

Film Commission y Film Office como agentes consolidados de la industria en el marco del desarrollo del Hub Audiovisual en España (2022)

*Film Commission eta Film Office, Espainiako Ikus-entzunezko
Hubaren garapenaren esparruan industriaren agente kontsolidatu gisa*

Film Commission and Film Office as a consolidated industry players
in the framework of the development of the Audiovisual Hub in Spain
(2022)

Isabel Sarabia Andúgar*, Josefina Sánchez Martínez
Universidad Católica de Murcia

RESUMEN: La Film Commission / Film Office es un actor de la cadena de valor de la industria audiovisual al que, desde la perspectiva académica de la Comunicación Audiovisual, se le ha prestado muy poca atención, pero que, sin embargo, se erige como uno de los dispositivos de apoyo a la producción de especial relevancia. Por este motivo, el objetivo de la investigación consiste en conocer el nivel de desarrollo de este agente dinamizador de la industria audiovisual y del territorio, a través de un estudio sincrónico realizado en el año 2022. Con los datos se obtiene una fotografía fija de las oficinas de atracción de rodajes en España, un sector que, sin duda, constituye un valioso activo para la implementación del Plan «España, Hub Audiovisual de Europa».

PALABRAS CLAVE: comisiones filmicas; territorio; promoción; organización; servicio; audiovisual.

ABSTRACT: *The Film Commission / Film Office is an actor in the value chain of the audiovisual industry which, from the academic perspective of Audiovisual Communication, has received very little attention but which, nevertheless, stands as one of the particularly relevant production support mechanisms. For this reason, the aim of the research consists of finding out the level of the development of this agent that stimulates the audiovisual industry and the territory, through a synchronous study carried out in 2022. The data provides a snapshot of the filming attraction offices in Spain, a sector that is undoubtedly a valuable asset for the implementation of the «Spain, Audiovisual Hub of Europe» Plan.*

KEYWORDS: *territory; promotion; organization; industry; service; audiovisual.*

* **Correspondencia a / Corresponding author:** Isabel Sarabia Andúgar. Universidad Católica San Antonio de Murcia, Campus de los Jerónimos. (Guadalupe, 30107 Murcia-España) – isarabia@ucam.edu – <https://orcid.org/0000-0001-6404-5847>

Cómo citar / How to cite: 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)», *Zer*, 27(53), 303-328. (<https://doi.org/10.1387/zer.23532>).

Recibido: 18 marzo, 2022; aceptado: 15 octubre, 2022.

ISSN 1137-1102 - eISSN 1989-631X / © 2022 UPV/EHU



Esta obra está bajo una Licencia
Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

1. Introducción

Los términos *film commission* y *film office* hacen referencia a una entidad sin ánimo de lucro (Figueira *et al.*, 2015) dedicada a promocionar y fomentar un rodaje en su territorio. Autores como Ramahí (2011) y Hermida *et al.* (2003) señalan la tradicional diferenciación teórica entre los dos vocablos, en la que se le atribuye a la comisión el rango de entidad independiente y con un mayor ámbito de operación, mientras que a la oficina se le otorga una menor influencia territorial. Por lo tanto, las diferencias entre *film commission* y *film office* afectan al ámbito de actuación, y no a las funciones que desempeñan. En la redacción del documento, también se acudirá a las diferentes versiones latinas de los dos conceptos como *comisión filmica*, *oficina filmica*, *oficina de atracción de rodajes*, *oficina de rodajes* y *agencia de cine*.

La Association of Film Commissioners International (AFCI)¹ define la comisión filmica como «...a specialized office under the authority of a government entity, or administrative office, with the purpose of promoting the region through the development of film, video, and multimedia production» (AFCI, <https://afci.org/>). Por tanto, en lo que concierne a su titularidad, la Film Commission (FC) y la Film Office (FO) se desarrollan en el seno de una institución pública, con carácter local, provincial o autonómico y se articulan bien como oficinas municipales especializadas, o bien como «entidades independientes vinculadas a la administración local mediante la suscripción de acuerdos» (Ramahí, 2011: 227). La principal misión de estas oficinas es apoyar el trabajo de una productora audiovisual externa o local desde el mismo momento en el que la compañía manifiesta cierto interés por alguna de las localizaciones situadas en el territorio bajo su competencia. Al tratarse, además, de un servicio gratuito (Ghedini, 2007; Ramahí, 2011; Figueira *et al.*, 2015) ofrecido desde una entidad pública, la oficina es objeto de políticas y en su gerencia pueden intervenir diferentes departamentos y áreas de la administración.

