ibiza. La incorporé al equipo y estuvo un año como asesora, desde enero de 2023, más o menos. En marzo de 2024 preparamos el traspaso, le dije de promocionar y

¹ División ibérica de AMC Networks International, corporación audiovisual responsable de éxitos como *Mad Men*, *Breaking Bad* o *The Walking Dead*. Con oficinas en Barcelona y Lisboa, tiene su sede en Madrid; está muy orientada a la industria audiovisual de España y Portugal, dedicándose a producir y distribuir contenidos de todo tipo de géneros y para todo tipo de públicos.

ser la directora bajo mi paraguas como empresa para que durante unos cuantos meses fuese directora de la Film Commission y para que, cuando se volviera a abrir la licitación, se pudiera presentar sola. Su propuesta se ha presentado sola. Creo que eso también hay que analizarlo.

En mi año se presentaron cuatro propuestas al concurso, habiendo menos dinero y ganamos nosotros por los pelos. Dos años después, pedimos y solicitamos que la licitación fuera con más dinero para tener más recursos y pensamos que eso haría que viniera más gente y no se presentó nadie más que Noemí. Los que valoraron presentarse a la licitación, supongo que pensarían ¿para qué nos vamos a presentar si este equipo lo tiene muy bien montado?

David García-Reyes (DG): ¿No crees que es muy restrictiva una licitación solamente a dos años de cara a proyectos a medio o largo plazo?

AF: Sí, de hecho, no son ni dos años, es un año más un año. Tengo que comentar que el que sea tan restrictivo no es por voluntad política de la isla de Ibiza o su responsable en este ámbito, que es Juan Miguel Costa, director insular de turismo. Costa quería hacer licitaciones de cinco años, pero por razones técnicas y administrativas no era posible. Es una limitación muy grande y más teniendo en cuenta que la licitación de este año [2024] ha salido muy tarde. Ha habido un impasse de unos servicios mínimos en los que oficialmente no había nadie, pero estábamos nosotros prestando servicios mínimos. Cuando dependes de estas cosas, no solo es el servicio que das, sino la persona que tienes de cara al público, porque al final una film commission es una cara pública de confianza al sector.

DG: ¿Te da inseguridad?

AF: Como persona te da inseguridad, básicamente porque imagínate que viene una gran producción a pedirte rodar dentro de tres meses, ¿y tú qué le vas a contar si no sabes si vas a tener trabajo dentro de un mes? Sí que hay esa inseguridad, pero sé que se está trabajando para que esa inseguridad no esté. Eso pasa cuando una film commission está externalizada. La

gran mayoría de film commissions en España están integradas en las plantillas de las instituciones públicas como personal laboral, no suelen ser funcionarios de carrera, algunos sí lo son, otros no, y otros son puestos de confianza por designación política. Yo podría ser la empresa, que se me acabe la licitación y no renovarla o que la gane otra persona, siendo otra inseguridad. También puede pasar que siendo personal laboral se produzca un cambio político, decidir que el audiovisual ya no es estratégico y cerramos el chiringuito, quitamos la partida presupuestaria y te cargas el equipo. Todo lo público siempre depende de muchas voluntades.

Niklas Schmich (NS): ¿En qué consiste exactamente el trabajo de las film commissions?

AF: Hay que definir qué es una film commission y qué es una film office. Según la cobertura, lo que se está desarrollando ahora en España es que la film office vendría ser de ámbito municipal o, como mucho, de ámbito comarcal. Una film commission sería más provincial o regional (vinculada a una Comunidad Autónoma) o, incluso, una film commission para todo el conjunto de un país. ¿A qué se dedica cada una? En España tenemos un estado muy fragmentado por las Comunidades Autónomas. No somos una República federal, pero casi. Y cada uno va por libre. Ese café para todos que hubo en 1977 y 1978, cuando se restablece la democracia, nos ha dado muchas cosas buenas al país y luego otras cosas que no tienen porque ser malas, pero que han complicado las cosas burocráticamente. Al final, el Estado español no tiene un ente del Gobierno porque la Spain Film Commission es una asociación privada de las film commissions.

Partiendo de este punto de vista, Spain Film Commission no tiene potestad para dar ningún permiso. Solo promociona fuera de España para atraer rodajes y hacer de facilitador entre las comunidades, los entes, sus socios y las producciones. Entonces habría que bajar todo para abajo. Es verdad que viene un HBO y contacta con la Spain Film Commission, esta va a buscar los territorios que sean Comunidades Autónomas, y estas, a su vez, buscarán la provincia, de la provincia buscarán los municipios. La Spain Film Commission es la antesala y el catalizador cuando viene un gran proyecto. Pero cuando viene un proyecto pequeño, Spain Film Com-

mission ni se entera muchas veces, la Mallorca Film Commission tampoco, y solo se entera el ayuntamiento donde se rueda. El ayuntamiento es el que tiene potestad para cortar la vía pública o cerrar una calle, dar permisos, poder poner los camiones aquí, para rodar aquí o allí. Incluso tiene competencias cerca de la costa y en la playa, por cuestiones de seguridad ciudadana.

Pero que cuando entras en la playa ya son dos permisos: el de ayuntamiento y Costas². Costas³ hasta hace un año era del Estado. Había que pedir permiso al Ministerio, una cosa muy *creepy* en España que las costas se gestionasen desde Madrid. “Madrid tiene playa”, pero no costa, es decir, Puertos del Estado y Costas se gestionaban desde un ministerio. Es otra complicación de nuestro Estado central que un ayuntamiento, alejado de Ibiza, puede querer un proyecto, pero Costas dice que no y lo dice desde Madrid. Esto ha cambiado en los últimos años y muchas competencias se han acabado de transferir, las últimas en Medio Ambiente y Costas –las principales localizaciones de la periferia española–. ¿Qué vas a rodar en Mallorca si no es costa y naturaleza? Si vas a grabar una gran ciudad, te vas a Madrid. Ese era el principal escollo que teníamos. Costas, por ejemplo, no contestaba o lo hacía en seis meses, pero un rodaje no puede esperar seis meses si va a rodar dentro de dos semanas. Se daban situaciones en las que producciones con grandes presupuestos venían asumiendo ya las multas: Yo voy a rodar y cuando me llegue la multa, la pagaré. Porque esas producciones no querían más dinero, querían facilidad, rapidez y seguridad jurídica: “¿Cuánto tengo que pagar? ¿Si te pago el doble ruedo antes?” No por el tema del “mamoneo” que se dice en español o la corrupción, no. Sabemos que me vas a dar el permiso, pero dámelo ya, porque yo dentro de seis meses tengo que estrenar la película.

Ahora es el gobierno regional el que gestiona las Costas, un poco más cercano al municipio y que suele ser una relación más estrecha con ese

² Dirección General de la Costa y el Mar (DGCM) de España, popularmente conocido como Costas y con sede en Madrid.

³ En 2023, las competencias en materia de Costas y Litoral fueron transferidas por el Estado y asumidas bajo la Dirección General de Costas y Litoral de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares/Illes Balears.

territorio. Los permisos que dan los ayuntamientos y la Comunidad Autónoma proporcionan actualmente el poder trabajar con el área de Medio Ambiente, Parques Naturales como la Sierra de Tramontana (o Serra de Tramuntana). Luego viene el *quid* de la cuestión. ¿Lo más complicado de rodar en España? Yo creo que, en todo el mundo, los puertos y aeropuertos. El espacio aéreo y el espacio portuario siguen siendo competencia del Estado, registrando las entradas y salidas del país. Eso no lo van a ceder nunca, aunque los catalanes y los vascos lo pidan. Los puertos y aeropuertos son las nuevas fronteras y eso lo gestiona el Estado. Entonces, grabar en un puerto o en un aeropuerto, aparte de carísimo, es muy complicado. Sí que es verdad que en zonas turísticas como el Aeropuerto de Palma hay momentos que presenta menos actividad, entonces da facilidades para eso. Y luego, bueno, tenemos el aeropuerto de Ciudad Real que es el mayor plató del mundo para poder rodar con aviones. La corrupción española quizás nos ha dado grandes localizaciones para poder rodar.

Esos permisos van al Estado. Si ahora viene un rodaje que quiere rodar en esta playa de Mallorca, en este municipio de Mallorca, en el aeropuerto y tiene que estar pidiendo permisos, pues siempre lo he dicho desde la Ibiza Film Commission y lo seguimos diciendo, que una productora extranjera no puede venir a hacer los permisos. Cuando hay una productora de fuera, normalmente viene con mucho dinero, contrata el *service* para el *tax rebate*, pero cuando viene sin *tax rebate*, viene a hacer un reportaje y tal, nosotros siempre decimos: contrata a un *fixer* local, a un *location manager* local, al menos para que os haga los contactos con las instituciones, porque este país que tenemos –maravilloso, con sus cinco lenguas cooficiales– tiene una legislación que debería estar en los dos idiomas oficiales, pero muchas veces no es fácil de encontrar. Y no solo es eso, a lo mejor una persona de Alemania que no sabe español, pero sabe inglés, ¿cómo se va a enfrentar a una normativa española en la que pone que puedes hacer esto y no puedes hacer lo otro? Evidentemente, reserva un pequeño presupuesto cuando ruedes en las Islas o cualquier lugar de España y contrata a alguien local. Si nos lo explican bien, se les da una carta firmada desde, por ejemplo, la Ibiza Film Commission, que es de toda la isla, porque no tiene potestad para dar permisos, pero ejerce como ente supramunicipal y puede redactar una carta del director insular que, por especial interés cultural, solicita que colaboren todas las instituciones. Cuando ya

pides los permisos con esa carta, suele haber una exención o una reducción de las tasas y suele darse el permiso más rápido.

Las film commissions trabajamos en poner en contacto a la gente con los fixers locales y con las instituciones, esa es una de las principales funciones, también cuando toca gestionar marrones, como qué Puertos⁴ ha decidido que no se puede rodar la serie de *Nacho* porque era una serie pornográfica, pero no lo era, solo va de un actor porno... Era un rumor de pasillo. Creo que estas situaciones ninguna film commission en el mundo lo va a decir o lo va a aceptar públicamente y es que no quieres que vengan a rodar películas porno a tu comunidad. Pero una cosa es eso y otra cosa es grabar un *biopic*, una serie de la vida de un actor, realizada por una productora como Bambú, poco sospechosa de hacer porno en televisión, después de *Velvet* habrá algunos besos y algunas escenas con mayor temperatura.

DG: No crees que esto está vinculado también a que la mayoría de las film commissions y las film offices dependen de organismos, en la mayoría de las ocasiones, lo has explicado bien al describir su estructura, pero dependen de corporaciones municipales, locales, autonómicas e incluso nacionales. ¿Qué tiene que ver con que son organismos relacionados con una concejalía o una consejería de turismo y pertenecen, en muchos casos, al ámbito político de la gestión de turismo?

AF: No todas. Hay film offices que están en cultura, hay film offices que están en turismo. No hay una decisión ni un patrón. En el caso de las tres islas, Menorca, Mallorca, Ibiza, son film commissions de turismo, en el caso de Illes Balears Film Commission es cultura. El caso de Castilla-La Mancha Film Commission es economía. Todo depende de la responsabilidad política, donde pongas la estrategia. Castilla-La Mancha, por ejemplo, lo tiene muy claro y así lo venden: somos para Madrid, Madrid lo tenéis muy explotado, *Welcome home*, que estamos aquí, muy cerca. Lo tiene clarísimo: Somos industria. Aquí lo que hay que hacer es atraer el

⁴ Puertos del Estado, que es nacional, o la Dirección General de Puertos y Transporte Marítimo de las Islas Baleares.

dinero. En cambio, como decías, hay algunas de turismo que dependen de la venta de la localización. Sin embargo, en Ibiza está la Film Commission que depende de turismo, y hay una film office municipal que depende de cultura. Muchas veces tienes que bregar con cierta sensibilidad hacia la cultura, hacia el turismo, cuando te enfrentas a que el funcionario que te tiene que dar el permiso para Puertos está acostumbrado a dar permiso para atracar un megayate, hay que explicarle de qué va esto de un rodaje. Creo que falta mucha formación interna. Esa es una de las cosas que he hecho durante dos años, mucha pedagogía dentro de la institución local y también hacia los profesionales, acostumbrados muchas veces a ir por libre, pero falta mucha formación en que se trata de una industria, una industria cultural y que es un negocio. Una mala gestión puede derivar en una catástrofe económica para el proyecto y tenerlo muy en cuenta.

DG: ¿Cómo es la colaboración dentro de las diferentes film offices o film commissions de la región, es decir, con Mallorca o Menorca?

AF: Hay que decir que en el 2005 nace la primera televisión pública de habla catalana, lengua cooficial, que se inicia a la vez que se pone en marcha la primera Facultad de Estudios de Comunicación Audiovisual perteneciente a una universidad privada y que siguen siendo los únicos estudios de grado en Comunicación Audiovisual presenciales en Baleares. Con lo cual, orienta a la gente que quiere entrar en la televisión o dedicarse a los medios a estudiar en la privada o salir fuera de Baleares. En 2007 se crea la Illes Balears Film Commission, ente regional que no tiene muy claro a dónde iban y qué eran, desmantelada en 2010. Se quedó la marca, se quedó un teléfono, pero no tenía mucha actividad. En ese 2010 se constituye la Mallorca Film Commission, que hasta 2021 está sola a nivel balear, cuando se crea la Menorca Film Commission, y ya en 2022 arranca oficialmente la Ibiza Film Commission.

Hasta ese momento, los localizadores de los lugares eran los que ejercían de film commission. Localizadores de Menorca en Menorca, localizadores de Ibiza en Ibiza. A partir de ahí y porque nos conocíamos, sobre todo Pedro Barbadillo, que es de la Mallorca Film Commission, y yo, existiendo una muy buena relación y predisposición en hacer cosas juntos.

Posteriormente, las dificultades de las Islas, al estar aislados y ser instituciones diferentes. Estas circunstancias han hecho que unas cosas vayan mejor y otras peor, no por las personas que lo llevan, sino por vicisitudes que van más allá. Conocemos también a Miguel Huesa, que es el responsable de la Menorca Film Commission y que también con Noemí Castro, responsable actual de la Ibiza Film Commission, trabaja con bastante buen rollo y no solo en la región, sino cuando vamos a los mercados se hace piña y te juntas con Andalucía o con Galicia, porque al final todos tenemos los mismos problemas y los mismos intereses comunes.

Hay una cosa que me gustaba mucho contestarle a los americanos cuando nos reuníamos en Cannes o en algún mercado y me preguntaban si tenemos platós. Y yo: “Sí, en Mallorca y si quieres uno más grande, a dos horas en barco, en la Ciudad de la Luz”. Para mí eran como mis platós, porque yo no tenía platós, porque no puedo sostener un rodaje de seis meses sin plató en la isla de Ibiza. Pero vale más que vengas un poquito a que no vengas. Esa era como la filosofía que yo tenía entonces desde el buen-rollismo. Al final no quieres acapararlo todo. Conozco proyectos que entraron por Mallorca y acabaron rodando también en Menorca. Y al revés, por la colaboración, no porque busquen otras cosas, porque Menorca también pone dinero. Existe una buena colaboración y ahora este año, 2024, se cambia la dirección de la industria del Instituto de Industrias Culturales de las Islas Baleares, una institución que se creó en 2019 y que ha estado gestionada como buenamente han podido, gente que no tenía ni idea de cómo funciona el sector audiovisual. Donde el teléfono de la Film Commission de Illes Baleares sonaba y nadie atendía el teléfono.

A partir de marzo o abril ha cambiado la dirección del Instituto de Industrias Culturales, liderado por una persona que viene de la industria, con una experiencia de veinte años como productora y directora de producción. Alguien que ha tenido que pedir y negociar esos permisos, además de las consiguientes localizaciones. Sabe de lo que habla. Ahora la Illes Balears Film Commission puede atender a toda la región, siendo una persona que conocía a Pedro Barbadillo y que sale de la Fundación Mallorca Turismo con la Mallorca Film Commission, al haber estado el último año y medio trabajando con los fondos Next Generations para el Green Film Shooting en Baleares. Así, la producción promociona a la coordinación general de las industrias culturales y, creo, que se abre un nuevo

periodo en el que se va a colaborar más y mejor, trabajando conjuntamente con las otras film commissions.

Aunque, obviamente, hay un territorio con el que es más difícil colaborar, que es Canarias. Desde Baleares colaborar con Galicia y Asturias es pretencioso, aunque bienintencionado, igual que con Canarias. Poder colaborar entre las distintas islas de la región o con Valencia creo que son colaboraciones muy importantes, necesarias para la industria y para las film commissions.

RJ: ¿Entráis también con dinero para apoyar pequeñas producciones? ¿Hay un presupuesto, por ejemplo, para cine de autor o cortometrajes de la industria local? Has hablado de facilidades, ¿eso también incluye, por ejemplo, si buscan técnicos locales a los que conectáis con las producciones interesadas?

AF: Sí. Hacemos de conexión con los técnicos. Incluso nosotros teníamos un catálogo de técnicos en la propia web, que funcionaría mejor o peor, puesto que se nos colara gente que son unos fantasmas y dicen que son DoP [Director of Photography] y no han tocado una cámara en su vida, esas cosas pues pasan cuando te vas a las provincias. Pero ello, Netflix o HBO o tal, lo tienen muy claro y preguntan por el registro IMDb⁵, cuando le pedías el IMDb a la gente de Ibiza siempre decían: y eso ¿qué es?

DG: Entiendo que es poder salvar esa barrera que supone intentar promocionar al personal de la isla, en este caso incluso de todo el archipiélago, porque al fin y al cabo estáis, por decirlo así, promocionando eso de cara a una productora que puede ser importante para el empleo local.

AF: Si pones en contacto a una productora que viene de fuera con gente que no es competente, ¿qué imagen das? Para un rodaje tienes que saber

⁵ Se trata de la Internet Movie Database que, desde 1990, funciona como un directorio, repositorio y registro de créditos que está dirigido al ámbito profesional de la industria audiovisual de todo el mundo (restringido a las cuentas registradas) o bien la web que es accesible para consulta de todo el público, con información y datos exhaustivos sobre producciones estrenadas o en preparación.

estar. Hay mucha gente que es profesional y, en la isla, lo hay, porque lo que contaba es anecdótico, pues están estos satélites en todos lados. Esto es un principio básico, nosotros intentamos poner en contacto a los técnicos con las productoras de fuera, haciendo un primer filtro –del que siempre se escapa alguien– un primer filtro que sea lo más ameno posible. Por otro lado, la industria local, que es muy importante protegerla y promocionarla. Debe estar la visión externa del lugar y también está bien tener una visión interna. Hay que decir que todo depende del porcentaje de buena creatividad que tenemos en este país. Varía según el territorio y no todos los territorios tienen por qué tener un director.

Hay dos oficios en esta industria que, para mí, son los más populares, pero los que menos trabajo tienen: la dirección y la interpretación. Hace un tiempo salió un estudio en el que solo el 30% de los directores o las personas que son directores se ganan la vida ejerciendo la labor de dirección y en el caso de los actores, solamente un 7%. En una universidad o en una escuela de producción no encuentras a nadie que quiera ser *gaffer*⁶, porque no es famoso y no se lleva ningún premio. Hasta se vende que el productor es el malo, con el puro, gordito, el banco, etc. Esto hace que no estemos vendiendo bien los otros perfiles profesionales de la industria, está claro que todo el mundo quiere ser director, pero es ayudante de producción. En la industria local hay mucho director, guionista, productor y tal, que va haciendo lo que puede y que se ha acostumbrado muchas veces a la voluntad política. Quizá ha dejado ya de ser el momento del –no sé si llamarlo– clientelismo, pero un poco de repartir el dinero entre los colegas que se ha hecho históricamente en España. Como aquí no tenemos ninguna convocatoria de subvenciones y tú eres de aquí, pues toma diez mil euros para hacer una película.

Evidentemente esto está cambiando, y yo, por ejemplo, desde la posición en la que he estado de los últimos dos años, he insistido en ello. Además, propuse regularizar ayudas, coger el dinero que se quiere dedicar a esto y regularlo en una convocatoria pública y cuando venga alguien a llorar le dices: la convocatoria se abre tal día. Así haces una convocatoria pública, concurrencia competitiva en la que puedes además contratar a un tribunal externo que decida bajo unos criterios que tú puedes enmarcar si

⁶ Técnico responsable de la iluminación en una producción audiovisual.

te interesa o no te interesa, evitando reuniones en las que sabes que no le vas a dar nada, porque, uno, no te interesa el proyecto, dos, no hay dinero en ese momento. Me acuerdo de que el contrato que teníamos nosotros, la licitación que es pública, son ciento y ocho mil euros anuales. Tenía luego un presupuesto de actuación rondando los diez mil euros y viajes aparte. Primero tendré que pagar todo lo que yo tengo que pagar como institución y luego podré sacar una convocatoria de ayudas. Como estamos cambiando esa dinámica del clientelismo, podemos conseguir las ayudas mucho más rápido.

