

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 fílmico 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 *runaway 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 Andúgar / 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 filmico 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-Bengochea, 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.