Para poder llevar a cabo su finalidad última, promocionar un territorio a través del desarrollo de un contenido audiovisual, la oficina filmica despliega múltiples funciones previas.

La creación de un catálogo de localizaciones constituye la primera tarea de la Film Commission. La búsqueda de espacios y la posterior creación de un directorio fotográfico de calidad y bien documentado es fundamental para ayudar a la atracción de rodajes en una región. Esta aseveración se ve refrendada a través de las palabras de Cucco y Richeri cuando inciden en que «the quality of this archive

¹ La Association of Film Commissioners International (AFCI) es el organismo de máxima representación de la actividad de las oficinas filmicas y reúne a más de 300 agencias de todo el mundo.

depends on the variety and wealth of its images, how it is organized and how user-friendly» (2011 a: 10). A este catálogo se le debe proporcionar una correcta visibilidad a través de adecuadas estrategias de difusión. En este sentido, la página web es el instrumento más versátil y efectivo para dar a conocer las actividades de una oficina de atracción de rodajes. Dado que se trata de «conseguir que el usuario pueda utilizar el *website* para realizar un número elevado de actividades» (Bellas, 2003: 57), la operatividad de la página web es determinante para satisfacer las necesidades de información.

La segunda función de la Film Commission es la elaboración de un directorio de servicios especializados dirigidos a la industria audiovisual. La FC/FO actúa como enlace entre las productoras dispuestas a rodar en su territorio y todas las empresas de servicios para la producción, empresas auxiliares (logística, alojamiento, *catering*, transporte, entre otras) y profesionales del sector audiovisual local, construyendo a tal efecto un catálogo actualizado con toda la información de contacto. Al igual que sucede con la base de datos de las localizaciones, el directorio de empresas, servicios y profesionales también debe estar disponible en el menú de la página web de la oficina fílmica.

En definitiva, su misión es promover su espacio de cobertura como emplazamiento de rodaje convirtiéndose así en «una herramienta de desarrollo económico territorial de la industria audiovisual» (Ramahí, 2011: 228), pero también de la industria de la hostelería y el turismo, dada la incidencia directa del sector en su entorno y, por supuesto, del carácter difusor de su patrimonio (Redondo, 2000: 15). Para conseguir este objetivo, las oficinas fílmicas entienden que la difusión de la imagen del territorio es fundamental, por lo que, además de las acciones operativas internas descritas, programan de forma periódica actividades de promoción externa en ferias y en eventos internacionales, en los que se trasladan las bondades de sus emplazamientos en términos patrimoniales y audiovisuales. De nuevo, la prioridad, como señala el profesor Martínez Hermida es «vender el territorio y la industria e informar sobre sus valores» (2003: 25). Aunque no todo se reduce a la asistencia a festivales internacionales ya que, en muchas ocasiones, se recurre a la organización de *fam trips* para acercar las localizaciones a los profesionales (Marcos, 2015).

En este sentido, es preciso incidir en que la correcta gestión de una oficina de rodajes proporciona beneficios para dos industrias: la audiovisual, a través de la inversión que genera un rodaje en un territorio en términos de empleo y contratación de servicios; y la turística, a través, no solo, del gasto realizado en establecimientos hoteleros y restauración durante el rodaje, sino también por la incidencia económica que proporciona la atracción de visitantes a una determinada localización en la que se ha producido ese rodaje. Aunque el efecto positivo recae en ambos sectores, Marcelo Martínez Hermida, advierte que, en ocasiones, este puede inclinarse más en un

sector que en otro dependiendo, de un lado, del modelo de FC/FO de que se trate y, de otro, del ámbito o área de la institución pública en la que se ha desarrollado la iniciativa —cultura, turismo, fomento...— (Martínez Hermida, 2003).