Luego viene una parte del sector que se molesta, exige dinero porque es de aquí y le contestas: no, no, tú te has presentado a unas ayudas, no las has sacado, no cumples los requisitos. También hay que potenciar en esas ayudas unos puntos, una regulación para que los locales no queden excluidos, pero hay que incentivar a los locales a ser competitivos, no puede ser que porque seas local te demos el dinero directamente, no creo que funcione así y, aparte, sigo entendiendo esta industria como una industria que hace arte algunas veces. No todo el audiovisual es arte. Cuando podemos juntar toda la pócima, con todos los ingredientes interesantes, te sale una *masterpiece*, una obra maestra para recordar, para la historia del cine, sí, pero es que hay películas que se hacen para puro entretenimiento.

¿Y cómo se ha hecho en Ibiza? Ha habido una voluntad de sacar 200.000 euros en convocatoria pública, estaba presupuestado y se contaba con el dinero, pero no existía la burocracia, no había personas para poder sacarlo. He estado dos años con el dinero bloqueado. Es una de las cosas por las que yo he dejado la Film Commission, me he llevado la espinita dentro de no conseguir ejecutar los presupuestos, como yo era una persona externa, no podía hacer nada dentro. Yo iba como a cien por cien o a mil por cien y la institución iba al diez por cien. Que yo también lo entiendo, ellos se estaban adaptando. Cuidado, no lo estoy criticando, pero al final si tengo 200.000 euros y no los puedo ejecutar, no tengo dinero.

La idea que teníamos era una línea de promoción exterior de 30.000 euros para poder sacar la promoción local, la que es buena, hacia fuera. Una línea de desarrollo de proyectos tanto locales como externos. Los lo-

cales podían contar historias de fuera. Los de fuera tenían que contar historias de dentro. Para eso había unos 100.000 euros. Otra línea de convocatorias era muy parecida a la que existe actualmente en Mallorca y en Menorca, que es la línea de patrocinio, o sea, una subvención por rodar en estos territorios insulares. Cumples unos requisitos y te llevas un dinero directo por emplear la localización, sí, pero claro, eso no supe los costes que tienen las islas. A pesar de todo esto, no quiero decir que no haya más ayudas. En todo el territorio español tenemos el 30% del incentivo fiscal. Eso es una ayuda directa que la tienes que gestionar a través de una productora local que, bueno, puede ser una productora de Madrid que lo hace en Baleares y luego, para que quede también, aparte se le llama el territorio común. El territorio común es toda la península y Baleares, excepto Navarra, País Vasco y Canarias.

DG: Excepciones que están relacionadas con la fiscalidad de esos territorios...

AF: Sí, la fiscalidad es distinta en Canarias, País Vasco y Navarra. Es verdad que desde el sector balear se reclaman unos puntos extras a ese incentivo por la insularidad. Ahora se está gestionando el régimen especial balear a nivel global, que no es solamente del audiovisual, sino que es a nivel global. Lo que se está reclamando es, no os olvidéis de esos puntos extra de incentivo para regular. Es decir, es que es igual de caro o más, o sea, sin viajar es igual de caro Madrid que Baleares. Súmale los viajes. Entonces ya reventamos el presupuesto. Llega un punto en el que era muy atractivo ir a las Baleares porque los precios de los técnicos, los precios de los hoteles, por lo que fuera, no era tan caros, pero se ha disparado todo y hay problemas reales para encontrar ciertas logísticas.

RJ: ¿Cuáles fueron los rodajes memorables de la época en la que estuviste dirigiendo la Film Commission de Ibiza?

AF: La primera gran gesta que hicimos fue encontrarle localización a *La Resistencia* (Movistar+), el programa de televisión de David Broncano que, por primera vez en su historia, hacía los dos capítulos finales de la temporada fuera de plató, fuera del teatro y eligieron Ibiza. Ellos venían

con una idea, ir al interior de una discoteca, y la primera conversación que tuve con ellos fue: “Claro, yo te enseño discotecas, pero ¿para qué te vas a gastar el dinero en venir a Ibiza para hacerlo dentro de una nave industrial cuando tienes allí *Fabrik*?” Entonces creo que eso también caló y les dije: “¿Por qué no os enseñamos un paraje natural?” Claro, al principio les agobiaba la idea, era sacar un plató de televisión y estaban acostumbrados a hacerlo todo en interior. Después de eso dijeron: “Vale, pues exterior”, y me mencionaron dos grandes *beach clubs*. Les pregunté: “¿Pero tú tienes un millón de euros?” Porque querían venir a rodar en junio o julio, parar tres días, o sea, montar ensayos, y le dije: “¿Tú sabes lo que facturan estas empresas por noche? ¿Tú tienes un millón de euros para que esta gente decida cerrar? No. Entonces, olvídate, tenemos que ir a localizaciones naturales”. Estuvimos viendo localizaciones naturales y acabamos en Santa Eulalia, en S’Argamassa, una salida portuaria, como un pequeño espigón (fig. 1).



Figura 1: Escena de La Resistencia en Ibiza, 00:09.

⁷ Conocida macrodiscoteca situada en el municipio de Humanes de Madrid (Madrid).

Es la terraza de un hotel que dio la casualidad que había perdido la licencia del chiringuito, con lo cual no había nada, porque si hubiera estado abierto el chiringuito tampoco habiéramos podido hacer nada. Al final la localización gustó. Hablamos con Costas, hablamos con todo el mundo, todo el mundo remó a favor. Cuando Costas no contestó, el Ayuntamiento llamaba a Costas. Porque era el principal interesado en que se dijera que estaban allí, en Santa Eulalia. Entonces, luego, cuando una cosa de estas viene, todo el mundo se suma y es muy bonito. Y al final pues le quedó un programa bastante interesante, con una de las otras cosas por las que Ibiza es muy conocida, que son por los atardeceres. Como grabábamos por la tarde, en los dos programas ves cómo la luz se va yendo, se va anaranjando, además tenían las cámaras en el fondo del plató en la línea de salida del sol⁸, eso fue como un gran *hit*.

Otra producción fue *Machos Alfa* (Netflix, 2022-), durante la primera y la segunda temporada. Esto fue también un gran éxito. A la primera vinieron como a mataballo, querían Ibiza y vinieron a Ibiza. Les quedó bastante bien, la verdad es que nos gustó cuando vimos el resultado. La segunda vez fue ya sobre guion, me llamó la dirección de producción, me dijo: “Andreu, tenemos el último capítulo entero en Ibiza. ¿Cómo lo hacemos?” Dije: “Pues empezar a trabajar, ya planteamos una producción. ¿Cuándo empezáis a rodar? ¿Hasta cuándo?” Las producciones, cuando vienen a rodar a la isla, tienen que entender que a partir de junio en Ibiza y en Mallorca se complican muchas localizaciones porque se tiene que convivir con el turista, no se puede cortar una playa para un turista o una calle. Mallorca no tiene tanta restricción porque es mucho más grande y, al final, si no cortas una, cortas la otra, pero en Ibiza, no. Los ayuntamientos mismos dicen que, de junio hasta octubre, en esta playa o este sitio no damos permisos. Eso sí que hay que gestionarlo.

Luego hay proyectos importantes que no han llegado a venir, no por el dinero ni por la accesibilidad, sino por las cosas que pasan en la industria, que una empresa compra otra y deja de producir durante un tiempo. Una pena porque hubiera sido un gran *hit* de una gran plataforma internacional, una miniserie de seis capítulos que ojalá que se reactive en un futuro porque era un bombazo. También quiere venir mucho *reality*, pero

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=oPBk57F5QZ4>.

el *reality* está mal visto, sobre todo desde que se intentó hacer un *Geordie Shore* (MTV, 2011-) en Ibiza y acabaron muy mal.

DG: Acabaron en Gandía, ¿no?

AF: Acabaron en Gandía y fue *Gandía Shore*⁹, pero aquí sí que se intentó, no se recibió muy bien y, de hecho, otros nuevos *realities* de Netflix han intentado venir. Yo he trabajado con la institución local para, sobre todo con el Consell de Ibiza, explicarles que son diez millones de euros de inversión. No van a decir que están en Ibiza, es que solo quieren la localización, el paraíso. Tengo que decir que hubo un cambio de la percepción dentro de la institución en la que yo estaba trabajando, pero nos topamos con una institución diferente y se paralizó el proyecto. Porque aún falta esa visión de industria. Es que son cuatro millones de euros directos en trabajo, es que es dinero, diez millones en total, pero directos eran unos cuatro millones de inversión. Les decía: “Es que si no lo hacen aquí lo van a hacer allí y se van a gastar el dinero allí”. Es lo que pasó con *White Lines* (Netflix, 2020), es verdad que quizás querían rodar más en verano, pero donde tuvieron las facilidades fue en Mallorca y ¿dónde se quedó el dinero?, pues en Mallorca. Quizás, tendría que haberse gestionado de otra forma.

RJ: ¿Si no tenéis que buscar nuevas localizaciones, como en el caso de *La Resistencia*, usáis un catálogo de localizaciones? ¿Se puede consultar en la red?

AF: Diferentes localizaciones necesitan diferentes formatos. Sé que hay film commissions que tienen como un catálogo, en un mapa, otros tienen un catálogo y vas cribando. A veces quieren ver iglesias o castillos, pero nosotros básicamente lo que hacemos ver es lo que la gente quiere vivir en Ibiza, y es playa. Tenemos un catálogo de playas y un catálogo del interior, porque al final vienen atraídos por la playa, pero cuando les enseñas el interior cambian de idea. Al principio, cuando entro, se trabaja con fotografías de catálogo de turismo puro y duro, que no son las mismas fotos

⁹ Transmitido por la cadena MTV entre octubre 2012 y enero 2013.

que necesita la industria para ver localizaciones. Vamos trabajando en ir implementando un nuevo catálogo de las mismas localizaciones, pero desde otros puntos de vista. Me consta que siguen ese camino de renovar catálogo con unas fotos enfocadas hacia la industria y no hacia el turismo. Es importante tener un gran catálogo, las film commissions contratan a los localizadores locales de referencia, por lo que interesa que la institución tenga un buen catálogo de localizaciones, porque muchas localizaciones serán privadas. Pero si el localizador me da las fotos, cuando me llamen por este chalet, le voy a llamar a él y él se va a llevar su trabajo. Muchos localizadores a veces no te quieren decir sus localizaciones, pero creo que cada vez menos. De hecho, la puesta en marcha en el 2022 de la Ibiza Film Commission fue una reclamación del sector local. Porque, decían, no puede ser que nadie represente a Ibiza en los mercados, que nadie represente a Ibiza en los festivales. Tiene que haber alguien. Fue el mismo sector el que empujó sumado a la voluntad política.

DG: ¿Puedes cuantificar el número de rodajes, por ejemplo, por tipología de rodajes? Rodajes de publicidad, rodajes de ficción, rodajes seriales o de ficción cinematográfica, rodajes de programas de televisión como *realitys*. ¿Tenéis estadísticas hechas de eso?

AF: ¿Quién tiene los datos de eso? Los ayuntamientos. Porque son los que finalmente dan los permisos. Sigo esperando a que me contesten un email. Es decir, sí que es verdad que los ayuntamientos me han pedido a mí esas estadísticas y les he dicho: “Pero si no me dais los datos no puedo realizar estadísticas”. Hay que decir que los ayuntamientos están aprendiendo de ello. Les pedí, y a lo mejor fue muy ambicioso, los números de los últimos cinco años. La persona que vio mi solicitud dijo: “¿Qué? No lo tengo ni archivado. ¿Dónde está esto? ¿Quién ha dado los permisos? ¿Dónde está el elefante?” Sí, se hacen, y por territorio se hacen y se están empezando a hacer más. El tema es que como la Ibiza Film Commission no concede permisos, solamente tengo las estadísticas de todos los rodajes que se han interesado por venir a rodar. Podemos tener los números de los rodajes que me han confirmado que venían y me han invitado al rodaje, pero ¿cuántos no pasan por mí? Publicidad, programas de televisión que van

directamente a los municipios. ¿Cuántos? ¡Muchos! De los que me contactan y me dicen: “Ah, gracias por la información”, y no sé nunca más, pero si se llega a rodar. Como son cinco municipios, se buscó unificar la orden municipal y que pedir el permiso fuera el mismo permiso para todos. Porque claro, hay playas kilométricas, que hasta esta piedra es de uno, hasta esta piedra es de otro y hasta esta piedra es de otro. Es decir, ¿por qué la productora tiene que estar? Y se daba el caso de que el localizador local se lo sabe y te decía: “Rueda de aquí, para allá no”. –“Pero es que quiero que se vea eso”. –“Sí, sí, tú pon la cámara para allá, pero tú no pases de esta piedra, porque esta piedra es un permiso y esa piedra es otro permiso”.

Cuando entré era una voluntad y uno de los trabajos fue unificar criterios, pero cuando entran en año electoral, el audiovisual no es una prioridad y se va dejando, no se concreta. Era una voluntad y una de las cosas que me consta que en la nueva licitación ya está escrita. Hay que unificar y seguir trabajando en esta línea. Siempre dije que esta orden municipal no tenía que hacerse con políticos, lo dije desde el primer día. Esta orden municipal o supramunicipal debe hacerse con los técnicos, los que la van a gestionar, los que la van a firmar. Ellos son los que tienen los problemas reales, que se encuentran A o B o C. En dos años no conseguí reunir a esa gente porque a lo mejor no insistí mucho, pero es que tenía otras cosas que hacer entre todo lo que tenía. Como oficina técnica estaba solo porque las otras dos personas eran de comunicación. Hay una voluntad, pero, como siempre, faltan los recursos. Si hubiéramos sido más y me hubiera puesto serio y digo: cada martes de la primera semana de cada mes, nos vamos a reunir de aquí a seis meses en un grupo de trabajo de cinco ayuntamientos, que tampoco hay que poner de acuerdo a mucha gente...

RJ: Aparte de conocer bien la industria, estás también anclado en el mundo académico con un proyecto de tesis doctoral sobre el turismo cinematográfico combinado con una aplicación. ¿Cómo se ha desarrollado el proyecto?

AF: Empecé la tesis doctoral por una necesidad personal, sin ninguna pretensión más allá de llegar o no al *cum laude*, porque no creo que sea un *cum laude* cuando me vaya a leer, pero llegar a la máxima formación

reglada. Quería hacer algo que analizara lo actual, que me sirviera para el futuro profesional y sirviera para la industria a futuro. No quiere decir que haya tesis que no sirvan, creo que todo sirve, pero no es lo mismo hacer un análisis histórico que una radiografía actual con una conclusión hacia el futuro. Es un poco difícil sacarlo, pero me acerqué a mi directora de tesis, la doctora Concepción Cascajosa Virino (UC3M) y, además, con esa premisa, le dije: “Conchi, sabes que no soy teórico. Yo soy muy práctico y necesito una tesis práctica”.

El primer año no era sobre turismo cinematográfico, era sobre la renovación de la ficción española, analizando casos que estaban saliendo en ese momento. Luego entré a trabajar en el proyecto de investigación *Faces*¹⁰, con Agustín Gámir Orueta (UC3M) y Carlos Manuel Valdés (UC3M), analizando localizaciones de Baleares porque ellos tienen un proyecto donde van poniendo localizaciones de toda España. Y Baleares, pues lo tenían un poco pobre porque no son de allí. Empezando con eso, veía muchas localizaciones que se me quedaban fuera de ese proyecto. En aquel momento estábamos analizando localizaciones de núcleos urbanos, de municipios de más de 10.000 habitantes, el 20% de Mallorca. Todas las localizaciones que encontraba, que eran muchas, porque además mi isla me la conozco bastante y si no, conozco a alguien, pero por lo demográfico, la localización quedaba fuera del visor, se quedaba fuera de la investigación, cosa que ahora estamos recuperando con el nuevo proyecto que se llama *Fairness*, son zonas rurales, con lo cual no lo hemos perdido.

Con ese proyecto, veía que se me quedaban cosas fuera y en una conversación con Cochi hicimos un giro de timón hacia la representación de Baleares en mi condición de local. Estábamos viendo que empezaban a salir las film commissions o que empezaban a coger más auge. Fue el momento en el que España no tenía film commissions y ahora tiene tropecientas mil. Empecé la tesis en el 2020 y en 2021 cambiábamos de tema, en 2021 se da de alta la Menorca Film Commission y en 2022 entro yo en Ibiza Film Commission. Fue como todo en ese momento. Viendo todo esto y todo lo que yo tenía analizado, veía que se me quedaba mucho fuera de la aplicación o el visor que tiene el grupo Faces, que era más académica. Veía cosas que hacía la Film Commission de Mallorca, como imprimir un

¹⁰ Cfr. <https://geocine.uc3m.es/faces/project-faces.html>.

mapa con rutas y me preguntaba: “¿Pero y esto cómo lo medimos? ¿Cómo sabemos si esto tiene éxito?” Porque yo puedo imprimir mil números, ¿pero si luego se van a una caja y no salen nunca?

Con todo esto, mi hermano estaba haciendo su tesis de final de grado en informática, nos juntamos y dijimos ¿por qué no ofrecemos una aplicación que vaya más allá del ámbito académico? Volvemos a lo mismo, que no se quede en un libro, en una tesis, que la lea y que mi madre no la entienda. Mi madre, la tesis no la va a entender, pero si yo le pongo la aplicación en el móvil le va a hacer gracia. Va a estar viendo mi tesis, que es lo que se representa de Baleares. ¿Y cómo ya es una actualización informática, por qué dejarla solo en la tesis? ¿Por qué no empezar a implementar diferentes territorios nacionales y internacionales? Una aplicación que está en desarrollo y que esperamos lanzar pronto, y que ahora mismo el principal escollo que tenemos es la parte profesional, porque en el ámbito académico puedes utilizar las imágenes que te dé la gana, por el derecho a cita, pero cuando vas a la parte privada, con los derechos de propiedad intelectual (IP)¹¹ o los derechos de propiedad industrial.

Quiere decir que *Movistar+*, por ejemplo, está bastante interesado. Son los primeros con los que hemos contactado. *Movistar+* quiere explorar diferentes escenarios con diferentes casos, ya no solo con todo lo grabado, que ven más dificultades para conseguirlo, aunque no dicen que no, sino a futuro. A partir de ahora vamos a rodar en tales localizaciones. ¿Cómo vamos a gestionar ya para que esas fotos estén? Ese escenario lo ven un poco más viable, al menos para ir implementando. Pero bueno, si no, ¿qué escenarios tenemos en la aplicación? Tener los derechos con el fotograma, todo muy bonito porque tienes a los actores en el lugar. Tener la foto de catálogo de la Film Commission y, en todo caso, si no tenemos la foto de catálogo de la Film Commission, no porque no nos la quieran ceder, que nos la van a querer a ceder, sino porque es una localización que aún no tienen en catálogo. De momento, trabajar con el póster, que es una comunicación pública y que ahí no hay mucho más problema porque es material de marketing de la propia serie. Lo que sí que nos están diciendo desde *Movistar+* es que está disponible todo el material de *making of* y lo

¹¹ *Intellectual Property* (IP) o propiedad intelectual, referida a las creaciones humanas como las obras literarias, musicales, audiovisuales o plásticas, también a creaciones de diseño que ostentan unos derechos de propiedad regulados.

que ellos tienen en la carpeta, la que mandan a los medios. En eso no hay problema. Pero claro, yo le digo: Pero es que no me basta, quiero un fotograma pequeñito, no quiero un primer plano del actor, quiero al actor en esta localización y si encima tengo plano contraplano y puedo ver más espacio para que el usuario de la aplicación pueda generar una visión completa del lugar resulta más atractivo. Ellos están de acuerdo, pero hay que gestionar el que ese actor o esa actriz haya cedido los derechos. ¿No los ha cedido para ese uso?

Entonces en eso estamos en el punto de cambio. Como me pasó cuando cambié de revolución seriada, por así decirlo, como el libro de Huerta Floriano¹² a film commissions. Estamos ahora en el punto de aplicación, una cosa que están esperando todas las film commissions, todas. No hay ninguna que no la espere. Pero todo el mundo está, con el rabillo del ojo mirando al de al lado, a ver cómo gestionan los derechos y el primero que dé el paso, pues se lo llevará todo y nosotros estamos trabajando en que entre un agente como Movistar+, porque sabemos que, si entran ellos, que no es moco de pavo en España, podremos trabajar directamente con las demás plataformas nacionales e internacionales y con las televisiones.

