

“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 cuatro 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.