De este modo, autores como Palmi, Caputo y Turco señalan ese aspecto en los siguientes términos: «FCs are traditionally considered territorial attraction agencies that act by making the territorial potentialities operate systematically, bringing cinema and audiovisual productions - and through them, promoting the territory as well. Therefore, on the one hand they aim to benefit from the production economically; on the other hand, they try to capitalize on the territory image promotion, thanks to the ability of audiovisual products to function as tourist attraction factors» (Palmi *et al.*, 2016: 57). El profesor Marcelo Martínez también insiste en esta virtud de las FCs, aludiendo a un papel orientado tanto al impulso de la actividad audiovisual en el territorio, como a la explotación del retorno por la actividad audiovisual que una productora ha tenido en ese lugar. Reforzando el matiz de la rentabilidad turística de la actividad de la Film Commission, el investigador Eugeni Osácar apunta, por su parte, a la virtual colaboración entre estas agencias y las Destination Management Organizations unidas en el propósito de desarrollar un «nuevo marketing estratégico y operativo aplicado al turismo cinematográfico» consistente en «atraer grandes producciones a los escenarios naturales, captar nuevos segmentos de público, aumentar las visitas a lugares menos conocidos, posicionar el destino o crear nuevos productos turístico-culturales» (Osácar 2016: 845-846).

La oficina filmica ejerce, como tercera función, el papel de intermediaria entre la productora y las instituciones públicas. Entre los servicios ofrecidos, destaca el apoyo en materia de gestión de permisos (de rodaje en edificios públicos y privados), trámites administrativos (visados), autorizaciones (de ocupación de espacio público, de servicios como cortes de tráfico, de alteración de mobiliario urbano), reservas de aparcamiento y asesoramiento sobre incentivos fiscales. De esta forma, como subraya el profesor Roberto Bellas, gracias a las relaciones permanentes de las FCs/FOs con los organismos públicos, «la empresa cliente se desentiende de las tareas burocráticas y los trámites se agilizan» (2003: 50). Las acciones que realizan las FCs, atendiendo a las funciones descritas anteriormente (búsqueda de localizaciones, asesoramiento, facilitación de información, tramitación de permisos), suponen una significativa labor de mediación. Es lo que Castelló denomina un *modelo de interrelación comunicativa* (Hermida *et al.*, 2003) entre el sector de la industria local, la administración y las empresas de producción audiovisual que van a rodar en su territorio.

Además de la implementación de estas técnicas de relaciones públicas, la oficina de rodaje lleva a cabo una importante estrategia comunicativa informando

puntualmente de sus actividades a través de informes y de notas de prensa, que dan lugar a piezas informativas en medios convencionales y redes sociales. Estas actuaciones en materia de comunicación se enmarcan en la cuarta función que desempeña la FC. La investigadora Diana Ramahí (2011) explica que la promoción se realiza a tres niveles. Por una parte, el rodaje de una producción audiovisual conlleva la presencia de un equipo en la zona, por lo que «se favorece el conocimiento directo del emplazamiento por parte de los miembros del rodaje» (2011: 231). Por otra parte, la presencia de actores y directores reconocidos, así como el despliegue técnico de un rodaje, suscita notoriedad, provocando así un reclamo mediático generador de publicidad gratuita. Es la estrategia conocida como *publicity* (García Nieto, 1999: 37; Micaletto y Cano, 2018). Por último, la localización actúa como una marca comercial y se convierte en lo que sería una reformulación del denominado *brand placement* (Del Pino y Olivares, 2006). De modo que, a través de estas efectivas técnicas de comunicación, el público accede a la información sobre un determinado rodaje y, por extensión, también sobre el propio territorio en el que se efectúa.

Tal y como ha quedado expuesto, el producto audiovisual realizado en una región es una «enorme arma de publicidad (...)» (Nieto, 2015 a: 304), por lo que su promoción constituye una de las formas más eficaces de dar a conocer un destino turístico (González Bennett y Nieto, 2014). Así se ha demostrado a través de numerosas investigaciones científicas centradas principalmente en la repercusión turística de un rodaje en un territorio (Busby y Klug, 2001; Osácar, 2009 y 2016; Hellín y Martínez Puche, 2009; Nicosia, 2015 a y b; Arismendi, Ballester y Martínez Puche, 2021). La influencia del cine en la industria del turismo no es nueva. De hecho, el concepto de *movie induced tourism* (o *screen tourism*) se acuñó en 1992 por Riley y Van Doren y cobró fuerza en 1998 cuando se utilizó como instrumento con el que «evaluar el incremento de las visitas a las localizaciones donde se desarrolla la acción de famosas películas comerciales» (Hernández Ramírez, 2004: 3). Actualmente, la novedad reside en la revitalización del concepto por parte de las FCs/FOs que buscan originales fórmulas publicitarias (mapas de cine, rutas cinematográficas) para obtener la mayor rentabilidad posible.