El problema de la gestión, nos lo dicen muchas film commissions, es que ellos facilitan el rodaje, incluso a veces dinero, pero luego a la hora de usar las fotos, no siempre va bien. Es algo muy curioso, que te dejen utilizar el material para promoción, que son los actores principalmente, pero cuando quieres una localización donde sale un actor te dicen que no. ¿Por qué puedo usar esa imagen donde sí sale el actor, pero al actor en la localización que yo quiero no? Sí que es verdad que luego hay localizaciones y esto sí que nos lo han contado, que no puedes enseñar si no es dentro de la serie, como en el caso del Museo del Prado. Los permisos que pagas son para los permisos en la serie. Hay que llegar a una colaboración con las instituciones para que lo financien en parte, con las plataformas y tenedores del IP para que se acceda los fotogramas. Todo esto lleva un largo trabajo, pero llegaremos, hemos tomado una decisión que creo que es la correcta. Quiero tu foto, no me la das. Tengo la foto de la film commission. Creo que esto van a empezar a entenderlo.

¹² *Revolución seriada: El gran cambio de la ficción televisiva en España* (2020) de Miguel Ángel Huerta Floriano.

DG: Es un beneficio también.

AF: Claro, es que para ellos es un beneficio. Las film commissions lo quieren, pero las plataformas también y empezarán a entenderlo como una inversión en el futuro. Imagínate, tú estás rodando ahora una serie que pasa aquí, en Baviera, en Ratisbona. Ya sabemos que van a ir aquí, aquí y aquí. Entonces hablamos con ellos y nos ceden los fotogramas de aquí, aquí y aquí y cuando sale el capítulo este, nosotros en la aplicación la activamos, la promocionamos y ellos, la ZDF, por ejemplo, puede decir en sus redes sociales: “Visita Ratisbona con la serie X”. Cuando les explicas esto lo ven de otra forma, dicen: “Ah, pues sí, a lo mejor me interesa”.

RJ: Con esto tocamos el tema del turismo de pantalla. ¿Cuál es, en tu opinión, la función de una film office en este sentido? ¿Lo consideras otra vertiente de sus tareas?

AF: Depende de dónde esté anclada. Es decir, cuando es cultura, no es para tanto, aunque sí, pero cuando es turismo, evidentemente, para ellos, se trata del primer *step*, atraer rodajes para que luego venga el turista. Pero ¿cómo lo mides? ¿Cómo mides el éxito? No todo el mundo cuenta con San Juan de Gaztelugatxe¹³, no todas las localizaciones son la Pizzería de *Hierro* donde Candela Peña se ha comido una pizza. Hay otras localizaciones que también se visitan. Básicamente las film commissions que dependen de turismo se han gastado todo el dinero en la atracción de rodajes, están en ese punto de *impasse*, de empezar a gestionar todo lo que han atraído en los últimos años porque va a ser el patrimonio con el que van a trabajar durante años para vender la zona. ¿Cómo justificas el dinero que te has gastado desde turismo para atraer rodajes vendiendo que esto irá a turismo cinematográfico? Pues evidentemente gestionando la marca de tu región que sale en las localizaciones, que sale en las películas y en las series. Esos son los primeros debates que está habiendo ahora: ¿Puedo utilizar estas imágenes para montar un *show real*? Es el siguiente paso, las film commissions están en los debates y en los foros industriales del

¹³ Una localización de *Juego de Tronos* (*Games of Thrones*, HBO, 2011-2019) en la costa de la provincia Bizkaia que se convirtió en un destino de peregrinación para los fans de la serie.

audiovisual en los mercados audiovisuales. Pero si estamos hablando de turismo de pantalla, para mí el fotograma del turismo de pantalla tenía que estar en Fitur¹⁴. Tiene que estar en la ITV¹⁵, tiene que estar en las guías, tiene que entrar en un vuelo, y el *spot* que te ponen tiene que ser vista por la película tal. Ahí está el turismo de pantalla, porque si no, ¿cómo promocionas el turismo de pantalla si no vas a los mercados de turismo de pantalla?

De hecho, esto algunas film commissions lo tienen bastante claro, como la Castilla-La Mancha Film Commission. Hemos hablado con ellos y me decían: “Vale, ¿y la aplicación? ¿En qué revista lo metemos? Porque tiene que ser una revista de turismo”. Ellos mismos son conscientes. Hablaba de la aplicación con un ayuntamiento de Mallorca, y me decían: “Va, pues lo podemos meter en la revista de Air Europa porque tenemos un acuerdo con Air Europa para su revista”. Ahí es donde tiene que estar esto, donde están los turistas. No donde está la industria. La film commission tiene que estar en los dos lados. Pero la publicidad de la film commission para el turista también tiene que llegar y creo que es, en esa fase en la que se encuentran muchas a la hora de aprender a gestionar. Han aprendido a gestionar el cómo atraer rodajes, eso lo tienen ya bastante claro y hacen formaciones. Incluso existe Spain Film Commission como paraguas de todas las film commissions de España, como asociación que ofrece a sus miembros formaciones para ser mejores film commissions. Después está la European Film Commission, la Asociación Europea de Film Commissions, que hace lo mismo a nivel europeo. Y luego está la AFCI¹⁶, la americana. Ellos vienen a evangelizar, que lo hacen desde un punto de vista bastante profesional, primando lo industrial. A ver, son los que han liderado la industria mundial del audiovisual, no le vamos a negar al César lo que es del César.

¹⁴ Feria Internacional de Turismo, el evento anual más importante en este respecto en España. Se celebra en la ciudad de Madrid durante cinco días en los meses de enero y/o febrero.

¹⁵ Acrónimo de la Independent Television, cadena de televisión británica privada fundada en 1955 y sinónimo de contenidos televisivos de calidad.

¹⁶ Association of Film Commissioners International.

DG: En relación al turismo de pantalla, como los *fam trips*, ¿nos podrías explicar si llegasteis a plantear hacer rutas turísticas del rodaje o itinerarios de rodajes pasados, del patrimonio audiovisual rodado en Ibiza? Estoy pensando en una de las películas más célebres de Ibiza y la contracultura *hippie*: *More* de Barbet Schroeder, con música de Pink Floyd.

AF: Lo que pasa con *More* es que se rodó en 1969, es que no deja de ser una localización privada, que es la casa del director y que luego volvió en el 2015 para hacer *Amnesia*. Como no había un gran patrimonio para poder generar estas rutas, lo que de momento se está trabajando es en un catálogo de todo en lo que sale Ibiza. Más que localizaciones específicas es un catálogo de todo, desde cortos hasta documentales, pasando por series y largos¹⁷. La idea de esto era atraer más rodajes y para poder generar rutas que tienen otros territorios, pero cuando tú tienes un bajo punto de localizaciones, es difícil. Aparte, también te digo que *More* para el turista actual en Ibiza no sabe ni qué es, que es otra de las cosas. De *El verdugo* (Luis García Berlanga, 1963) y las Cuevas del Drach en Mallorca se ha podido vivir 60 años, pero es que mi hermano no la ha visto, yo la he visto porque me la han puesto en clase en la universidad. Es decir, hay cosas que sí, que sirven, pero que tienen una cierta caducidad. Por eso hay que seguir atrayendo rodajes para renovar la imagen para nuevas generaciones. Las Cuevas del Drach, por ejemplo, salen en *El verdugo* y luego vuelven a salir en *The Mallorca Files* (2019-), estoy convencido que muchos británicos que vendrán a la isla, o franceses y alemanes –porque es una coproducción francesa, alemana y británica– de menos de 40 años no saben lo que es *El verdugo*, pero puede ser que hayan visto algún capítulo de *The Mallorca Files*. Estamos hablando no de jóvenes de veinte años que van de fiesta, sino de gente de 40 que va a Mallorca y no ha visto *El verdugo*.

Otra de las cosas sobre las que es muy interesante hablar en cuanto a las localizaciones, cuando se emplaza la localización y no se dice de qué sitio se trata. Por ejemplo, la película de Guy Hamilton, *Muerte bajo el sol*, (*Evil under the Sun*) una adaptación de una novela Agatha Christie de

¹⁷ Cfr. <https://ibizafilmcommission.com/es/videoteca/>.

1982 en la que el detective Poirot, interpretado por Peter Ustinov, se encuentra en la costa francesa y se va en barco a un hotel de las islas griegas. En realidad, todo eso es Mallorca, tanto Francia como las islas griegas. La isla a la que van es la Dragonera (fig. 2).



Figura 2: Sa Dragonera (*Evil under the Sun*, 06:10).

Luego entran al hotel que está en la Caló d'en Monjo (fig. 3). El hotel fue derruido en 1983 o 84 para volverlo a construir, cambió la legislación y no lo pudieron volver a construir. La película de Hamilton se ha convertido en el registro que nos queda de ese patrimonio, luego el hotel por dentro es un plató en Londres, y el hotel por detrás, los jardines, es la finca Raixa donde se grabó *Bearn o La sala de las muñecas*¹⁸. Los mallorquines no tenían conciencia de eso, excepto a los que les tocó de cerca o grabaron allí. Fueron a hacer de figurantes o lo que fuera, hasta que alguien viajó, y esto sí que es una anécdota que no tengo muy clara, pero me suena de haberlo escuchado de alguien del municipio de Calvià que viajó a Grecia y ahí se vendía esa localización griega con Poirot con una foto. El lugareño dijo: “Pero ¿cómo que Grecia? Si eso es la cala que está al lado de mi casa”.

¹⁸ Película del 1983, dirigida por Jaime Chávarri y basada en la novela homónima (1956) del escritor mallorquín Lorenzo Villalonga (1897-1980).



Figura 3: *El antiguo hotel en Calò d'en Monjo (Evil under the Sun, 09:20).*

Entonces básicamente la pregunta es ¿cuántas localizaciones se han emplazado en la historia del cine y en la historia de las series? Porque ahora lo puedes controlar por las film commissions. Castilla-La Mancha se jacta de eso, dice: Castilla-La Mancha es Madrid, es México, es... lo es todo, pero ahora hay alguien que controla lo que viene, lo va fichando, pero hace 40 años que los film commissions no existían...

RJ: ¿Qué impacto pueden tener las técnicas digitales de las pantallas enormes de 4K que, en principio, pueden sustituir exteriores? Al menos es lo que dicen algunos productores.

AF: Sí que es verdad que se están haciendo ya películas y series. No es aún del todo factible, viable y que quede perfecto. Dicho esto, *The Mandalorian* (2019-) se ha hecho así o en gran parte y te lo comes. No hay ningún problema, porque además lo que hacen en un plató donde ponen un decorado real –de cartón piedra– y luego el plató es una pantalla LED. A lo mejor no será tan atractivo irte a no sé dónde porque lo vas a encontrar así. Pero hay localizaciones, hay film commissions y gobiernos regionales que yo creo que previendo esto, dándose cuenta de esto, han ido invir-

tiendo en la creación de platós para que no solo fueran por las localizaciones, sino viniendo a las localizaciones y encima con un plató. Creo que ahí van a ganar peso y van a ganar más fuerza en rodajes, los que han invertido o van a invertir en estos platós van a poder ofrecer las dos cosas. Tendrás un *coverset* completo que es un plató que puede ser Miami, China, los Alpes o el Everest y a la vez te dará la localización real que creo que la gente va a seguir pidiendo los rodajes. Es decir, puedes falsear ciertas cosas, pero hay una casa de pueblo con su tal, porque hay cosas que no vas a poder falsear.

Sí que es verdad que la generación en 3D, muy cara, puede decir: bueno, haces todos los interiores cerrados en el plató y luego te vas y en 3D haces todos los aéreos porque estamos acostumbrados ya a consumir audiovisual con planos aéreos, con planos grandes y viendo grandes localizaciones. Pienso que va a haber una hibridación y habrá proyectos cien por cien platós, habrá proyectos cien por cien exterior. Habrá proyectos que lo mezclen, pero no creo que se vaya a sustituir al cien por cien. Quizás haya menos rodajes que vayan a localizar, sí, porque si esto sigue así y no sé hasta qué punto va a seguir siendo sostenible en el tiempo con la guerra de los *tax rebates* en todo el mundo. Si hay gente que te devuelve el 70 o el 80 por ciento como están devolviendo en algunas zonas, ¿para qué vas a ir a un plató? Además, estas zonas son las que están metiendo los platós y los platós también desgravan fiscalmente, con lo con estas instalaciones también te lo devuelven. Al final, gana el que más dinero te devuelva, el que más barato lo deje y es donde va a ir la industria.

Evidentemente no es lo mismo una película media española, europea o alemana, que una película media americana. De eso hablábamos el otro día en Conecta¹⁹, que los americanos ya han pasado el 50% de promoción a nivel presupuestario. Es decir que las pelis dedican el 60% a la promoción y el 40% al coste de producirlas. Ellos lo tienen clarísimo: *It's a business*, o sea, hay que venderlo, hay que colocarlo y se gastan más dinero en colocarlo que en producirlo. Desde mi punto de vista, quizás es una de las razones por la que no deberíamos mirar con tanto recelo hacia América. Creo que en España o en Europa se ha hecho mucha producción, se hace

¹⁹ Conecta Fiction & Entertainment es un mercado profesional e internacional enfocado en la creación y comercialización de contenido televisivo que se celebra anualmente desde 2017.

producción muy buena, pero que no llega a donde tiene que llegar porque no se vende, porque a la hora de vender ya se ha gastado todo el dinero. Habrá que aumentar presupuestos o evitar pretensiones. Quizás a lo mejor lo de los platós abarata costes, pero si lo de abaratar costes significa que me va a costar menos la película y ya, eso sería un error. Sinceramente, bajo mi punto de vista, lo que debería hacer la industria es aprender a vender. Hacemos todos los procesos de venta de un proyecto, pero nos olvidamos del último. O sea, vendemos la idea, vendemos el guion, vendemos el proyecto, vendemos el rodaje. ¡Pero no vendemos la peli!

“La mejor herramienta para mejorar la sociedad es la cultura porque es una manera de implicarla”

Una entrevista a Nuria Guinnot de la Gran Canaria Film Commission

Niklas Schmich

Resumen: En 2015, el Gobierno de la isla de Gran Canaria decidió trasladar la Film Commission de Turismo al Área de Promoción Económica. Desde el inicio, se diseñó una estrategia institucional que encargó a la Film Commission la gestión comercial de unos platós con una superficie total de 6.000 m² que incluyen tanto un plató tradicional de producción física como un *stage* virtual. En esta entrevista, hablamos con Nuria Guinnot sobre la estrategia de política cultural que respalda la creación conjunta del plató y la Film Commission. Además, hablamos sobre las condiciones demográficas y geográficas que hacen de Gran Canaria un “continente en miniatura”, los incentivos de la Commission para convertir a Canarias en “La isla de la animación”, las producciones cinematográficas recientes y el papel de la cultura para mejorar a la sociedad.

Palabras clave: Islas Canarias; Gran Canaria; film commission; plató de cine; gestión cultural

Abstract: In 2015, the Government of the island of Gran Canaria decided to transfer the Gran Canaria Film Commission from Tourism to the Department of Economic Promotion. From the beginning, an institutional strategy was designed that entrusted the Film Commission with the commercial management of sets with a total surface area of 6,000 m² that include both a traditional physical production set and a virtual stage. In this interview, we spoke with Nuria Guinnot about the cultural policy strategy behind the joint creation of the set and the Film Commission. We also talked about the demographic and geographical conditions that make Gran Canaria a “miniature continent”, the Commission’s incentives to turn the Canary Islands into “The Island of Animation”, recent film productions and the role of culture in improving society.

Keywords: Canary Islands; Gran Canaria; film commission; film set; cultural management

Nuria Guinnot es licenciada en Ciencias Políticas, Ciencias de la Cultura Aplicada y Sociología por la Universidad de Münster, Alemania. Desde hace veinte años ha estado implicada en la producción de diferentes proyectos, tanto documentales como de animación y videoarte en Alemania, México y Grecia. En el año 2013 comenzó a trabajar como consultora del sector audiovisual en Gran Canaria, ofreciendo sus servicios tanto a la Administración Pública como a empresas del sector local para su internacionalización. En 2015 trabajó en el Clúster Audiovisual de Canarias y desde 2016 es la responsable de la Gran Canaria Film Commission en la Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria. La entrevista fue realizada vía Zoom, el día 05 de diciembre de 2024.

Niklas Schmich (NS): ¿Cómo es un día típico en tu trabajo y qué estaba en tu agenda hoy?

Nuria Guinnot (NG): Es una pregunta interesante porque nuestro día a día varía mucho de un día para otro. ¿Por qué? Porque en la Gran Canaria Film Commission, además de hacer las tareas típicas de una film commission, tenemos una actividad que va más allá de una típica film commission. Porque en el año 2015 el Gobierno de la isla de Gran Canaria tomó una decisión y fue pasar la Gran Canaria Film Commission, que tradicionalmente nació y creció en el Departamento de Turismo del Gobierno de Gran Canaria, al área de promoción económica. Entonces, desde el año 2015, se ha utilizado la marca o la iniciativa de Gran Canaria Film Commission para diseñar y tratar de desarrollar una política para expandir el sector audiovisual en la isla de Gran Canaria. Y que no solamente se limita a promocionar la isla como localización para atraer producciones, sino que actuamos un poco como palanca y como un agente dinamizador de la industria audiovisual en Gran Canaria. Para dos cosas: al mismo tiempo que promocionamos la isla para captar proyectos, intentamos ayudar a nuestro sector local a crecer, tanto el de contenido propio como el de

service. Porque para poder atraer mucha producción de fuera es importante que ayudemos a crecer a nuestro talento y a nuestra industria local.

Entonces, en esta estrategia, además de trabajar en varios ejes de actuación, trabajamos en la promoción de Gran Canaria para atraer producciones y empresas. Impulsamos la dinamización del sector local: les apoyamos a través de formación, de encuentros con ellos, de promocionarlos para que tengan clientes y encuentren proyectos para trabajar. También asistimos y atendemos a todas esas producciones que vienen de fuera para rodar en la isla de Gran Canaria o a productoras locales que necesitan información sobre localizaciones, sobre procedimientos o contactos. Y, por último, también traemos empresas de fuera que se quieran establecer en la isla de Gran Canaria para completar la cadena de valor que hay alrededor de una producción.

Si tradicionalmente a Gran Canaria se venía a lo mejor a rodar alguna localización exterior, nuestro objetivo es consolidar la isla como un destino competitivo y poder rodar desde el guion hasta la proyección en el cine y poder hacer todas esas fases de la producción aquí. A la luz de esta estrategia se decidió hacer una inversión muy grande de diez millones de euros en la construcción de dos platós para poder ofrecer el rodaje de interiores también en la isla de Gran Canaria, como parte de la estrategia del Gobierno de la isla. Porque si bien es cierto que creemos que los incentivos fiscales son lo principal que nos ha posicionado en el mapa de la producción internacional, es verdad que para producciones europeas estos incentivos económicos a veces son complicados de obtenerse. ¿Por qué? Porque tienen un coste mínimo de producción de dos millones y tiene un gasto mínimo en Canarias de un millón de euros. Y hay veces para una producción europea que no es posible poder llegar a gastarse un millón de euros en rodar en exteriores en la isla de Gran Canaria o en el archipiélago canario. Y nosotros pensamos que, si tuviésemos un plató, podrían venir producciones europeas y no solo rodar fuera en exteriores, sino también rodar en interiores (fig. 1). Así conseguimos que vengan más producciones, que estén más tiempo, que contraten a más personas y que gasten más dinero en la isla porque van a poder dedicar más tiempo a la producción.



Figura 1: Estudio o plató virtual (© Gran Canaria Film Commission).

NS: El plató tiene una superficie total de 6.000 m². Es bastante impresionante. ¿Qué papel desempeña el plató en tu trabajo?

NG: Los platós son la propiedad del Gobierno insular y lo están gestionando desde el área de promoción económica. Nosotros como Film Commission estamos asumiendo toda la parte comercial de los platós. Proporcionamos la información a las productoras, facilitamos referencias sobre las capacidades que tiene el plató, la disponibilidad, el precio, las condiciones. Organizamos visitas para productoras que quieren ver las instalaciones. Hay veces que organizamos recepciones también, a modo de *fam trip*, para dar a conocer el plató. A veces llevamos a cabo excursiones de productores de fuera, de España o del resto de Europa, para que vengan a conocer las instalaciones. Llevamos la parte comercial de los platós que están localizados justo al lado de nuestro edificio. Y la novedad es que son 6.000 m² construidos en una parcela de 21.000 m². En esos 6.000 m² hay dos platós: uno de 1.800 y otro de 1.200 m². Era la medida o el tipo

de plató que la industria parecía necesitar. Nos pedían altura porque en Canarias no había platós con 12 m de altura libre.

Estrenamos los platós en el año 2023. Hemos tenido ya seis producciones desde el año pasado. Tomamos también otra decisión, de los dos platós, el de 1.200 m² cuenta con la instalación de un *virtual stage*, un plató virtual muy parecido al que había en Babelsberg¹ (Potsdam). Ahora tenemos un plató tradicional para *physical production* de 1.800 m² y el plató de 1.200 m², que es para *virtual production*. Y puedo decir que tenemos ahora mismo el primer proyecto, que es como un test para nosotros. Se trata de una película internacional norteamericana dirigida por Renny Harlin y protagonizada por Samuel L. Jackson, que se está rodando ahora en el plató virtual².

NS: La oficina de la Film Commission y el plató son vecinos, ¿ha sido eso el propósito desde el principio?

NG: Sí, es parte de toda una estrategia, porque el Área de Promoción Económica, de quién depende la Film Commission, estamos ubicados en este recinto ferial, el *Trade Mission* o *Messegelände*, y teníamos todavía un terreno nuestro sin construir. En aquel momento, pensamos en levantar el plató con la idea de poder construirlo aquí al lado para poder gestionarlo nosotros directamente.

¹ Fundado en 1912 por la productora *Deutsche Bioscope*, es uno de los estudios más antiguos del mundo. En la República de Weimar se rodaron películas como *Metrópolis* (1927) de Fritz Lang, convirtiéndose en el plató del cine expresionista alemán y en un polo de atención de producciones internacionales. Cuando los nazis llegaron al poder, el estudio fue reconvertido y utilizado para la realización de las películas de propaganda del régimen totalitario. Ubicado en Potsdam, en la zona de ocupación soviética, después de la Segunda Guerra Mundial los estudios se convierten en un lugar central de la producción cinematográfica de la RDA. Tras la reunificación alemana, los estudios se privatizaron y volvieron a utilizarse como escenario de producciones internacionales de cine y televisión. Con 21 estudios repartidos en una superficie total de 173.000 metros cuadrados, es el mayor estudio cinematográfico de Europa.

² La película en producción, donde Samuel L. Jackson interpreta al presidente de los Estados Unidos, se titula *The Beast*. Completan el reparto Guy Burnet y Joel Kinnaman.

NS: ¿Dirías que es un rasgo distintivo de la Gran Canaria Film Commission vuestra dependencia del Área de Promoción Económica dentro de aquella estrategia institucional?

NG: Sí, dentro de Canarias seguro. Incluso diría que también a nivel nacional. Creo que la mayoría suelen depender de turismo o de cultura. Muy pocas dependen de promoción económica, y como te decía: yo creo que es lo que a nosotros nos distingue... No lo digo en plan negativo, lo digo positivamente, porque han utilizado la Film Commission para intentar impulsar todas estas estrategias de desarrollo industrial del sector audiovisual. Es verdad que el Área de Cultura sigue siendo responsable del desarrollo de productoras locales, de hacer contenido, de subvenciones, de la parte más cultural, no de la parte audiovisual, de la doble vertiente. Nosotros intentamos cubrir más la parte industrial, que es más formación técnica, la construcción de infraestructuras, fiscalidad. Pero creo que estamos intentando colaborar para apoyar también a nuestro sector local y al talento, claro.

NS: A pesar del plató, tenéis también un amplio dossier de localizaciones. ¿En qué consiste para ti el atractivo específico de rodar en los exteriores de Gran Canaria?

NG: Es verdad que todas las islas canarias tienen mucha variedad de localizaciones, pero yo diría que la isla de Tenerife y Gran Canaria son las que más variedad tienen. Las islas del oriente son más desérticas, las islas occidentales son más verdes y fértiles. La isla de Gran Canaria es conocida como un “continente en miniatura”, como dice un eslogan de turismo, y eso para nosotros en el sector audiovisual es muy práctico porque podemos recrear muchos lugares diferentes aquí. Puedes encontrar bosque húmedo, puedes encontrar bosque de pino, puedes encontrar desierto, puedes encontrar zonas coloniales muy bien conservadas, puedes encontrar barrios más humildes, recrear infraviviendas. Tenemos la ciudad más grande de todas las Islas Canarias, Las Palmas de Gran Canaria, con casi medio millón de habitantes, con lo cual también tienes un *downtown*...

Por eso tenemos dos ventajas en Gran Canaria. La primera es que, al ser una isla capitalina, contamos con mucha industria, muchos proveedores y muchas empresas de alquiler, de equipamiento, productoras, talento que vive en Gran Canaria, lo cual es práctico a la hora de venir a rodar. A nivel de localizaciones, es una isla con muchísima variedad, muy accesibles y muy cerca una de otra. Tener esa gran ciudad es muy útil para poder recrear grandes ciudades a veces. Y hay otra cosa, que me parece algo muy curioso de Canarias en general, pero de Gran Canaria en particular. Somos una isla muy cosmopolita e internacional. El puerto ha dado muchas actividades desde los años cincuenta. En Gran Canaria hay una comunidad japonesa, una comunidad coreana, una comunidad de la India, un colegio coreano, una iglesia coreana, restaurantes coreanos, restaurantes japoneses. Residen comunidades de Latinoamérica, de África, etc. Por lo que, a veces, recrear, por ejemplo, un país africano es fácil, no solo a nivel de localizaciones, sino también por los extras. Porque si tú quieres rodar en la República Checa y recrear África, y tu director necesita 300 extras, te preguntan: “¿No hay 300 africanos viviendo en República Checa?”. No, pero en Canarias sí. Existe una amplia población africana residiendo en Gran Canaria y esto nos permite recrear África. Es un beneficio competitivo porque son personas que pueden hacer de extras.

La Paramount ha venido con Brad Pitt y Marion Cotillard recreando Casablanca³; *Black Mirror* ha recreado México⁴; Jennifer López ha recreado Cuba⁵. Hay una serie que se llama *Peacemaker* (*Rauhantekijä*), que es finlandesa, que ha recreado más de 130 lugares diferentes en todo el mundo, desde Nueva York, Estambul, Berlín, interiores, croma, etc. Es una isla en la que se pueden ambientar muy fácilmente muchos lugares gracias a localizaciones, estética, arquitectura y también población. Si ves nuestro clip promocional es como el Desierto del Sahara, recreado en las Dunas de Maspalomas; Miami Beach en una playa grancanaria; Sherwood Forest en un bosque grancanario. A mí me gustaría que cada vez vengan más productoras a contar historias que suceden aquí y no tener que recrear otro lugar. También creo que es otro paso de la madurez de un

³ Se trata de la película *Allied* (2016) dirigida por Robert Zemeckis.

⁴ El capítulo es parte de la tercera temporada de la serie británica y se titula *Hated in the Nation* (2016).

⁵ La producción *The Mother*, protagonizada por Jennifer Lopez, fue estrenada en 2023.

destino: que empecemos a rodar más historias, que las historias sucedan aquí.



Figura 2: Finca de Osorio, en Palmeras en la nieve (© Gran Canaria Film Commission).

También lo estamos intentando. Colaboramos, eso lo hacemos con todo el resto de las islas, por ejemplo, con un taller de guion de historias que suceden en las islas, que es muy bonito. El proyecto se llama *is-LABentura*⁶. Todos los años se desarrollan dos guiones para cada isla cuyas historias suceden aquí. De este modo, estamos intentando impulsar la producción de proyectos para que las historias sucedan realmente. En los últimos años se ha estrenado *La viajante* de Miguel Ángel Mejías (2020), *Rendir los machos* (2021) de David Pantaleón se estrenó en Sevilla, *El último arquero* (2020) de Dácil Manrique de Lara se estrenó en Toronto, estrenaron hace poco *Un volcán habitado* (2023) de José Víctor Fuentes y David Pantaleón, y *La hojarasca* (2024) de Macu Machín, que estrenaron en Berlín. Últimamente hay muchos proyectos que son documentales

⁶ Véase el enlace: <https://canaryislandsfilm.com/islabentura-canarias/>.

o ficción, o híbridos ficción-documental de talento canario que se está empezando a mover en el extranjero también.

NS: ¿Estás observando un aumento en un formato de producción específico como el documental, las series, los largometrajes de ficción, etc.?

NG: Sí, yo diría que hacemos sobre todo ficción, quizás. Cada vez, pero esa es la tendencia internacional, hay más series también. Cada vez se hacen más series de ficción, más que largometrajes de cine. Pero también tenemos mucho cine. Este año llevamos 21 producciones de ficción entre series y películas. Y sí, hay más películas que series. Pero cada vez hay más series, eso sí es verdad. También trabajamos, de esto no hemos hablado, con el sector de la animación.

NS: Os hacéis llamar “La isla de la animación”. ¿Por qué?

NG: Estamos intentando convertir a Canarias en general en un nuevo *hotspot* para la animación, por dos razones básicas: uno es el de los incentivos fiscales porque los necesita el sector de la animación, que es muy caro. Y, sobre todo, se tarda muchísimo. Si para rodar una película se dedican entre cinco y ocho semanas, una película de animación se produce entre 18 y 36 meses. Con lo cual la fiscalidad puede ser una manera de cubrir ese *gap* de inversión más todavía que en las producciones de *Live Action*. Y, por otro lado, tradicionalmente, en Canarias hay mucho talento creativo. Si juntas talento con incentivos fiscales, puede ser bastante competitivo para la animación.

En el caso de Gran Canaria fue una estrategia de reacción, diseñando una gran política para el desarrollo del sector. Un estudio de animación en 2016 se acercó a nosotros, llamó a la puerta y nos dijo que estaba viendo diferentes lugares en el mundo para ubicar un estudio de animación. Eran de Madrid y estaban valorando Canadá o Puerto Rico y nos conocieron a nosotros. Hicieron el análisis, competimos y decidieron establecerse aquí. Era *Ánima Kitchent*. En 2016 empezó con seis empleados. Aumentó a veinte empleados. De los veinte empleados, un 90% eran de fuera. Hoy en

día, en 2024, hay alrededor de 350 profesionales trabajando en seis estudios de animación. Más del 45% son locales. Lo que hemos hecho desde el Cabildo de Gran Canaria es invertir muchos recursos en la formación de talento local creativo que pudiera estar preparado para trabajar en estudios de animación. Para el Gobierno no es un gasto, es una inversión, y hemos gastado muchísimos recursos en formación en animación de 2D, 3D y preproducción de animación.

Es un trabajo muy bonito porque realmente es crear empleo de calidad. Es gente joven, formada y cualificada en industrias creativas, empleo muy estable. No es como el *shooting*, que solo es por proyecto un par de meses. Hemos ido viendo la curva de aprendizaje, de integración, de talento local en la industria. En animación hacen más series que largometrajes. Aquí en la isla de Gran Canaria se hace 3D, 2D y se hace también *stop motion*. Por ejemplo, uno de los últimos estudios que ha venido a Gran Canaria se llama *Fortiche*, que es de Francia, que tiene una serie muy, muy, muy conocida en Netflix que se llama *Arcane* (2021-2024). Es una serie de animación que viene de un videojuego de *Riot Games* y es la serie más vista de animación en Netflix. La animación se hace desde Gran Canaria. Esto nos ha ayudado mucho para publicitarnos en la industria de la animación y nos está viniendo muy bien también para traer a nuevas empresas.

NS: Ya has mencionado varias producciones. ¿Hay alguna experiencia de una película que hayas acompañado y que se te haya quedado muy grabada?

NG: Es una anécdota muy personal, pero cuando llegué a la Film Commission, llegué en el año 2015, como yo tenía conexión con Alemania, pensé que era bueno intentar hacer un esfuerzo por acercarme al mercado alemán. También pensé mucho en el mercado nórdico, no solo en cine, sino también en *TV Movies* alemanas y en series. ¿Por qué? Porque pensé que como todavía no estaba tan maduro el sector en Gran Canaria, si la calidad de las producciones era un poco menor, era más posible que se contratase a más gente local. Es decir, si venían para un proyecto de cine, a lo mejor no querían contratar a *Head of Departments* locales, porque quieren controlar bien todo eso. Por ello, decidí hacer una estrategia para Alemania y los países nórdicos.

Empecé con los países nórdicos, me fue muy bien, nunca empecé a trabajar en el mercado alemán y fueron pasando los años. Creo que la primera de las primeras películas alemanas fue hace un par de años, *Kundschafter des Friedens* (2017), era una película de cine y vinieron a recrear el desierto de Afganistán. Pero no fue hasta este año cuando vinieron Wiedemann & Berg, una productora alemana que ha producido las dos películas de la saga de *Die drei ???* (Los tres ???). Eran libros que yo leía cuando era joven en el colegio. Ya habían rodado la primera película, que fue un éxito en el cine, y vinieron aquí en enero a rodar la segunda película⁷. Cuando conocieron los platós y vieron todas las localizaciones y los incentivos, al final decidieron hacer la segunda y la tercera parte seguidas. Han estado cinco meses aquí viviendo y han rodado las dos películas seguidas con todo el equipo alemán. A mí me gustó mucho porque desde el principio estuve también hablando con ellos en alemán. Cuando vinieron a localizar el 1st AD (First Assistant Director) me miraron y me dijeron: “¿Pero tú quién eres y tú vas a estar aquí en el *Shooting*, pero tú por qué hablas español y por qué hablas alemán?” Y yo: “No, no, soy de la Film Commission, no soy del equipo”. Me gustó porque estuvieron mucho tiempo aquí, en el plató, porque construyeron mucho *Backlot* y mucho exterior, también en el *Backlog*. Me pareció un proyecto bonito por eso, porque era por fin un primer proyecto industrial con Alemania, porque fue un proyecto grande, porque fueron dos películas, porque también tenía conexión personal con los libros y el guion de la película. Y porque parece que están siendo un modelo a seguir para otras productoras alemanas.

A raíz de ese rodaje me han empezado a contactar más productoras o más personas del mercado alemán, interesadas en conocer las ventajas de rodar en Gran Canaria. Esos son de las últimas producciones que podría destacar porque puede que esta película esté abriendo un nuevo mercado.

⁷ Las primeras películas de la saga han sido producidas por Studio Hamburg que se vieron en la pantalla grande en 2007 y 2009. En manos de Wiedemann & Berg, la primera adaptación al cine de la legendaria serie de libros juveniles y audiolibros de aventuras de detectives se titula *Die drei ??? - Erbe des Drachen* (Los tres ??? - Herencia del dragón, 2023). Para 2025 está previsto el estreno de *Die drei ??? und der Karpaten-hund* (Los tres ??? y el perro de los Cárpatos) en cines. Anunciado para 2026, la tercera película de la productora llevará el centésimo caso de la serie titulado *Toteninsel* (Isla de los muertos) a la gran pantalla.

También se rodó otra película alemana que se llama *Comandante Fritz* el año pasado⁸. Y otro tipo de producción que podría destacar es la producción virtual que estamos teniendo ahora, porque es algo muy novedoso y me parece alucinante lo rápido que puede ser el rodaje de una escena en virtual comparado con rodar fuera. Quizás, la primera gran producción de este tipo en Gran Canaria fue con Paramount Pictures porque vino Robert Zemeckis, y era un director al que yo admiraba mucho. Él es un gran profesional, una grandísima persona y a mí me encantó tanto él como Steve Starkey, que es su 1st AD (First Assistant Director), fueron súper amables, me enseñaron mucho y me hicieron entender también que, cuanto más grandes, más sencillos.

NS: Ya has adelantado un poco sobre tu relación con Alemania. Hiciste tus estudios en Münster. ¿Crees que este perfil internacional de tu formación te ayudó a conseguir el puesto en la Film Commission?

NG: Sí, mucho. Para mí tiene todo mucho sentido. Yo soy de aquí, pero estudié en Alemania, en la Universidad de Münster. Hice *auf Magister* (grado académico de magíster), hice *Angewandte Kulturwissenschaften* (Estudios Culturales Aplicados), *Soziologie* (Sociología) y *Politikwissenschaften* (Ciencias Políticas). Esto es muy personal, pero estudié esto porque yo tengo mucha vocación pública, me gusta trabajar para el bien común de la sociedad en general, no para una empresa o para mí. Podría trabajar en una empresa privada ganando más, pero me gusta lo que hago y donde estoy. Me gusta más pensar que estoy haciendo algo por Gran Canaria o para la sociedad grancanaria que para una plataforma o para una productora. Aprendí en la Universidad que la mejor herramienta para mejorar la sociedad es la cultura porque es una manera de implicarla y realmente se mejora la cultura desde abajo involucrándola. Por eso estudié eso y para mí, en realidad, cuando empecé a trabajar en la Film Commission entendí que se cerraba un círculo, porque yo no estaba haciendo

⁸ La película sobre un oficial de la Stasi de la Alemania Oriental, dirigida por Pavel Giroud y producido por FassB, con sede en Fráncfort del Meno, llegará a los cines en 2025.

política, pero sí estaba siendo parte de un equipo que estaba proponiendo líneas para diseñar una nueva política.

También tuve mucha suerte porque en el momento en el que yo llego, era como la ola de la producción y justo llegué en la punta de esta coyuntura. Entonces tuve suerte, también en el momento en el que llegué otra vez a Gran Canaria, después de estudiar fuera, porque era un momento en el que estaba creciendo una industria que no había personal y tampoco había tanta formación. Habiendo estudiado idiomas, cultura, política, sociología, me sentí preparada para implicarme y poder aportar mis ideas o mi visión. Siempre de la mano de la industria también. Esto para mí es súper importante porque, antes de trabajar en la Film Commission, yo trabajaba en el Clúster Audiovisual. Entonces estaba trabajando con las empresas de todo Canarias y en realidad conocía la Film Commission porque ellos querían entrevistarse con un representante de la industria. De esta manera, toda la política, todo lo que hemos propuesto, siempre ha sido consensuado con la industria, no porque nosotros pensemos: “Ay, ¡qué bonito sería ser un plató!” Nosotros íbamos a mercados, a festivales y nos preguntaban: “¿Tienes incentivos?”, “Sí, check”, “¿Tienes personal?”, “Sí, estamos formando mucho y tenemos personal”, “Ok, check”, “¿Localizaciones?”, “Sí, mira, tenemos todo esto”, “Check”, “¿Y para rodar en interior?” “Uy, no”.

Entonces íbamos a las reuniones, nos preguntaban por platós, no había, y empezamos a preguntar a las productoras de Canarias: “Oye, ¿estaríais interesados en platós? ¿Podría tener sentido un plató? ¿Tenéis dinero para construir un plató?” Y la gente decía que sí tenía sentido, pero no tenían el dinero para construir un plató privado o no creían del todo en el futuro del sector. Por eso nosotros lo acabamos construyendo, porque pensamos que, si nosotros poníamos esa infraestructura, eso iba a ayudar a que las empresas alrededor puedan crecer. El que alquilaba cámaras, pues ya no alquila una, ya tenga cuatro. El que alquila iluminación, pues ahora cambia a LED porque ve que van a venir los platós y empieza a invertir en LED porque podrá alquilar sus lámparas de LED en el plató. Entonces, al final, lo que hicimos fue eso, intentar mejorar el mundo a través de la cultura, pero de la mano de la sociedad, en este caso de la industria audiovisual. Para mí, es mi pequeño mándala, un poco así de: creo que

estoy en un lugar donde puedo aportar, donde estoy *in the place*. Me encanta mi trabajo y le veo sentido a lo que hago, y el día que no lo vea, me iré. Pero, por ahora, le veo sentido.

NS: Es como si todo lo que ya estaba en ti en forma de intereses, valores y convicciones, aunque inconsciente, se hubiera consolidado: estudiaste y finalmente se convirtió en una profesión...