Si bien las investigaciones desde el área de Turismo, en las que se aborda la incidencia de las FC/FO en esa industria son frecuentes, son escasos sin embargo los estudios científicos desde el área de la Comunicación Audiovisual en los que se tratan los beneficios adicionales de las FC/FO al sector. Como excepción, hay que citar algunos trabajos como los realizados en torno al impacto económico directo que dejan las producciones en una localidad (Cucco y Richeri, 2011 a, 2011 b) o la dinamización de distintos sectores de la industria en un determinado territorio (Cucco, 2013; Nieto, 2015b; Nieto *et al.*, 2018; Sarabia y Sánchez, 2019; Nieto y Hernández Rangel, 2019; Cucco y Riqueri, 2021).

En el año 2021 el gobierno español lanza El Plan «España, Hub Audiovisual de Europa», de dinamización de la inversión y desarrollo del sector audiovisual². Se trata de un «plan de actuación global que quiere transformar el actual ecosistema audiovisual español en su conjunto, considerando el sector en un sentido amplio» (2021: 4)³. Entre las propuestas expresadas en él, se destaca, por su relación directa con el objeto de esta investigación, la medida número cuatro «Programa de atracción de rodajes e inversión exterior». Las actuaciones contempladas en este apartado refuerzan una actividad que cuenta con cierta andadura en España liderada por el sector de las FCs/FOs. De ahí la implicación de la Spain Film Commission (SFC) en la estrategia del gobierno para la ejecución de sus políticas de revitalización del sector audiovisual⁴.

Por lo tanto, atendiendo al punto de partida descrito, en el que la FC/FO es un activo de las políticas de impulso al Hub Audiovisual, cuyo propósito es atraer rodajes al territorio español, se ha realizado un estudio sincrónico en 2022 (con cierre en octubre) mediante el cual se procura alcanzar cuatro objetivos. El primero aspira a identificar las oficinas filmicas activas en el territorio español en el periodo de tiempo propuesto; el segundo pretende establecer los territorios de cobertura de actuación de cada una de las oficinas de atracción de rodajes; el tercero consiste en analizar la organización operativa de cada una de las oficinas filmicas; y el cuarto reside en evaluar la extensión del servicio en el territorio nacional, para finalmente determinar la dimensión de la prestación de este servicio en el conjunto del territorio de España.

² El Plan «España Hub Audiovisual de Europa» es el componente 25 del Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia presentado por el Gobierno español el 21 de abril de 2021 y aprobado por la Comisión Europea el 16 de junio de este año. Dicho componente incorpora una reforma y una inversión (I1) para convertir España en el hub audiovisual de Europa (Spain AVS Hub). El Plan se ha fijado como hito aumentar la producción audiovisual en un 30 por ciento en el plazo 2021-2025» (Real Decreto 937/2021, de 26 de octubre, 2).

³ <https://portal.mineco.gob.es/es-es/TID/hub-audiovisual/Paginas/el-plan.aspx>

⁴ El gobierno español ha sido consciente de la necesidad de revitalizar el sector audiovisual, muy perjudicado durante la primera fase de la pandemia originada por el Covid-19, y del atractivo económico que supone el turismo derivado de los rodajes. Además, ha sabido reconocer el trabajo de la Spain Film Commission (SFC) como entidad que lleva veinte años atrayendo rodajes internacionales al territorio español. Estas tres circunstancias (la revitalización del sector audiovisual, el fortalecimiento del *screen tourism* y el gran esfuerzo realizado desde la SFC) ha dado como resultado la concesión directa de una subvención a SFC. El detalle de los objetivos de esta subvención viene expresado en el documento en que se ha publicado de Disposición 17463 del BOE del miércoles 27 de octubre de 2021. Real Decreto 937/2021, de 26 de octubre, por el que se regula la concesión directa de una subvención a SFC en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

2. Metodología

Con el fin de dar respuesta al primer objetivo de este trabajo, que pretende identificar las oficinas filmicas activas en el territorio español en el año 2022, se ha acudido como punto de partida a la base de datos de la Spain Film Commission (SFC) para registrar las entidades asociadas que figuran en ella. Dado que no todas las oficinas están adscritas a la SFC a fecha de finalización del estudio, se ha optado por realizar una búsqueda sistemática a través de las webs tanto de las comunidades autónomas que no aparecían en la SFC como de las provincias y capitales de provincias en esa misma situación. Con el fin de localizar otras oficinas activas y confirmar en algún caso la continuidad de alguna de ellas se ha recurrido asimismo a la consulta directa a través de correo electrónico y llamadas telefónicas a instituciones y a las propias Film Commissions, lo que ha permitido confirmar la información obtenida y, en algún caso, completar el mapa de oficinas.