NG: Sí, aunque no sabía que existía. Yo no tenía ni idea. Sabía de las film commissions cuando empecé. Pero antes, cuando comencé a estudiar, empecé con *Politikwissenschaften*, luego *Soziologie*... Hasta que llegué a *Angewandte Kulturwissenschaften* había también hecho *Neuere und Neuste Geschichte* (Historia Contemporánea), *Wirtschaftspolitik* (Política Económica)... Había hecho un montón de cosas y nada era para mí. Cuando yo encontré *Angewandte Kulturwissenschaften* no tenía el *numerus clausus*. Me acuerdo de que pedí una reunión con el profesor y le dije: “Por favor, llevo tres semestres cambiando de facultad y *Angewandte Kulturwissenschaften* es exactamente lo que yo quiero. Quiero entender, aprender, poder organizar un evento, entender la cultura desde todos los puntos de vista: antropológico, *wirtschaftlich* (económico), jurídico.” Era como ver toda la cultura de manera integral. Al final, le convencí y me dio la oportunidad. Me dijo: “El primer semestre apruébalo todo y te permito que continúes”. Me permitió seguir. Fue una carrera exigente, pero creo que yo realmente me estaba orientando para esto, aunque no lo sabía. Porque estudiábamos cine, deconstruíamos a Almodóvar, hacíamos un montón de videoarte, un montón de documentales. Llevo toda la vida trabajando así.

NS: ¿Cómo está construida la Film Commission? ¿Trabajas solo o en equipo?

NG: Realmente, la Film Commission somos dos personas de media. Como pertenezco a la Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria, también se recibe un poco la ayuda de todo el mundo. Básicamente, soy como una comercial. Me gusta mucho mi trabajo. Creo que es importante tener

la capacidad de comunicar y que te guste la gente y adaptarte a otras culturas. No es lo mismo explicar los incentivos a un alemán que a un americano o a un español.

NS: El proyecto del plató y el impulso a la animación son iniciativas bastante recientes, respaldadas por una estrategia institucional. ¿Cómo ves el futuro de estos proyectos en términos de la relevancia social y cultural, considerando lo importante que estos aspectos son para ti?

NG: Yo creo que la industria audiovisual va a seguir creciendo. El consumo de contenido va en aumento. Con lo cual creo que el nivel de producción no será menor, sino mayor. Creo que esto no es una garantía, pero es un buen indicador para pensar que la evolución va a seguir en aumento o mantenerse por lo menos. Creo que nuestro objetivo sería trabajar para que Canarias en general, o Gran Canaria en particular, siga siendo atractiva incluso si algún día nuestros incentivos fiscales no son tan competitivos. ¿Por qué? Porque hay buenos profesionales, buenas infraestructuras y porque seamos competitivos, más allá de los incentivos fiscales. Pienso que va a haber contenido y producción, y van a seguir viniendo. Además, por la naturaleza de Canarias, la fiscalidad siempre va a ser más atractiva aquí que en el resto de España.

Pero creo que tenemos que trabajar para no depender exclusivamente de los incentivos fiscales, sino también poder generar empleo, ser atractivos y generar más empleo en una industria mucho más limpia, más atractiva y sostenible que las industrias de las que dependemos en Gran Canaria, que son el turismo, la construcción y los puertos. Tenemos que intentar que el PIB de las industrias creativas y culturales suba para que en Canarias podamos diversificar la economía y no depender únicamente de *service*, turismo y todo eso. Creo que ese sería un poco nuestro objetivo: fortalecer el sector para que genere más empleo, tenga más relevancia y sea una alternativa, por ejemplo, al turismo.

“Las producciones europeas han colocado a Lanzarote como un destino reconocido en el mapa audiovisual internacional”

Una entrevista a Esther García de la Lanzarote Film Commission

Larissa Zeidl

Resumen: Lanzarote se ha convertido en un lugar solicitado para producciones cinematográficas nacionales, europeas e internacionales. La isla cuenta con llamativos paisajes volcánicos, desérticos, agrícolas, costeros y urbanos muy diferentes, así como la arquitectura de César Manrique. La Lanzarote Film Commission apoya a los cineastas y establece contactos entre la industria cinematográfica local y los productores de películas. Además, la Lanzarote Film Commission participa en las redes internas de Lanzarote y con film commissions a nivel regional, nacional e internacional para poder servir a los cineastas no solo con paisajes espectaculares, sino también con servicios profesionales en el sector de los medios de comunicación.

Palabras clave: Islas Canarias; Lanzarote; film commission; industria audiovisual; Parque Nacional Timanfaya; César Manrique

Abstract: Lanzarote has become a sought-after location for national, European and international film productions. The island has strikingly different volcanic, desert, agricultural, coastal and urban landscapes, as well as the architecture of César Manrique. The Lanzarote Film Commission supports filmmakers and establishes contacts between the local film industry and film producers. Furthermore, the Lanzarote Film Commission participates in the internal networks of Lanzarote and with film commissions at regional, national and international level in order to be able to serve filmmakers not only with spectacular scenery, but also with professional services in the media sector.

Keywords: Islas Canarias; Lanzarote; film commission; audiovisual industry; Parque Nacional Timanfaya; César Manrique

Desde su fundación por la Sociedad de Promoción Exterior de Lanzarote y Turismo Lanzarote en 2014, la Lanzarote Film Commission apoya a los productores cinematográficos en la búsqueda de localizaciones en Lanzarote, el desarrollo de sus proyectos audiovisuales en la isla, el contacto con empresas locales y la gestión de permisos. Esther García cubre el puesto de responsable de Lanzarote Film Commission desde 2023. Anteriormente, ella trabajó en el departamento de gestión de producto y marketing de los Centros de Arte, Cultura y Turismo de Lanzarote y también aporta su experiencia como directora de hotel, coordinadora de eventos y organizadora de actividades de animación y entretenimiento en otras empresas del sector privado. La entrevista se realizó por correo electrónico en agosto 2024 y enero 2025.

Larissa Zeidl (LZ): La Lanzarote Film Commission cumplió diez años en el 2024, así que es una institución relativamente joven. Fue fundada por la Sociedad de Promoción Exterior de Lanzarote (SPEL) y está afiliada a Turismo Lanzarote. ¿Con qué otras entidades está interconectada la Film Commission? ¿Cómo funciona el trabajo en red entre las instituciones relacionadas y qué papel desempeña en particular la LFC?

Esther García (EG): Por su evidente influencia transversal con otros sectores económicos y su capacidad de generar empleo, la industria audiovisual fue catalogada hace varios años como un sector estratégico e innovador a nivel internacional, nacional y desde la propia administración del Gobierno de Canarias. Por ello, y alineados con este posicionamiento estratégico, en SPEL-Turismo Lanzarote, a través de la marca de producto, Lanzarote Film Commission, desarrollamos desde 2014 un intenso trabajo promocional con el objetivo principal de proyectar la imagen de la isla, sus infraestructuras y los servicios profesionales disponibles como destino de cine para atraer a la isla proyectos audiovisuales de diversa índole: rodajes, sesiones fotográficas y otras actividades vinculadas con el sector audiovisual que impulsen la actividad económica insular y fomenten la diversificación empresarial y la cualificación del destino.

Como complemento a su labor promocional, la oficina de cine de Lanzarote presta a los profesionales de la industria audiovisual y cinematográfica interesados en desarrollar proyectos audiovisuales en la isla un servicio de información y asesoramiento para la consecución de los trámites y permisos necesarios en las localizaciones deseadas para la ejecución de dichos proyectos. Además, facilita los contactos de empresas de soporte, profesionales del sector audiovisual y servicios complementarios en destino que pueden ser requeridos por las productoras para contrataciones varias.

Lanzarote Film Commission forma parte de Canary Islands Film, la marca regional creada por el Gobierno de Canarias para impulsar el sector audiovisual en las islas, coordinada operativamente por el Instituto Canario de Desarrollo Cultural. Además de realizar una importante labor informativa y de promoción a nivel nacional e internacional, Canary Islands Film actúa como paraguas de todas las film commissions de las islas, así como de otras instituciones de promoción económica, asociaciones sectoriales y empresas audiovisuales de Canarias.

Como ente regional y velando por los intereses de todas las film commissions de las islas y la industria audiovisual de Canarias, CIF está adherida a Spain Film Commission, European Film Commission Network (EUFCN) y a la Asociación de Film Commission Internacional (AFCI), así como a otras asociaciones sectoriales nacionales como Profilm¹ y Cine Regio² donde los objetivos son el intercambio de conocimientos, política cinematográfica y coproducciones.

Por otra parte, Lanzarote Film Commission también está adherida al Clúster Audiovisual de Canarias, la organización sectorial representativa del sector audiovisual en Canarias que aglutina como socios a empresas de formación, productoras de cine, de televisión, de publicidad, de animación, de videojuegos, posproducción, empresas de service, compañías de servicios auxiliares, etc. Todas ellas están relacionadas directamente con la actividad audiovisual en las Islas Canarias.

¹ Asociación de productoras que desarrollan proyectos con terceros países en España.

² Una red de fondos cinematográficos regionales en Europa.

LZ: Las demás Islas Canarias también disponen de film offices. ¿Existe cooperación entre las oficinas cinematográficas de las siete Islas Canarias? ¿O es menos habitual que se rueden películas en varias islas?

EG: En Canarias existen film offices en todas las islas del Archipiélago, que como ya mencioné en la pregunta anterior, forman parte activa y trabajan de manera sinérgica con Canary Islands Film (CIF), cuyo trabajo consiste, principalmente, en apoyar e impulsar la creación audiovisual en las islas y el desarrollo de la industria local (subvenciones, ayudas, laboratorios, promoción, formación, etc.). La CIF también funciona como ventanilla única para empresas y profesionales interesados en trabajar en/con las Islas y lleva a cabo una estrategia de atracción de producciones (mercados, misiones, publicidad) en coordinación con las siete film commissions del Archipiélago, PROEXCA, la Zona Especial Canaria (ZEC) y otros agentes públicos y privados.

LZ: La Lanzarote Film Commission ofrece sus servicios de forma gratuita. ¿Cómo funciona la financiación?

EG: SPEL-Turismo Lanzarote³ es un entidad que sigue un modelo mixto de colaboración público-privada con participación mayoritaria del Cabildo de Lanzarote y todos los ayuntamientos de la isla, así como, con representación y participación de las patronales turísticas, EPEL-CACTs⁴, Cámara de Comercio, la asociación Felapyme y cerca de una centena de patrocinadores del sector empresarial turístico insular en calidad de socios, fomentando así una imagen única de Lanzarote y un proyecto turístico conjunto. Por lo tanto, la financiación de las acciones promocionales y la operativa de Lanzarote Film Commission está integrada en los planes estratégicos y presupuestos que maneja SPEL-Turismo Lanzarote para la promoción global de Lanzarote.

³ Sociedad de Promoción Exterior de Lanzarote (SPEL).

⁴ Entes Públicos Empresariales Locales (EPEL) y Centros de Arte, Cultura y Turismo (CACT).

LZ: Desde que existe la Lanzarote Film Commission, ¿los cineastas se ponen en contacto directamente a través de la página web de la Film Commission, la Film Office hace publicidad activa o hay una mezcla de canales de contacto?

EG: El formulario de contacto de la web de Lanzarote Film Commission y el email info@lanzarotefilm.com son dos vías fundamentales desde las cuales las productoras se ponen en contacto con nosotros para realizar consultas sobre localizaciones o permisos que aplican en diversos espacios de Lanzarote cuando están planificando la realización de proyectos audiovisuales de distinta índole, si bien, no es el único canal de contacto. También nos llegan peticiones derivadas de Canary Islands Film, o incluso las productoras que han realizado con anterioridad trabajos en Lanzarote contactan directamente con las productoras de service locales o con los técnicos encargados de tramitar los permisos en los diferentes ayuntamientos de la isla o el área de Medio Ambiente que gestiona las autorizaciones en los espacios naturales protegidos de Lanzarote.

LZ: Lanzarote fue una isla poco urbanizada durante mucho tiempo. A principios y mediados del siglo XX aún había que ampliar la red de agua. A partir de los años ochenta, se invirtió más en la construcción de carreteras y, debo añadir, en muchas rotondas bellamente diseñadas, que no solo rinden homenaje al propio paisaje, sino que también ofrecen a muchos artistas espacio para sus esculturas. ¿Qué infraestructuras ofrece hoy Lanzarote a la industria cinematográfica?

EG: La experiencia turística de las Islas Canarias en general y de Lanzarote en particular, junto al desarrollo económico y social de su población, plenamente integrada en la Unión Europea, hacen de esta región española una elección segura para cualquier proyecto audiovisual, sea cual sea su dimensión. Los estándares europeos de confort y seguridad, ya sea esta jurídica, laboral, sanitaria o hasta personal, ayudan sin lugar a dudas al éxito de las producciones.

Lanzarote dispone de una amplia gama de establecimientos alojativos, restauración, infraestructuras de accesibilidad y movilidad (aeropuertos,

puertos, marinas, carreteras, etc.) de primer nivel con gran conectividad aérea y marítima a nivel regional, nacional e internacional, así como múltiples servicios complementarios que le aseguran a cualquier empresa audiovisual que se desplace a la isla la cobertura de las necesidades logísticas que puedan requerir durante el desarrollo de los trabajos de rodaje.



Figura 1: Playas negras – Charco verde (© Larissa Zeidl).

LZ: La Lanzarote Film Commission, por ejemplo, apoya a los cineastas en su búsqueda de localizaciones adecuadas, y Turismo Lanzarote tiene como eslogan para Lanzarote: *La isla diferente*. ¿Qué tiene Lanzarote de diferente con respecto a otras islas? ¿Sus playas claras y negras? (fig. 1) ¿Sus conos volcánicos primigenios sin vegetación que nos muestran las fuerzas elementales de la tierra, las obras de arte arquitectónicas de César Manrique, el protector de la naturaleza y el artista más importante de la isla (fig. 2 y 3), o el clima siempre suave y los muchos días y horas de sol que tanto aprecian los productores de cine? ¿Cómo funciona el proceso de búsqueda de localizaciones cinematográficas atractivas y la transmisión de estas a los cineastas?

EG: Efectivamente, Larissa, todos los puntos que enumeras son razones de peso por las que las localizaciones de Lanzarote resultan de gran atrac-

tivo para productoras de cine y publicidad, ya que, además de los llamativos escenarios naturales, volcánicos, desérticos, agrícolas o costeros que posee Lanzarote y la espectacularidad de los espacios integrados en la red de Centros de Arte, Cultura y Turismo del Cabildo de Lanzarote creados por el artista César Manrique, la isla también ofrece ambientes urbanos muy variados, desde grandes núcleos turísticos, a pintorescos pueblos blancos, cascos urbanos antiguos, zonas de arquitectura moderna, grandes puertos y aeropuertos o la ciudad de Arrecife, que es la capital y acoge a más de 68.000 habitantes.



Figura 2: El Campesino de Manrique (© Larissa Zeidl).

Con relación a tu consulta sobre el funcionamiento del proceso de encontrar localizaciones cinematográficas, en Lanzarote Film Commission contamos con un banco de imágenes con representación de las localizaciones más destacadas e icónicas de la isla que vamos ampliando anualmente con nuevos espacios o localizaciones privadas cuyos propietarios nos Contactan para ofrecerlos como escenario para la industria audiovisual. Cuando las productoras nos contactan solicitando información para desarrollar sus proyectos, suelen aportar un dossier explicativo del tipo de proyecto e

imágenes a modo de ejemplo con el tipo de escenario o estética que quieren conseguir. Desde Lanzarote Film Commission les asesoramos para que encuentren los lugares más adecuados para desarrollar su proyecto. Además, les facilitamos los contactos de productoras locales de service y localizadores experimentados de la isla para que puedan prestarles servicios profesionales o de acompañamiento en los scouts y les ayuden a encontrar el lugar ideal para cada plano. De esta forma, favorecemos también que se dinamice la contratación de profesionales locales y la economía de la isla.



Figura 3: Jameos del Agua de Manrique (© Larissa Zeidl).

LZ: ¿En qué otros sectores y de qué manera puede apoyar la Comisión de Cine a los productores cinematográficos y a qué sectores se recurre con especial frecuencia?

EG: Como ya hemos adelantado en alguna pregunta anterior, es indiscutible la influencia transversal que la industria audiovisual tiene con otros

sectores económicos. No solamente tiene una relación directa con las empresas y los profesionales de las industrias creativas, culturales y de entretenimiento, sino también con otros servicios complementarios que se puedan requerir en destino, como son alojamiento, restauración, catering, alquiler de infraestructuras, transportes, asesoría laboral, etc.

LZ: Hasta la fecha, se han rodado en Lanzarote más de 75 películas nacionales e internacionales. De ellas, 17 películas se han rodado desde que se fundó la Film Commission. Una de las primeras: *Más bonita que ninguna*, en 1965, y la película de mayor éxito, un año después: *Hace un millón de años*, que estableció Lanzarote como localización cinematográfica. En 2009, el legendario director Pedro Almodóvar, conocido por sus composiciones visuales bien compuestas y especialmente estéticas, rodó en Lanzarote su película *Los abrazos rotos*. Además, un número importante de películas rodadas en Lanzarote, especialmente en el Parque Nacional de Timanfaya (fig. 4 y 5), pertenecen al género fantástico o de ciencia ficción, como *Enemigo mío* o *Doctor Who*. ¿Es el Parque Nacional de Timanfaya la localización cinematográfica número uno para producciones de ciencia ficción en combinación con las zonas desérticas que ofrece la isla de Lanzarote y su pequeña isla vecina de La Graciosa? Parece como si Lanzarote ofreciera paisajes de otro mundo.

EG: Efectivamente, el Parque Nacional de Timanfaya fue uno de los espacios más demandados de la isla en producciones audiovisuales que se realizaron principalmente en la década de los años setenta y ochenta, si bien, hoy en día, debido a la normativa europea y nacional que aplica a los usos autorizados en los parques nacionales, las posibilidades de desarrollar proyectos audiovisuales en este entorno se reducen por lo general a proyectos documentales o de investigación científica. Si bien, aún es posible realizar otro tipo de proyectos audiovisuales comerciales o publicitarios en los espacios naturales protegidos colindantes al Parque Nacional de Timanfaya, tramitando los permisos pertinentes requeridos por el área de Medio Ambiente del Cabildo de Lanzarote y a otras administraciones

competentes en las diferentes localizaciones que puedan requerirse por parte de las productoras.



Figura 4: Parque Nacional de Timanfaya (© Larissa Zeidl).

LZ: Continúa esta fascinación por la zona volcánica de Timanfaya, con sus volcanes rojos y negros y sus escarpadas formaciones de lava, así como por las zonas arenosas y desérticas. Así, Lanzarote parece consolidarse en la industria cinematográfica internacional como lugar de rodaje de ciencia ficción, como demuestran las producciones de la serie *Foundation*, la serie *Star Wars: Andor* y la producción española *Kepler Sexto B*, que tiene partes con extraterrestres. ¿En qué medida participó LFC en estos proyectos?

EG: De todas las producciones que anotas, de la única que puedo aportarte información es de la serie *Foundation*, ya que cuando se grabó en Lanzarote yo me encontraba trabajando en el departamento de Marketing de

CACT Lanzarote y ayudamos a los productores ejecutivos de Apple TV y a la productora de service canaria, Sur Film, a coordinar los scouts previos y el desarrollo del rodaje en los espacios de Cueva de los Verdes y Mirador del Río. Por lo que he podido consultar, me consta que desde Lanzarote Film Commission se asesoró en la fase inicial de consultas que llevó a cabo la productora Sur Film, con las propuestas de localizaciones que podrían ajustarse a los requerimientos de los productores ejecutivos de la serie, información relativa a los procedimientos de solicitud de permisos, y, posteriormente, con contactos de profesionales locales que apoyasen al desarrollo de la producción.



Fig. 5: Los Hervideros y Parque Nacional de Timanfaya al fondo (© Larissa Zeidl).

LZ: También algunos productores alemanes han elegido la isla de Lanzarote como lugar de rodaje, como Rainer Erler en los años 70, pero también Jophi Ries con *Un verano en Lanzarote*, Sönke Wortmann con *El apellido* de 2022 o casi de la actualidad diaria *Sonnenplätze* de Aaron Arens, que se estrenó en cines en Alemania el pasado 22 de agosto de 2024. ¿Participó el LFC en estas producciones y, en caso afirmativo, cómo?

EG: Tal y como anotaba en el punto anterior, desde Lanzarote Film Commission asesoramos a las productoras de *Ein Sommer auf Lanzarote* (*Un verano en Lanzarote*), *Der Nachname* (*El apellido*) y *Sonnenplätze* en la fase inicial de consultas sobre localizaciones y permisos que nos realizaron, aportando nuestras sugerencias y facilitando los contactos profesionales de las productoras de service locales (Magic Bullet, Little Island Production, Paraíso producciones, Lanzarote producciones, etc.), así como contactos de profesionales locales y empresas de logística y servicios complementarios, para que pudieran contactarles directamente de cara al desarrollo del rodaje. Como ya se ha comentado anteriormente, la labor de Lanzarote Film Commission es informar, asesorar y ejercer de facilitador de los contactos que pueda necesitar la productora para llevar a cabo su proyecto y para dinamizar el ecosistema profesional del audiovisual en la isla, si bien, la parte operativa de ejecución de los proyectos la realizan las empresas y profesionales del sector.

LZ: ¿Qué papel juegan las producciones europeas para Lanzarote como lugar de rodaje?

EG: Las producciones europeas han colocado a Lanzarote como un destino reconocido en el mapa audiovisual internacional, consolidando su reputación como un lugar versátil y competitivo para rodajes. Las producciones europeas son importantes para la industria audiovisual de Lanzarote debido a varios factores:

- Proximidad geográfica y cultural: la ubicación estratégica de Lanzarote permite un acceso fácil desde Europa, con conexiones aéreas frecuentes. Además, los profesionales europeos encuentran afinidad cultural y facilidad para trabajar en un entorno que respeta los estándares de producción europeos.
- Diversidad de escenarios: las producciones europeas buscan en Lanzarote sus paisajes volcánicos únicos, que pueden replicar entornos extraterrestres o desérticos, así como playas (fig. 6) y entornos naturales distintivos.
- Incentivos fiscales competitivos: Lanzarote, al igual que el resto de las Islas Canarias, cuenta con uno de los incentivos fiscales más atractivos de Europa, con deducciones que oscilan entre el 45% y

el 54% para producciones internacionales. Esto resulta especialmente interesante para productoras europeas que buscan maximizar sus presupuestos.

- Apoyo institucional: la Lanzarote Film Commission trabaja activamente para facilitar la llegada de producciones europeas, asesorando en la logística y dando información para la gestión de permisos y búsqueda de proveedores locales.



Figura 6: Parque Natural Los Ajaches (© Larissa Zeidl).

LZ: ¿Está experimentando Lanzarote un aumento del turismo cinematográfico como consecuencia de ello?

EG: A día de hoy en SPEL-Turismo Lanzarote no disponemos de datos recopilados específicos para poder justificar esta afirmación, si bien, desde hace un par de años estamos trabajando en ello en colaboración con Canary Islands Film para establecer los parámetros de medición a tener en cuenta para realizar las encuestas y análisis de forma consensuada entre todas las film commissions y entes de promoción turística de las islas. Si tuviéramos que estructurar el turismo cinematográfico tendríamos que señalar dos fases fundamentales. La primera es la atracción de rodajes al destino y la segunda, su uso desde el punto de vista promocional como una parte más de la estrategia del marketing turístico de un destino. Ambas fases son necesarias y, en el desarrollo de la primera, Canarias lleva trabajando más de una década, con una especial intensidad en los

últimos años, impulsando la coordinación entre las diferentes film commissions de las islas y otros entes administrativos públicos y empresariales a través de Canary Islands Film.

Actualmente, Canarias se está consolidando como destino referente de rodajes audiovisuales gracias a su potencial en localizaciones exteriores y, también, gracias a las ventajas fiscales, la estrategia promocional y la progresiva especialización de personal técnico e instalaciones especializadas que se han ido desarrollando en las islas, principalmente Gran Canaria y Tenerife.

Respecto a la actividad promocional, además de la asistencia a ferias y markets especializados en el sector audiovisual y de animación que se desarrollan tanto a nivel nacional como europeo e internacional (Málaga, San Sebastián, Cannes, Berlín, etc.), estamos coordinando campañas con la Spain Film Commission, Turespaña y Promotur con la finalidad de posicionar el destino y extender sus valores mediante las imágenes que aparecen en el cine, campañas promocionales de destino coordinadas desde Promotur sobre rutas de cine, acuerdos publicitarios en medios de comunicación de difusión internacional, dando a conocer el destino a través del *storytelling* basado en rodajes realizados en las islas para captar visitantes en nuevos mercados como EE.UU., o llamar la atención a potenciales visitantes en mercados habituales como Alemania o Francia, presentado una oferta turística en destino más experiencial y en la que la cultura, gastronomía y el patrimonio del destino (geológico, natural o monumental) son el foco de atracción e interés para este perfil de cliente.

LZ: Una vez tomada la decisión a favor de Lanzarote como lugar de rodaje, ¿cuáles son los siguientes pasos? ¿Qué condiciones deben cumplir los productores de cine para obtener permiso para rodar en Lanzarote?

EG: En función de las localizaciones en la isla que la productora en cuestión desee incorporar en su plan de trabajo, será necesaria la tramitación de diversos permisos atendiendo a la autoridad competente (Cabildo, Parques Nacionales, Consejería de Transición Ecológica del Gobierno de Canarias, Dirección General de Tráfico, Área de Medio Ambiente del Cabildo de Lanzarote, Ayuntamientos y oficinas municipales, etc.) a la que esté

circunscrita la gestión y autorización de uso de dichos espacios y localizaciones (playas, espacios naturales, carreteras, edificios patrimoniales, edificios o infraestructuras públicas, propiedades privadas, etc.). Cada proyecto es un mundo, así que no es una pregunta que pueda responder en un solo párrafo. La tramitación de permisos no es un proceso simple, sobre todo cuando los proyectos implican el montaje de grandes estructuras y equipamientos técnicos y los equipos de trabajo son numerosos, por lo que desde Lanzarote Film Commission siempre recomendamos contar con el apoyo y asesoramiento personalizado de las productoras de service locales para que ayuden a las empresas que vienen de fuera a agilizar los trámites administrativos que deben gestionar antes de comenzar a desarrollar el proyecto audiovisual en la isla.

LZ: ¿Cómo pueden los equipos de rodaje traer sus equipos a Lanzarote?

EG: El cambio en cuanto al tejido industrial de hace diez años para acá ha sido abismal. Hace algunos años las empresas que venían a rodar a la isla tenían que traerse prácticamente todo. Había muy pocos proveedores de cámaras o de iluminación, por ejemplo. Pero gracias a los incentivos fiscales que ofrecen las islas llegaron rodajes de gran envergadura, y eso ha motivado la instalación de empresas en Canarias y ha creado una industria regional potente, que es lo que se necesita para estas superproducciones. Así, los que vienen ahora ya encuentran aquí una respuesta de proveedores técnicos y de profesionales con calidad y experiencia en el archipiélago.

LZ: La Lanzarote Film Commission también organiza cada año dos eventos en torno al cine: el Festival internacional de Cine de Lanzarote y la Muestra de Cine Europeo de Lanzarote. ¿Cómo surgió esto y cuál fue la idea o ideas que lo impulsaron?

EG: La Lanzarote Film Commission no organiza directamente los eventos que mencionas, si bien apoyamos a los promotores como patrocinadores de los mismos, como parte de las acciones promocionales y de cualificación del destino que impulsamos desde SPEL-Turismo Lanzarote, así

como por nuestro compromiso por apoyar el fortalecimiento del ecosistema audiovisual y su profesionalización.

LZ: Esther, ¿cómo llegó a trabajar para la Lanzarote Film Commission y qué requisitos cree que debe cumplir alguien que trabaja para una film commission? Y para concluir esta entrevista, ¿qué hace que su trabajo para la Lanzarote Film Commission sea tan especial y qué actividades le gustan más?

EG: Mi llegada a la Lanzarote Film Commission fue algo circunstancial por reajustes operativos en el equipo de trabajo de SPEL-Turismo Lanzarote a comienzos de 2023. Anteriormente estaba ubicada en el departamento de Marketing Digital de Turismo Lanzarote, gestionando áreas de comunicación en web y redes sociales de los diferentes productos de la entidad. Si bien, por mi trayectoria anterior trabajando en el departamento de gestión de producto y marketing de los Centros de Arte, Cultura y Turismo de Lanzarote, y también por mi experiencia previa como directora de hotel, coordinadora de eventos y gestora de actividades de ocio y entretenimiento en otras empresas del sector privado en las que había trabajado, mi perfil profesional y mi experiencia laboral se ajustaban de manera integral para cubrir el puesto de responsable de Lanzarote Film Commission y también de otro producto turístico que coordino en SPEL, que es el de Lanzarote Music Festivals, ambos directamente relacionados con la promoción turística de los valores culturales de la isla para atraer este tipo de segmento de cliente a Lanzarote y dinamizar el tejido profesional cultural de la isla.

Para mí fue un gran reto aceptar esta nueva labor de promotora cultural y responsable de estos dos grandes productos que se encontraban en una fase muy incipiente de desarrollo para impulsarlos a nivel promocional, pero debo reconocer que, aunque comenzar un proyecto de esta envergadura casi de cero está siendo duro y difícil por todas las trabas administrativas y carencias operativas que hay que sortear, al mismo tiempo, está resultando una experiencia y un proyecto muy ilusionante y motivador por darme la oportunidad de ser partícipe en la configuración de la estrategia promocional de estos productos y en trabajar mano a mano con las entidades regionales, las asociaciones sectoriales y con las empresas

locales para darle forma a una mesa profesional colaborativa, desde la que consensuar acciones promocionales y de cualificación profesional para impulsar la industria audiovisual de la isla.

Sobre la autora: Larissa Zeidl está realizando su tesis doctoral en la Cátedra de Estudios Culturales Románicos del Prof. Dr. Ralf Junkerjürgen en la Universidad de Ratisbona con el título de trabajo “Lanzarote en el cine”.

“Con *El bueno, el feo y el malo* tenemos la suerte de que es una película eterna”: ocho años de peregrinaje fílmico a Sad Hill

Una entrevista a Sergio García de la Burgos Film Commission

Ralf Junkerjürgen

Resumen: La historia de la Burgos Film Commission está estrechamente ligada a las actividades de la Asociación Sad Hill, fundada en 2014 para mantener vivo el recuerdo de la película *El bueno, el feo y el malo* (1966). La reconstrucción del cementerio de la escena final de este mítico *western italiano* de Sergio Leone fue, además, acompañada por el aclamado documental *Desenterrando Sad Hill* del director Guillermo de Oliveira. Por tanto, la mayor parte de la entrevista con Sergio García gira en torno a esa iniciativa y los impulsos que dio tanto para el auge del turismo fílmico en la región como para nuevos proyectos audiovisuales que hoy en día pueden contar con el apoyo de la Burgos Film Commission.

Palabras clave: Burgos; film commission; turismo fílmico; *Desenterrando Sad Hill*; Guillermo de Oliveira; *El bueno, el feo y el malo*; eurowestern; Sergio Leone

Abstract: The history of the Burgos Film Commission is closely linked to the activities of the Sad Hill Association, founded in 2014 to keep alive the memory of the film *The Good, the Bad and the Ugly* (1966). The reconstruction of the cemetery in the final scene of this mythical Italian western by Sergio Leone was, moreover, accompanied by the acclaimed documentary *Sad Hill Unearthed* by director Guillermo de Oliveira. Therefore, most of the interview with Sergio García focuses on this initiative and the impulses it gave both to the rise of film tourism in the region and to new audiovisual projects that today can count on the support of the Burgos Film Commission.

Keywords: Burgos; film commission; film tourism; *Desenterrando Sad Hill*; Guillermo de Oliveira; *The Good, the Bad and the Ugly*; eurowestern; Sergio Leone

Sergio García es uno de los fundadores de la Asociación Cultural Sad Hill, responsable de la puesta en valor del cementerio del mismo nombre, la localización de rodaje mítica que aparece en la secuencia final de *El bueno, el feo y el malo* en 2016. La experiencia supuso todo un aval para formar parte de la oficina técnica de la Burgos Film Commission desde 2020 a 2024. En este tiempo, Sergio García ha asistido a diversos rodajes, destacando la participación en *La huella del mal*, largometraje de Manuel Ríos San Martín, cuya fecha de estreno está prevista para marzo de 2025. También ha coordinado la organización de eventos cinematográficos conmemorativos, como el 25 aniversario de *El milagro de P. Tinto* (Javier Fesser) y la inauguración de la recreación del campo de prisioneros de Beterville, otra localización de la cinta de Sergio Leone. La entrevista se hizo por Zoom el 7 de diciembre 2024.

Ralf Junkerjürgen (RJ): Sad Hill, la localización del *showdown* de *El bueno, el feo y el malo*, es, sin duda alguna, el cementerio cinematográfico más famoso del mundo (fig. 1). Cuando lo desenterrasteis en el 2016 se produjo un pequeño milagro y un verdadero lugar de peregrinaje para los aficionados de Sergio Leone y el western *all'italiana*. ¿Cómo ha nacido la asociación para recrear esta localización?



Figura 1: Sad Hill Panorama (El bueno, el feo y el malo, 02:38:00).

Sergio García (SG): Efectivamente, el cementerio se inaugura en el 2016, pero la asociación se constituye legalmente en el 2014, es decir, hemos cumplido diez años este 2024. El primer trámite fue constituirse legalmente como una asociación¹ y a partir de ahí empezar a recoger la voluntad y el testimonio de gente de la zona que estuviera dispuesta. Especialmente tomamos el impulso del colectivo arqueológico de Salas, que es una asociación que había organizado actividades tanto en el cuarenta como en el cincuenta aniversario de la película, y también en el 2004 había organizado como una especie de semana cultural sobre *El bueno, el feo y el malo*. También en Silos, en el propio pueblo donde está el cementerio (fig. 2), había un club deportivo que organizaba una carrera que pasaba todos los años por el cementerio y que se llamaba “La Colina Triste” en homenaje a la película.



Figura 2: Sad Hill (© Ralf Junkerjürgen).

¹ Desde su fundación, la Asociación Cultural Sad Hill cuenta con una web en la que ofrece distintas actualizaciones de sus actividades: <https://asociacionculturalsadhill.wordpress.com/asociacion-cultural-sad-hill/>.

Con ese germen, con ese caldo de cultivo, lanzamos la asociación. Se pidieron dos permisos para la reconstrucción del cementerio. El primero del propietario de los terrenos, que es el Ayuntamiento de Santo Domingo de Silos, y el segundo para Medio Ambiente, que costó un poquito más, pero hasta que nos dieron por fin el visto bueno el primer fin de semana de octubre de 2015, que fue cuando empezó la reconstrucción.

En 2015, creo que fue, fuimos también a Valladolid a unas jornadas sobre turismo de cine y sobre film commissions, y ahí empezamos a conocer ese concepto. Allí conocimos a Piluca Querol de Andalucía Film Commission que nos asesoró y que nos dio importantes consejos para impulsar la Film Commission de Burgos que nació al lado del proyecto de Sad Hill. Para darle las gracias ha recibido una tumba en el cementerio.

RJ: El proceso de la reconstrucción de Sad Hill fue acompañado por el cineasta Guillermo de Oliveira, que luego rodó y estrenó con mucho éxito el documental *Desenterrando Sad Hill*, que ha dado mucha visibilidad al proyecto. ¿Cómo se produjo este contacto y cómo fue la colaboración?

SG: Mucha gente nos pregunta cómo se nos ocurrió hacer un documental. Y no fue así. El documental tuvo una trayectoria paralela e independiente. Todo lo bien que le ha ido al documental ha sido bueno para nosotros y todo lo bueno que nos ha ido a nosotros ha sido bueno para el documental. Pero Guillermo no estaba en la asociación y contactó con nosotros. El primero que habló con él fue mi compañero David Alba, porque escribió un correo electrónico. ¿Y por qué nos escribió? Porque había escuchado nuestra intención en una entrevista que nos hicieron en Radio Nacional, en Radio 3, y subrayo la palabra “intención”, porque en ese momento ni siquiera teníamos todavía el permiso de Medio Ambiente, que te he dicho que nos costó un poquito más. El del Ayuntamiento sí que estaba, el de medioambiente no. Él nos escuchó en una entrevista y pensó que aquí había una historia, voy a contactar.

Fue un fin de semana, habló con mi compañero David y fueron a ver el cementerio. Les pilló un día de niebla que casi no se veía nada, casi no se veía el entorno. Pero a Guillermo le gustó la idea, y entonces nos preguntó si podía hacer un seguimiento. Nosotros estuvimos de acuerdo, aunque a

lo mejor esto iba para meses. Finalmente se obtuvo el visto bueno en octubre de 2015 y él fue el primer fin de semana y nos reconoció que no pensaba que fuéramos a conseguirlo. Explicó que a él le interesaba ese impulso que podíamos tener, un grupo de entusiastas para reconstruir una cosa que le parecía imposible. Pero para su sorpresa, seguíamos yendo, lo íbamos consiguiendo y cada vez avanzábamos más. Y entendió que esto ya iba en serio.

Al principio él pensaba que con tener cinco o diez minutos para su canal de YouTube, con alguna entrevista, le valía. Pero es que vio que cada vez iba generando más material y pensó que a lo mejor tenía para un cortometraje. Así, él ya empezó a conseguir por su cuenta, y ese es su trabajo y su mérito, al cual estamos muy agradecidos, involucrar a testimonios muy importantes: Álex de la Iglesia, Joe Dante, Ennio Morricone, Clint Eastwood, James Hetfield, y gente que estaba en el equipo de rodaje como Eugenio Alabiso y Sergio Salvati. En otros términos, empezó a hacer como, por una parte, un seguimiento de lo que era la reconstrucción del cementerio y un *making-of* puro y duro de Sad Hill, de la película, de *El bueno, el feo y el malo*, contando con los testimonios de gente que había participado.

Si por una parte hubiera sido solo un *making-of* a lo mejor no hubiera dado para un documental de una hora y media, y si, por otra, hubiera hecho solo la parte de la reconstrucción del cementerio, hubiera quedado como demasiado corto de miras, pero mezclando las dos cosas, metiendo un poquito de nuestro trabajo entusiasta y el calado y el anzuelo que tenía él para involucrar a personas tan importantes, al final consiguió una película y yo, evidentemente, no soy objetivo ni soy neutral cuando participo en ella, pero creo que al final su reconocimiento y los premios lo avalan. Estrenó en Sitges, estuvo en el Festival de Cine de Almería, logrando dos premios en cada uno de los festivales. Estuvo nominada a los Goya, obtuvo la Medalla del Círculo de Escritores Cinematográficos de 2019, y estuvo cinco años en Netflix hasta que el año pasado acabó el contrato.

Ha sido, evidentemente, nuestro mejor embajador. Creo que se hubiera reconstruido igual el cementerio, se hubiera conseguido alcanzar cierta popularidad, pero seguramente no tanta, o a lo mejor nos había costado muchísimo más tiempo si no hubiera sido por Guillermo. Así que, estamos eternamente agradecidos.

RJ: Cuando visitamos el cementerio en 2022, nos contaste que había sido un esfuerzo internacional porque se apuntó gente desde Francia e Italia. ¿Cómo conseguisteis una repercusión más allá de las fronteras?

SG: Ahí no voy a descubrir nada nuevo, fue la capacidad de llamamiento que tienen las redes sociales. Si esto lo hubiéramos hecho hace veinte años, pues hubiéramos puesto carteles por la zona, pero difícilmente se hubiera enterado mucha más gente fuera de Burgos y difícilmente mucha más gente fuera de España. Conseguimos, al principio, llamar la atención de gente que nos sorprendía, nos sorprendía que viniera gente de Francia, de Portugal, algo que nos imponía mucho respeto. Y nos dijimos que esto tenemos que hacerlo bien, porque estamos empezando a tener ya una repercusión internacional y entonces tenemos que estar a la altura.

RJ: Han pasado ocho años desde 2016, y si pones la vista hacia atrás, ¿qué coyuntura turística ha vivido el cementerio en estos años?

SG: El cementerio se ha convertido en un lugar de peregrinación. Es un sitio muy visitado, es de los sitios más visitados de Burgos y, por ejemplo, si uno entra en TripAdvisor, que es un portal de turismo que los usuarios puntúan, está en el top 10 de lugares visitables de Burgos. Además, hay que tener en cuenta que los otros que hay en esa lista cobran la entrada, salvo uno que es la Cartuja de Miraflores, si no me equivoco. En Sad Hill no se cobra entrada, es un lugar gratuito al que tienes que llegar y una vez que estás allí, pues lo puedes visitar por tu cuenta.

Sad Hill supuso un antes y un después para la zona. Es una zona que ya tenía muchísimo interés turístico por el Monasterio de Santo Domingo de Silos, por la Yecla, por Covarrubias, el Triángulo Mágico de la Arlanza, que se llama y lo componen Silos, Covarrubias y Lerma, pero se ha metido un componente nuevo, porque era una zona muy interesante desde el punto de vista patrimonial, arquitectónico, gastronómico, y ahora se ha introducido el turismo un poco friki, un poco de cine, cosa que antes no existía. Nosotros, para conseguir ese permiso de la Junta que tanto se nos

resistía, hicimos un dossier poniendo ejemplos de lo que suponía el turismo de cine en otros lugares. Entonces pusimos dos ejemplos, un ejemplo internacional y un ejemplo español. El ejemplo internacional fue *El Señor de los anillos*, la película que, además, yo creo que se hace ya pensando en que van a dejar decorados, que esto va a tener recorrido después. Pues eso puso a Nueva Zelanda en el mapa. Aunque se habían rodado otras películas allí antes, pero esta es como *la película*, la trilogía.