Para conseguir información que ayude a establecer tanto el segundo objetivo, relacionado con los niveles de cobertura, como el tercero, vinculado a la organización operativa de las oficinas filmicas, se han utilizado dos métodos de investigación. En primer lugar, se ha efectuado un vaciado de fuentes primarias, que ha incluido la revisión de bibliografía, de prensa regional / local, y de las páginas webs de las FCs/FOs. En segundo lugar, se ha trabajado con fuentes secundarias, que ha implicado la exploración en directorios municipales y catálogos específicos a través de búsquedas filtradas por localidades.

La metodología que ha permitido evaluar el cuarto objetivo asociado a la extensión del servicio de las FCs/FOs en el territorio español ha sido fundamentalmente analítica, una vez que se ha registrado toda la información.

Los datos se han recopilado a través de una ficha estructural, que ha servido para sistematizar y organizar los pormenores de la investigación antes de ser evaluados.

TABLA 1
Ficha de recogida de datos

COMUNIDAD AUTÓNOMA			
Nombre	Uniprovincial / Pluriprovincial	Número municipios	
Entidad de ámbito regional			
Denominación			
Área de competencia de la iniciativa			
Institución a la que está adscrita			
Modelo de gestión /organización del servicio			
N.º de municipios cubiertos			
Pertenenencia/SFC/EUFCN/AFCI			
Entidades de proximidad			
Ámbito provincial	Denominación /web	N.º de municipios cubiertos	Pertenencia/SFC/EUFCN/AFCI
Ámbito comarcal	Denominación /web	N.º de municipios cubiertos	Pertenencia/SFC/EUFCN/AFCI
Ámbito insular	Denominación/web	N.º de municipios cubiertos	Pertenencia/SFC/EUFCN/AFCI
Ámbito local	Denominación /web	Pertenenencia/SFC/EUFCN/AFCI	

Fuente: elaboración propia.

3. Resultados

Las FCs/FOs tienen una arraigada trayectoria en España desde su nacimiento a mediados de la década de los 90 del siglo xx. Canarias fue la región pionera en articular este tipo de instrumento para captar y explotar rodajes en el territorio. Le siguieron la ciudad de Barcelona y la Región de Andalucía (Rosado y Querol, 2006: 84). En la actualidad existe al menos una Film Commission o Film Office, con mayor o menor actividad, en cada una de las 17 comunidades autónomas.

La mayor parte de las oficinas filmicas españolas están adscritas directamente o a través de las entidades a las que pertenecen a la «Asociación Española de Comisionados de Filmaciones, Cine y Televisión», bajo la marca Spain Film Commission (SFC). Se trata de una entidad sin ánimo de lucro que reúne más de 30 oficinas de distintas coberturas⁵, y que asume la representatividad del sector. Esta red nacional se constituyó en marzo de 2001 y, como señalan sus fundadores, «pese a que todos los miembros de Spain Film Commission han de pertenecer al sector público, SFC no está integrado en la estructura de las instituciones públicas representativas del Audiovisual» (Rosado y Querol, 2006: 84). Cumple entre otras misiones con la «Interlocución con la administración central, territorial y municipal para potenciar la industria de rodajes; Colaboración con la administración para la creación de un sistema de incentivos fiscales eficiente; Apertura de nuevos mercados internacionales; e Impulso del turismo cinematográfico»⁶.

En España las oficinas filmicas se organizan por niveles territoriales. La Spain Film Commission (SFC) constituye el marco nacional de referencia bajo el cual se articulan las entidades de las diferentes coberturas —regional, provincial, comarcal e incluso local—.

El estudio realizado toma la región como unidad territorial de análisis para descender desde el ámbito autonómico hasta el municipal, explorando en el proceso todas las manifestaciones de oficinas filmicas activas en esos espacios. De este modo, a fecha de cierre de la investigación (octubre de 2022), en España se encuentran en funcionamiento 14 comisiones regionales, 16 provinciales, 9 insulares, 28 comarcales, 28 locales de capital de provincia que se suman a las municipales.