El otro ejemplo, que entonces en el 2014 era la película de moda en España, fue *Ocho apellidos vascos*. Un filme que no se entiende fuera de España porque es un sentido del humor muy español. Si tú la has visto, pues a lo mejor hay cosas que te dejan un poco indiferente. Pero en España, esa película tuvo un año y pico, muy potente, que se habló mucho de ella, que provocó que se visitaran lugares de rodaje. Lugares de rodaje además que coinciden algunos con *Juego de Tronos*, con la zona de Zumaia, donde estaba la playa de *Roca Dragón* o *Dragonstone* en la que desembarca Daenerys Targaryen. Con todo el respeto a esta película, que a mí me gusta, es una comedia, pero dudo mucho que nadie vaya a celebrar el cincuenta aniversario de *Ocho apellidos vascos*. Nadie. Porque es una película un poco de consumo inmediato, que ya tuvo su momento de gloria, que podrá reponerse de vez en cuando, pero que es una película que fuera de España, además, no la conoce nadie. Mira, mismamente, San Juan de Gaztelugatxe, *Juego de Tronos* la ha hecho conocidísima, pero yo creo que ya va yendo un poco hacia abajo. Sin embargo, con *El bueno, el feo y el malo*, tenemos la suerte de que es una película eterna. Que han pasado cincuenta años, que dentro de dos años va a ser el Sesenta aniversario y seguro que tenemos una acogida tremenda y entonces, al final, hemos tenido esa suerte de tener una localización de rodaje de una película que es universal.

¿Y cuál es la razón de que esa película sea universal? Pues yo no tengo la respuesta, evidentemente, porque al final, unos dirán que es la música, otros dirán que es la interpretación, otros dirán que es el toque de Sergio Leone. Al final, hay varios ingredientes que hacen que esta película sea una de las películas más míticas de la historia del cine. Para los americanos porque sale su historia y sale Clint Eastwood, para los españoles porque está rodada en España, para los italianos porque es un *spaghetti western*, con cariño del término. Pero luego, por ejemplo, curiosamente, el

país fuera de España donde seguramente más visitas nos vienen es de Francia, y Francia, de primeras, no tiene nada que ver con la película. Sin embargo, la *Trilogía del dólar* es allí muy respetada. A lo mejor no estamos tan de moda como cuando fue el cincuenta aniversario, pero ahora cuando llegue el sesenta aniversario, volveremos a estar arriba. Tenemos altibajos, pero siempre estamos en una posición muy alta. ¿Vendrá una producción importante? Pues eso, tipo *Juego de Tronos*, que nos superará como *number one* de turismo de cine, seguramente, pero Sad Hill yo creo que siempre va a estar en el *top five* del turismo de cine en España. Y no lo digo yo, es que nos lo dicen también en Spain Film Commission, que nos han invitado a Fitur² más de una vez y se nos pone un poquito como ejemplo dentro de lo que es este tipo de turismo.

RJ: Aparte de la localización, que es espléndida y a mí me ha resultado muy conmovedor verlo, y, sobre todo, estar ahí, nos saludaste disfrazado de pistolero cuando lo visitamos. ¿Seguís ofreciendo este tipo de actuaciones? En aquella época, había un *food truck* que vendía *Sad Hill beer*...

SG: Eso fue algo puntual, creo recordar que fue el año de la pandemia cuando la hostelería y los bares estaban muy mal y les permitieron poner un *food truck*. Pero es un parque natural³, tenían un generador de gasolina y eso no lo volvieron a hacer. Al final, nosotros no somos los propietarios del terreno, podemos ser los propietarios morales, espirituales, pero hay una legalidad que está dentro de unas normativas medioambientales. Todo lo que se hace en el cementerio tiene que tener el visto bueno, si vamos como fuimos aquel día contigo y Annette Scholz y fuimos cuatro personas, no pasa nada. Pero si ya organizas un evento, si hay, por ejemplo, una carrera ciclista, que te decía antes que pasa todos los años por ahí, no soy yo la persona que tiene que decir adelante o no. Hay que pedirlo al parque natural y, entonces, sí, se organizan excursiones, se

² Feria Internacional de Turismo celebrado a principios de cada año en los recintos de la Institución Ferial de Madrid (IFEMA).

³ Se trata del Parque Natural Sabinars del Arlanza-La Yecla, que se extiende a lo largo de casi cuarenta mil hectáreas en el sur de la provincia de Burgos: <https://patrimonionatural.org/espacios-naturales/parque-natural/parque-natural-sabinars-del-arlanza-la-yecla>.

organizan *fam trips*, se organizan conciertos, se organiza, en principio, todo lo que tú quieras, otros rodajes, videoclips.

Hace dos años hubo un incendio muy gordo, cerca de Sad Hill, y eso ha cambiado un poco las reglas del juego. Va a hacer que, en verano, a lo mejor, pues no se permitan eventos como el que hicimos hace ocho años para inaugurar el cementerio, meter a 4.000 personas. Dentro de dos años a ver qué hacemos para el sesenta aniversario. Pero a lo mejor hay que pensárselo porque puede haber riesgo de hacer una evacuación. Por eso, si nosotros bajo demanda, si alguien nos consulta, una agencia de viajes, un colegio, pues sí que podemos organizar una visita teatralizada.

RJ: ¿Cuáles son vuestros gastos de mantenimiento?

SG: El mantenimiento es el principal problema del cementerio porque han pasado ya unos años, ha vuelto a crecer la hierba en el empedrado y en las tumbas, las cruces se caen y este año que reconstruimos el campo de prisioneros de Betterville, es cierto que Sad Hill lo hemos tenido un poco olvidado. Entonces, el año que viene, sí que yo creo que va a ser un año para preparar un poco todo ya en vistas al 2026, hacer algo gordo para el sesenta aniversario. De momento, cuando ha habido labores de mantenimiento, las hemos asumido la asociación. Pero sí que creo que es necesario que la administración se involucre. ¿De qué manera? Pues no lo sé. Hemos hecho reuniones porque los accesos, el camino y el mantenimiento es el principal problema que tiene Sad Hill. Se puede crear la figura de un vigilante que vaya por allí y que limpie, por ejemplo, que en la zona del aparcamiento pues sí que hay bastante basura. Entonces, sí que es necesario porque nosotros no vamos a estar eternamente limpiando. Tiene que ser la administración la que tome el testigo, la Junta de Castilla y León, la Diputación de Burgos, un consorcio con los ayuntamientos, no lo sé. No sé cuál es la fórmula, pero es necesario ese paso.

RJ: Os habéis financiado en parte por patrocinadores de las tumbas. ¿Cómo ha funcionado? ¿Cuántas tumbas son y cuántas están destinadas a nuevos patrocinadores?

SG: Las tumbas ya no se patrocinan más. De hecho, creo que es uno de los errores que tuvimos porque no pensábamos que tanta gente iba a querer tumbas. Es un problema porque han pasado diez años y las tumbas se han borrado. Muchas. Es inevitable. Están a la intemperie, y no puedes estar todos los días repintando. Entonces, el precio que pedimos era simbólico, eran quince euros, que no es nada porque ya la materia prima de las tumbas nos costaba nueve euros. O sea, que realmente el beneficio era muy poco. Lo de apadrinar una tumba era casi más un eslogan porque al principio no conseguíamos llamar la atención de la prensa. Es una cosa que en las entrevistas siempre nos preguntan. Era casi más una cuestión de marketing. Entonces, todo el trabajo que nos ha generado hacer las tumbas ha sido tremendo. Yo ahora si pudiera volver atrás, no lo haría.

RJ: Este año, en verano, inaugurasteis el set de la reconstrucción del campo de prisioneros de Betterville, otra localización importante del filme (fig. 3). ¿Qué se puede ver ahí?



Figura 3: Betterville (El bueno, el feo y el malo, 01:31:00).

SG: Betterville se ha reconstruido en parte, y lo que se ha hecho es la empalizada (fig. 4). Queda un lado por cerrar, el lado que pega al pueblo. En la película no se cerró. Era el lado por el que subían y bajaban el material, los vehículos. Hay gente que nos dice que lo cerremos, y otros que dicen que lo mantengamos igual. Ya veremos. Además, se han puesto dos torretas. En la película estimamos que había unas cuatro por lado, es decir,

dieciséis, y luego una pasarela para salvar el foso. Había también una serie de construcciones, de casetas fuera, donde estaban los oficiales del campo de prisioneros.



Figura 4: Betterville Photocall (© Burgos Film Commission).

De momento, en esta primera fase, se ha hecho así. Estamos incluso intentando poder traer algún atrezzo militar, tiendas de campaña viejas, o un cañón. Pero bueno, volvemos a lo mismo. Una vez que se ponga allí, a ver cómo se hace el mantenimiento. La historia de Betterville es muy bonita. No me gusta frivolar con esto, porque fue un hecho muy grave. Te lo decía antes, hace dos años hubo un incendio muy gordo en la zona, que se quedó a 500 metros del cementerio. Entonces se quemaron unas 2.500 hectáreas del parque natural, de las cuales unas 1.000 son de sabinas. La sabinas es uno de los árboles de más difícil crecimiento de España e incluso de Europa. Es uno de los mayores sabinas que hay. Es un árbol de crecimiento muy lento, que va a necesitar muchos años para volver a crecer como estaba antes. En aquel momento, la directora del parque natural fue la que tuvo la idea de utilizar esas sabinas, esos troncos quemados, para que sirvieran de empalizada. Fue ella quien consiguió movilizar una ayuda

de 50.000 euros a través de la Junta de Castilla y León con los fondos Next Generation⁴, y fue una licitación. Es decir, optó a ella una empresa de trabajos forestales, que afortunadamente es la misma que nos ponía las tumbas, y con el encargado, con Ismael, hay muy buena relación.

Desde el minuto uno tuvimos comunicación continua entre la dirección del parque natural, el ayuntamiento, la empresa y la asociación, que les dábamos fotogramas de la película, fotografías para intentar que se pareciera a la película, pero teniendo en cuenta que teníamos que tener dos criterios diferentes a los que se usaron en la película. Primero, seguridad, por ejemplo, la pasarela por la que pasan los actores en la película es una pasarela que se tambalea. No podemos poner eso y que se caiga un niño, o un abuelo. Y la segunda, perdurabilidad. Me explico: después de acabar la película, si se hubiera caído abajo, tampoco pasaba nada. No era el objetivo que eso durara. Evidentemente se hizo bien y se hizo pensando que tenía que durar, pero no para que se convirtiera en un atractivo turístico. Entonces, en ese sentido, nosotros sí que lo hemos diseñado de una manera un poco diferente, y evidentemente utilizando también métodos un poco más del siglo XXI que del año 1966. El trabajo yo creo que es notable, sobresaliente, ha gustado mucho, y se podrá seguir trabajando en el futuro. ¿Cómo se llega? Hay dos maneras de llegar. Una, a través del propio pueblo de Carazo, llegas con el coche, lo dejas y está a un kilómetro, o hacer una ruta fantástica desde Sad Hill, que son seis kilómetros a pie, al pie de la Peña Carazo, que es un paseo espectacular. Ahora, en invierno hace frío, pero en primavera y otoño está espectacular.

RJ: ¿Cómo fue el evento de la inauguración?

SG: En la inauguración comprobamos que Sad Hill ya es una asociación madura. Cuando empezamos con lo del cementerio, nos fuimos dando poco a poco a conocer, pero cuando se inauguró el cementerio, no te creas que tampoco tuvo mucha repercusión en los medios. Sí que vino un equipo de televisión española, *El Mundo*, *ABC*, se recogió, pero tampoco mucho.

⁴ Fondo de alrededor de 750 millones de euros de la Unión Europea como reacción a la pandemia del COVID-19 para la reconstrucción de Europa con impulsos ecológicos, digitales, entre otros: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/recovery-plan-europe_es.

Pero lo de Betterville, el otro día, había un momento en el pueblo que eran cuatro equipos de televisión pidiendo la vez. Yo no podía asumir tanta entrevista porque teníamos que organizar los eventos. Salió en todos los medios de comunicación. Y ahí también hay que agradecer a la Diputación de Burgos, que es una de las instituciones que ha impulsado la Burgos Film Commission, junto al Ayuntamiento. SODEBUR⁵ encargó a una agencia de comunicación para que hiciera una nota de prensa que funcionó muy bien y que nos trajo a Televisión Española, Tele 5, a la COPE, *El Mundo*. Y luego otros medios de comunicación fueron un poco por amigos nuestros. También lo recogieron Reuters; *The Guardian* recogió una crónica anterior. Antena 3 hizo un reportaje gracias a la involucración de Víctor Matellano en los actos de inauguración. La repercusión que tuvo la inauguración fue espectacular. Eso nos motiva, pero también nos acojona un poquito, con perdón de la palabra, para ver qué hacemos en el sesenta aniversario. Porque vamos a tener todo el mundo pendiente de lo que hacemos.

RJ: ¿Qué eventos habíais preparado para la inauguración?

SG: El programa se dividió en dos días. Hubo un día más popular y otro más institucional (fig. 5). El primer día, el sábado 7 de septiembre 2024, se hizo una convocatoria para rematar cuatro trabajos que quedaban por arriba en el campo de prisioneros. Es que los habíamos dejado un poco a propósito, porque mucha gente nos preguntó que querían ir a ayudar, como en Sad Hill. Pero esta vez dijimos que no a los voluntarios porque había una contrata de la Junta, que era un trabajo externo, que íbamos a manejar postes de dos metros y pico, que eso se le podía caer a alguien en la cabeza, que había un peligro y que esto era un trabajo profesional. Pero sí que íbamos a dejar un último día para ayudar a recoger y que la gente pudiera exteriorizar ese vínculo emocional. Hicimos un concierto de Cardelina, una cantante de estilo country-western, que es amiga nuestra, que nos hizo un tema para Sad Hill en verano, y se proyectó la película en

⁵ SODEBUR (Sociedad para el Desarrollo de la Provincia de Burgos) es un ente instrumental de la Diputación para promover el desarrollo económico y social de la provincia cuyo trabajo se centra en cinco áreas: energía, industria, turismo, cooperación institucional y promoción económica y social.

pantalla grande. Fue una noche muy fría de verano y que la gente aguantó a duras penas.

7-8 BETTERVILLE
SEPTIEMBRE CARAZO-BURGOS
1966-2024

SÁBADO 7

- ✠ JORNADA DE VOLUNTARIADO: DECORACIÓN Y LIMPIEZA DEL ENTORNO DE BETTERVILLE. (PUEDES TRAER TU PROPIO MATERIAL: GUANTES, BRIDAS Y CUERDAS VIEJAS). (16:00 h, Betterville)
- ✠ CONCIERTO: CARDELINA. (19:00 h, Carazo)
- ✠ PROYECCIÓN DE LA PELÍCULA "EL BUENO, EL FEO Y EL MALO". PRESENTADA POR VÍCTOR MATELLANO. (21:00 h, Carazo)

DOMINGO 8

- 🇺🇸 INAUGURACIÓN OFICIAL DE LA RECREACIÓN DEL CAMPO DE PRISIONEROS. (12:00 h, Betterville)
- 🇺🇸 HOMENAJE A LOS FIGURANTES DE "EL BUENO, EL FEO Y EL MALO" Y A LA BANDA DE MÚSICA DE BETTERVILLE.
- 🇺🇸 RECREACIÓN DE BATALLA DE LA GUERRA CIVIL AMERICANA A CARGO DE LA ASOCIACIÓN IMPERIAL SERVICE.

Queremos ambientar y recrear una batalla de la Guerra Civil Americana.

Trae tu propio vestuario de Unionista (Pantalón y chaqueta azul) o Rebelde (pantalón gris o azul y chaqueta gris)

Durante los dos días, se exhibirá vestuario real en el Ayuntamiento de Carazo

TRAS TU PROPIO VESTUARIO GRIS O AZUL

EL BUENO, EL FEO Y EL MALO

ORGANIZAN: Burgos Film Commission, Burgos, Ayuntamiento de Carazo, Ayuntamiento de Santo Domingo de Silos, SASHILL, Ayuntamiento de Arriaza - La Yedra (Entidad responsable de la recreación de Betterville)

Más información: burgosfilmcommission.org

Figura 5: Cartel Betterville (© Burgos Film Commission).

Al día siguiente fue un poco la inauguración oficial, más institucional. Tuvimos una recreación de la guerra civil americana. Contratamos a unos recreadores (Imperial Service) que ambientaron una batalla en el pueblo

y el bando vencedor, que fueron los nordistas, se llevaron prisioneros a los del sur al campo de prisioneros. Con esa entrega de prisioneros ya se inauguró el campo de prisioneros de Betterville, con las instituciones, ayuntamientos, el parque natural, etc. y se descubrió una placa en homenaje a los participantes de la película, especialmente a los músicos, por ejemplo, a Domingo Contreras que tocó la armónica en la película y Fernando de Miguel, responsable del bombo. Fue un día muy, muy bonito, Carazo es un pueblo muy pequeño que apenas tiene 30 habitantes durante el invierno y nos decían que no habían visto nunca el pueblo con tanta gente.

Hay que destacar también la disponibilidad del Ayuntamiento de Carazo como propietario de los terrenos donde está el campo de prisioneros. Ha dado toda la ayuda y toda la predisposición, porque si no hubiera querido el Ayuntamiento no hubiéramos podido hacerlo. Se involucraron mucho y organizaron una paella para asistentes el domingo y había una comunicación muy fluida y muy buena en todos los niveles. Todos los vecinos de Carazo nos han apoyado en todo momento.

RJ: El turismo cinematográfico de Sad Hill tiene un perfil muy particular porque depende de solo una película con una base de fans muy sólida. Pero estos cinéfilos envejecen y supongo que a las generaciones más recientes les va a costar más conectar con este clásico. ¿Cómo ves el futuro de la localización?

SG: Nuestro seguidor medio, es algo que puedes ver en Facebook que te permite estadísticas, es varón y tiene unos 40 años en adelante. Mientras que, a la gente de menos de 25 años, estas películas les parecen un rollo. Todavía tenemos unos cuantos años garantizados. ¿Va a haber relevo generacional? Pues no lo sé, es muy difícil de saber. Vendrá alguien a celebrar los cien años de la película, no lo sé, a lo mejor eso es mucho decir. Yo creo que ahí va a depender que seamos capaces de seguir generando, pues a lo mejor, rodajes. Porque, por ejemplo, hace seis años vino un videoclip bastante importante a rodar⁶. Además, aunque esto puede sonar

⁶ Aunque bandas musicales españoles de rock como Saratoga o La Guardia han utilizado la localización, Sergio García se refiere al grupo de hip hop sevillano SFDK que estrenó el videoclip “Yo estuve allí”, rodado en Sad Hill en 2019: <https://www.youtube.com/watch?v=CIS8keaOTec>.

a fantasmada, pero sé por el trabajo de la Film Commission, que *Juego de Tronos* valoró rodar en Sad Hill la secuencia de una batalla que se rodó al final en Cáceres. Es importante el trabajo de una film commission para que se ofrezcan estos dos lugares, Betterville también, porque tiene mucho potencial para nuevos rodajes. De esa manera se puede conseguir ir llegando a gente más joven.

RJ: Aparte de Sad Hill y Betterville, tenéis otras localizaciones importantes cerca del río Arlanza con las trincheras y el puente Langstone (fig. 6). ¿Tenéis planes con ellas?



Figura 6: Puente película (El bueno, el feo y el malo, 02:17:00)

SG: Las otras dos localizaciones de rodaje son el monasterio de San Pedro de Arlanza y la zona del puente y las trincheras, pero hay muchos problemas administrativos. Ahí se junta todo, se junta la Confederación Hidrográfica del Duero, que gestiona lo que son las aguas, se junta que es parque natural, se junta que está al lado de una carretera, hay un coto de caza y es patrimonio nacional, porque es San Pedro de Arlanza. Ahí cualquier intervención va a ser muy difícil. El puente no se puede reconstruir, eso hay que sacárselo de la cabeza, porque para hacer un puente como el de la película sería imposible, el permiso costaría una millonada y tampoco tendría sentido hacer un puente que no va a ninguna parte, solo por satisfacer un poco el deseo de afán turístico o de culto de la película, pero sí que es

factible hacer uno o dos apoyos del puente, porque los tenemos muy localizados, y sanear la zona del río, porque aquello parece el Amazonas (fig. 7).



Figura 7: Arlanza hoy (© Asociación cultural Sad Hill, Burgos Film Commission).

Ha habido conversaciones, tanto con la Confederación Hidrográfica, como con el Parque Natural y el Ayuntamiento, en las que estarían dispuestos, y es algo que creo que se puede trabajar el año que viene, que el año 2025 sea de transición, y que el 2026 sí que sea ya otra vez un año gordo. Luego, el monasterio San Pedro de Arlanza, la zona donde se rodó, esa zona está hundida, no se podría repetir, pero sí que hay una zona que da a la fachada al mismo sitio que se podría intentar ambientar una de las estancias, es una cosa factible. Desde una localización a otra, apenas hay un kilómetro. Dado que en la zona del puente no se puede aparcar, se podría habilitar una zona de aparcamiento en el monasterio. Existe una ruta señalizada de un kilómetro, que es muy fácil de hacer y que llega hasta el siguiente pueblo, hasta Artigüela, y eso ha sido una cosa que ha impulsado el parque natural, lo cual demuestra que hay muy buena relación institucional.

RJ: ¿Entraste en la Film Commission de Burgos después o antes del proyecto de Sad Hill?

SG: El proyecto de Sad Hill nos sirvió de aval y de tarjeta de presentación para que la Diputación y el Ayuntamiento⁷ apostaran por nuestra participación. He estado yo, pero también ha estado un compañero, una temporada, David Alba, y luego he tenido dos compañeras, porque uno solo, pues no podíamos, que han sido Silvia Arribas y Marina Ortiz. Una film commission tiene como principal objetivo promover y captar rodajes, pero como derivada trabajar en el turismo de cine. De este modo, en turismo de cine nosotros somos un ejemplo top, pero no porque lo dijéramos nosotros, sino porque la propia Spain Film Commission, antes de constituirnos como Burgos Film Commission, nos ha llevado un par de veces a Fitur y nos ponía como ejemplo. Con ese aval conseguimos, por ejemplo, una reunión en la que vino el que antes era presidente de Spain Film Commission, Carlos Rosado, y el presidente actual, Juan Manuel Guimerans, y tuvimos una reunión con gente de Diputación para ofrecerles la posibilidad y el apoyo de que Burgos contase con una film commission.

RJ: En los últimos años se crearon nuevas film commissions en muchas partes de España. Burgos es un sitio muy importante históricamente, ¿por qué no había tal entidad antes?

SG: Burgos tuvo un buen pasado cinematográfico, pero de unos años para acá tampoco ha habido películas importantes. En cuanto a rodajes después de *El bueno, el feo y el malo*, hemos tenido las películas de Vicente Aranda⁸, luego *El disputado voto del señor Cayo* y *El milagro de P. Tinto*, quizá la película más importante y que el año pasado celebramos el 25 aniversario. Después de eso tampoco ha habido gran cosa, por lo cual los rodajes se veían más como algo del pasado que algo por lo que apostar.

⁷ La Burgos Film Commission es una entidad pública dependiente de la Diputación Provincial de Burgos y del Ayuntamiento de Burgos, la imagen que abre su web es un fotograma de la célebre escena del triello de *El bueno, el feo y el malo* (Sergio Leone, 1966): <https://burgosfilmcommission.org/en/>.

⁸ El director Vicente Aranda rodó en Burgos escenas de tres de sus películas: *Amantes* (1991), *Juana la Loca* (2001) y *Luna caliente* (2009).

Ahora que han salido film commissions por todos los lados, y seguirá creciendo porque la red de España es cada vez más amplia, se produjo un cambio de perspectiva como si hubiera necesitado una labor de pedagogía para que las instituciones, las empresas y los hoteles, entiendan los beneficios de un rodaje.

Este año hemos tenido dos rodajes españoles muy importantes en Burgos, que son *La huella del mal*⁹, que se ha rodado especialmente en la zona de Atapuerca, y *Sacamantecas*, una película rodada en el País Vasco, pero que ha tenido localizaciones en Burgos. Yo creo que esos dos rodajes van a suponer un punto de inflexión para que se mire, con ojos diferentes, la necesidad de apostar por invertir en rodajes. Las estadísticas que circulan por ahí dicen que por cada euro de inversión hay siete euros de retorno. Eso es algo que se necesita hacer ver a las empresas y a las instituciones. La primera visita que tuvimos para *La huella del mal* fue en el 2021. Se ha rodado en el 2024 y se estrenará en el 2025. Entonces, para las instituciones, a veces, apostar por algo tan a largo plazo cuesta porque necesitan ver un rendimiento inmediato. Pero yo creo que estas películas van a suponer un antes y un después.

RJ: ¿También notas una influencia de las plataformas en vuestra zona? Actualmente están rodando en toda España, también en sitios donde apenas habían aterrizado antes, como en Asturias, o en Galicia.

SG: Ahora hay demasiadas plataformas y se ha creado una burbuja porque la gente no las tiene todas. Es bueno para el sector porque eso significa que se siguen financiando proyectos, pero es que hay proyectos que luego no sabes ni cómo verlos. Entonces, en Burgos ha habido, por ejemplo, una serie sobre el Camino de Santiago que se llama *3 caminos*. Ha habido alguna plataforma que ha rodado aquí, pero no ha habido grandes rodajes.

⁹ Adaptación del libro homónimo de Manuel Ríos San Martín, protagonizada por Blanca Suárez y Daniel; es la primera película que se rueda en el yacimiento arqueológico de la Sierra de Atapuerca. El rodaje concluyó en octubre 2024, el estreno está previsto para la primavera de 2025.

RJ: Si alguien quiere visitar las localizaciones de la zona ¿qué le recomendarías?

SG: A veces te llega un correo electrónico o te dice alguien que no le gusta el western y que se ha quedado dormido viendo *El bueno, el feo y el malo*, pero admite que en Sad Hill se ha hecho una pasada. ¿Qué quiero decir con esto? Que el paisaje es una pasada y que puedes perfectamente disfrutar del lugar sin ser un amante del western, aunque odies la película de Leone. De verdad, es un paisaje que sorprende. Por eso animo especialmente a que venga la gente, pero que no vengan en invierno, porque hace mucho frío, ni en verano, porque hay mucha gente, sino que vengan o en primavera o en otoño. La mayoría viene por su cuenta, pueden llegar con coche y se organizan, pero les animo a que contacten con la asociación si quieren sugerencias, conocer una visita teatralizada o más información¹⁰.

¹⁰ Cfr. <https://www.acsadhill.es/>.

Filmografía

Índice de las películas y series mencionadas en las entrevistas

#

3 caminos (2021), serie de Cinemate y Ficción Producciones para Amazon Prime Video, creada por Alberto Macías, Carlos Molinero y Juan Ramón Ruiz de Somavía, 219

30 monedas (2020-2023), serie de Greenlit Productions y Pokeepsie Films para HBO, creada por Álex de la Iglesia, 83

A

¡Agáchate, maldito! (*Giù la testa*, Sergio Leone, 1971), 89

Agua seca (2020-2021), serie de Portocabo para HBO, creada por Alfonso Blanco, Araceli Gonda y Daniel D. García, 118

Águila roja (2009-2016), serie de Globomedia para RTVE, creada por Daniel Écija, Pilar Nadal, Ernesto Pozuelo y Juan Carlos Cueto, 83

Allied (Robert Zemeckis, 2016), 173

Alma (2022), serie de Sospecha Films para Netflix, creada por Sergio G. Sánchez, 105

Amantes (Vicente Aranda, 1991), 105

Amnesia (Barbet Schroeder, 2015), 162

Andalucía con Michael Portillo (*Portillo's Andalucía*, 2023), serie de Curve Media para Channel 5, 131

Andor (2022-2025), serie de Lucasfilm para Disney+, creada por Tony Gilroy, 54, 192

Arcane: League of Legends (2021-2024), serie de Fortiche Production y Riot Games para Netflix, creada por Christian Linke y Alex Yee, 176

As Bestas (Rodrigo Sorogoyen, 2022), 88

Asphalt (2024), serie de 3Cat, Goroka TV y Lastor Media para 3Cat, creada por Enric Álvarez, 58

¡A todo tren! Destino Asturias (Santiago Segura, 2021), 105

B

Bajo la piel de lobo (Samu Fuentes, 2017), 97, 98

Bearn o La sala de las muñecas (Jaime Chávarri, 1983), 163

Black Mirror (2011-), serie de Broke & Bones, House of Tomorrow y Zeppotron para Channel 4 y Netflix, creada por Charlie Brooker, 173

Índice filmografía

C

Campanadas a medianoche (Chimes at Midnight, Orson Welles, 1965), 84, 85

Casa en llamas (Casa en flames, Dani de la Orden, 2024), 71

Cerrar los ojos (Víctor Erice, 2023), 121, 122, 126, 130-132

Cobra Kai (2018-2025), serie de Overbrook Entertainment y Sony Pictures Television para Youtube Red, creada por Josh Heald, Jon Hurwitz y Hayden Schlossberg, 55

Comandante Fritz (Pavel Giroud, 2025), 178

D

Der Barcelona Krimi (2017-), serie de Dreamtool Entertainment para ARD, creada por Jochen Laube y Stefan Raiser, 55, 56

Der Nachname (Sönke Wortmann, 2022), 194

Desenterrando Sad Hill (Guillermo de Oliveira, 2018), 201, 204

Die drei ??? - Erbe des Drachen (Tim Dünschede, 2023), 177

Die drei ??? und der Karpatenhund (Tim Dünschede, 2025), 177

Dímelo bajito (Denis Rovira, 2025), 105

Doc Martin (2004-2022), serie de Buffalo Pictures y Homerun Productions para ITV, creada por Dominic Minghella, 96

Doctor Mateo (2009-2011), serie de Notro Films para Antena 3, creada por Pablo Olivares, Mauricio Romero, Olga Salvador y Guadalupe Rilova, 96, 97, 105

Doctor Zhivago (David Lean, 1965), 90

Doctor Who (2005-2022), serie de Bad Wolf y BBC Studios para BBC, creada por Sydney Newman, 191

E

Ein Sommer auf Lanzarote (Jophi Ries, 2016), 194

El bueno, el feo y el malo (Il buono, il brutto, il cattivo, Sergio Leone, 1966), 2, 3, 5, 7, 10, 16, 18, 20, 80, 84, 86, 89, 90, 201

El Cid (Anthony Mann, 1961), 90

El cochecito (Marco Ferreri, 1960), 40

El disputado voto del señor Cayo (Antonio Giménez-Rico, 1986), 218

El milagro de P. Tinto (Javier Fesser, 1998), 202, 218

El orfanato (Juan Antonio Bayona, 2007), 105

El Perfume. Historia de un asesino (Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders, Tom Tykwer, 2006), 58

El pícaro (1974-1975), serie de RTVE, creada por Fernando Fernán Gómez, 83

El secreto de Marrowbone (Sergio G. Sánchez, 2017), 105

El señor de los anillos (The Lord of the Rings, trilogía dirigida por Peter Jackson, 2001-2003), 207

El último arquero (Dácil Manrique de Lara, 2020), 174

El verdugo (Luis García Berlanga, 1963), 162

Enemigo mío (Enemy mine, Wolfgang Petersen, 1985), 191

Entrevías (2021-2024), serie de Alea Media y Mediaset España para Netflix, creada por Aitor Gabilondo y David Vermejo, 35

F

- Fast & Furious X* (*Fast X*, Louis Leterrier, 2023), 88
- Foundation* (2021-), serie de Milk & Honey Pictures, Skydance Television y Wild Atlantic Pictures para Apple TV+, creada por Josh Friedman y David S. Goyer, 192
- Furtivos* (José Luis Borau, 1975), 83

G

- Gute Zeiten, Schlechte Zeiten* (1992-), serie de Canary Pictures Vehicles y UFA Serial Drama para RTL, creada por Reg Watson, 55

H

- Hace un millón de años* (*One Million Years B.C.*, Don Chaffey, 1966), 191
- Hache* (2019-2021), serie de Weekend Studio para Netflix, creada por Verónica Fernández, 72
- Hierro* (2019-2021), serie de Movistar+, creada por Pepe Coira, 160

I

- Inconscientes* (Joaquín Oristrell, 2004), 72
- Infiesto* (Patxi Amezcua, 2023), 105
- Isabel* (2012-2014), serie de Diagonal TV para RTVE, creada por Javier Olivares, 87

J

- Jeromín* (Luis Lucia, 1953), 83
- Juana la Loca* (Vicente Aranda, 2001), 218
- Juego de Tronos* (*Game of Thrones*, 2011-2019), serie de Bighead Littlehead, Generator Entertainment, Grok! Studio y Television 360 para HBO, creada por David Benioff y D.B. Weiss, 12, 54, 160, 207, 208, 216

K

- Kepler Sexto B* (Alejandro Suárez Lozano, 2023), 192
- Kundschafter des Friedens* (Robert Thalheim, 2017), 177

L

- La aldea maldita* (Florián Rey, 1930), 83
- La barranca de los monstruos* (*La galerie des monstres*, Jaque Catelain, 1924), 83
- La casa del dragón* (*House of the Dragon*, 2022-), serie de 1:26 Pictures y Home Box Office para HBO, creada por Ryan J. Condal y George R.R. Martin, 121, 122, 130
- La casa de papel* (2017-2021), serie de A-tresmedia y Vancouver Media para Netflix, creada por Álex Pina, 12, 36, 40, 88
- La hojarasca* (Macu Machín, 2024), 174
- La huella del mal* (Manuel Ríos San Martín, 2025), 88, 202, 219
- Las leyes de la frontera* (Daniel Monzón, 2021), 71
- La Mesías* (2023), serie de Suma Content para Movistar Plus+, creada por Javier Ambrossi y Javier Calvo, 71

Índice filmografía

La palabra maldita (Javier Álvarez Sólis, 2021), 103

La petición (Pilar Miró, 1976), 83

La playa de los ahogados (Gerardo Herretero, 2015), 118

La Resistencia (2018-2024), programa de El Terrat para Movistar Plus+, creado por David Broncano, 151, 152, 154

La señora (2008-2010), serie de Diagonal TV para RTVE, creada por Virginia Yagüe, 105

La sociedad de la nieve (Juan Antonio Bayona, 2023), 105

La última noche en Tremor (2024), serie de Acanilado Studio, Colosé Producciones, Juanita Films, Sospecha Films y Think Studio para Netflix, creada por Oriol Paulo y Jordi Vallejó, 71, 105

La unidad (2020-2023), serie de Buendía Estudios, Movistar Plus+ y Vaca Films para Movistar Plus+, creada por Dani de la Torre y Alberto Marini, 121, 130

La viajante (Miguel Mejías, 2020), 174

La virgen roja (Paula Ortiz, 2024), 36

La zona (2017), serie de Movistar+, creada por Jorge Sánchez-Cabezudo y Alberto Sánchez-Cabezudo, 105

Lena (Gonzalo Tapia, 2001), 118

Los cuatro Fantásticos: Primeros pasos (*The Fantastic Four: First Steps*, Matt Shakman, 2025), 89, 105

Los abrazos rotos (Pedro Almodóvar, 2009), 88, 191

Los constructores de la Alhambra (Isabel Fernández, 2022), 130

Los desastres de la guerra (1983), serie de RTVE, creada por Mario Camus, 83

Los Farad (2023), serie de Espotlight Media y Mod Producciones para Amazon Prime Video, creada por Mariano Barroso y Alejandro Hernández, 212, 130

Los girasoles ciegos (José Luis Cuerda, 2008), 83

Los lunes al sol (Fernando León de Aranoa, 2002), 118

Luna caliente (Vicente Aranda, 2009), 218

M

Machos Alfa (2022-), serie de Contubernio Films para Netflix, creada por Alberto Caballero, Laura Caballero y Daniel Deorador, 153

Mano de hierro (2024), serie de The MediaPro Studio para Netflix, creada por Lluís Quílez, 71

Más bonita que ninguna (Luis César Amadori, 1965), 191

MasterChef España (2013-), programa de EndemolShine Iberia para RTVE, 36, 88

Mientras dure la guerra (Alejandro Amenábar, 2019), 88

More (Barbet Schroeder, 1969), 162

Mrs. Davis (2023), serie de Warner Bros. Television para Peacock, creada por Tara Hernández y Damon Lindelof, 71

Muerte bajo el sol (*Evil under the Sun*, Guy Hamilton, 1982), 162-164

N

Nacho (2023), serie de StarzPlay, Bambú Producciones y La Claqueta para Atresplayer Premium, creada por Teresa Fernández-Valdés, Ramón Campos y Gema R. Neira, 145

Nos vemos en otra vida (2024), serie de Kubik Films y Nos Vemos Producciones para Disney+, creada por Jorge Sánchez-Cabezudo y Alberto Sánchez-Cabezudo, 105

Índice filmografía

O

Ocho apellidos vascos (Emilio Martínez-Lázaro, 2014), 207

Operación Marea Negra (2022-2024), serie de Ficción Producciones y Ukbar Filmes para Amazon Prime Video, creada por Patxi Amezcua, Natxo López y Javier Echániz, 109, 110

P

Parenostre (Manuel Huerga, 2025), 58

Palmeras en la nieve (Fernando González Medina, 2015), 174

R

Rauhantekijä (*Peacemaker*, Antti-Jussi Annala, 2020), 173

Reina Roja (2024-2025), serie de Dopamine y Scenic Rights para Amazon Prime Video, creada por Amaya Muruzábal, 36

Rendir los machos (David Pantaleón, 2021), 174

Romería (Carla Simón, 2025), 116

Rosebush Pruning (Karim Aïnouz, 2025), 56

S

Sacamantecas (David P. Sañudo, 2026), 219

Segundo premio (Isaki Lacuesta y Pol Rodríguez, 2024), 121, 128, 132

Sin huellas (2023), serie de Amazon MGM Studios y Zeta Studios para Amazon Prime Video, creada por Sara Antuña,

Carlos de Pando, Héctor Beltrán Gimeno y Gabriel Ochoa, 71

Si yo fuera rico (Álvaro Fernández Armero, 2019), 105

Sonnenplätze (Aaron Arens, 2024), 194

Soy Nevenka (Iciar Bollaín, 2024), 88

Still Star-Crossed (2017), serie de Shondaland para ABC, creada por Heather Mitchell, 84

T

Tarde para la ira (Raúl Arévalo, 2016), 88

Teresa de Jesús (1984), serie de RTVE, creada por Josefina Molina, 83

Terminator: Dark Fate (Tim Miller, 2019), 88

The Beast (Renny Harlin, 2025), 171

The Crown (2016-2023), serie de Left Bank Pictures y Sony Pictures Television para Netflix, creada por Peter Morgan, 54

The Full Monty (Peter Cattaneo, 1997), 54

The Mallorca Files (2019-), serie de Clerkenwell Films y Cosmopolitan Pictures para BBC, creada por Dan Sefton, 162

The Mandalorian (2019-), serie de Fairview Entertainment, Golem Creations, Lucasfilm y Walt Disney Studios para Disney+, creada por Jon Favreau, 164

The Mother (Niki Caro, 2023), 173

The Night Manager (2016-2025), serie de Demarest Films y The Ink Factory para BBC, creada por David Farr, 71

The Penguin Lessons (Peter Cattaneo, 2024), 54

Todos los nombres de dios (Daniel Calparsoro, 2023), 36

Índice filmografía

Todos mienten (2022-2024), serie de Arca Audiovisual, Filmax y Movistar Plus+ para Movistar Plus+, creada por Pau Freixas, 72

Toro (Kike Maíllo, 2016), 118

U

Un asunto privado (2022), serie de Bambú Producciones para Amazon Prime Video, creada por Ramón Campos, Teresa Fernández-Valdés y Gema R. Neira, 118

Uncharted (Ruben Fleischer, 2022), 55

Un hombre de acción (Javier Ruiz Caldera, 2022), 118

Un volcán habitado (José Víctor Fuentes y David Pantaleón, 2023), 174

V

Vampire Academy (2022), serie de My So-Called Company y Universal Television para Peacock, creada por Marguerite MacIntyre y Julie Plec, 103

Vicky Cristina Barcelona (Woody Allen, 2008), 105

Volver a empezar (José Luis Garci, 1982), 106

W

Way Down (Jaume Balagueró, 2021), 36

White Lines (2020), serie de Left Bank Pictures y Vancouver Media para Netflix, creada por Álex Pina, 154

Who Is Erin Carter? (2023), serie de Left Bank Pictures para Netflix, creada por Jack Lothian, 55, 71