Los resultados derivados de la investigación se organizan en torno a dos grandes bloques. En el primer bloque se establecen las diferentes modalidades de gestión de las FCs/FOs a partir de la presencia de una oficina filmica regional. Y en el segundo bloque se registra la participación de las oficinas filmicas españolas en los órganos de representación nacionales e internacionales, en su ánimo de lograr una mayor proyección y visibilidad.

3.1. MODALIDADES DE GESTIÓN

3.1.1. *Oficinas filmicas de gestión centralizada*

En algunas comunidades autónomas el servicio de atracción y atención de rodajes en el territorio se ha planteado mediante la puesta en marcha de una oficina fil-

⁵ Estas se recogen en la tabla 2 del presente trabajo.

⁶ <http://www.shootinginspain.info/es/quienes-somos>

mica de ámbito regional con capacidad para dar cobertura y gestionar directamente la actividad en la totalidad de los municipios de su competencia. En la mayoría de los casos es la única oficina implementada en el territorio.

La Film Commission, constituida por el Gobierno autonómico, que actúa a modo de ventanilla única para cubrir las necesidades de la región, responde a un modelo de gestión centralizada en la que el responsable de la oficina ejerce como interlocutor único entre los equipos de producción audiovisual, los usuarios de los servicios de apoyo a rodaje y las administraciones locales afectadas. Como se podrá observar más adelante, en unos casos en la web de la oficina regional solo figuran los datos de contacto del equipo de esta, mientras que en otros se facilita también el de los ayuntamientos cubiertos por el servicio. En todos los casos, sin embargo, una de las principales responsabilidades de la film commission autonómica es la promoción nacional e internacional de las bondades del territorio como escenario de rodajes, participando en encuentros, mercados de localizaciones, festivales, y eventos audiovisuales de diferentes ámbitos.

La Rioja, Castilla La Mancha, Cantabria, Navarra, Extremadura y Asturias

Hay seis comunidades autónomas que han optado por este modelo, cuya iniciativa de puesta en marcha del servicio en algunos casos procede del área de turismo —La Rioja (La Rioja Turismo)—. En otros está vinculado al ámbito empresarial —Castilla La Mancha (Consejería de Economía, Empresas y Empleo)—, o bien al de cultura —Cantabria (Consejería de Universidades, Igualdad, Cultura y Deporte) y Navarra (Impulsa Cultura Deporte y Ocio)—. También es frecuente que el interés se origine de la convergencia de cultura y turismo como es el caso de Extremadura (Consejería de Cultura, Turismo y Deporte), y de Asturias (Consejería de Cultura, Política lingüística y Turismo).

La tendencia a centralizar el servicio se identifica entre las comunidades uniprovinciales de Cantabria, Navarra, La Rioja, y Asturias, aunque también se acogen a este modo de gestión en otras dos pluriprovinciales como Extremadura y Castilla-La Mancha. Los gobiernos de todas estas regiones han optado por un enfoque del servicio en el que se han dotado de una oficina virtual con el propósito de operar y canalizar toda la actividad de rodaje sobre el conjunto de los municipios de su circunscripción.

La Cantabria Film Commission ejerce su actividad sobre 102 localidades, y La Rioja Film Commission sobre 174. En lo que respecta a Extremadura, otra de las comunidades que opera de modo centralizado, su oficina fílmica cubre un total de 388 localidades. En este caso, la oficina opera en nombre de estos municipios, en virtud de un convenio suscrito entre la Fundación Extremeña de Cultura, de la que

depende la entidad, y la Federación de Municipios de Extremadura. El acuerdo incluye la cobertura y promoción como potenciales espacios de rodajes de la totalidad de los municipios de la región.⁷

Por su parte, las oficinas de las comunidades de Castilla-La Mancha y Asturias, que también responden al modelo en el que se concentra la gestión del territorio, se ha activado un mecanismo propio de incorporación de ayuntamientos al engranaje de su Film Commission. En el caso de Asturias, los ayuntamientos, frecuentemente a través de sus mancomunidades, son invitados a unirse a la oficina filmica mediante la suscripción de un protocolo denominado «Rueda en Asturias». A cierre del estudio, siguiendo este mecanismo, la Asturias Film Commission cuenta con 62 localidades⁸. En la región manchega, el proceso consiste en que los municipios que aportan localizaciones al catálogo regional pasan automáticamente a integrarse en la «Red de espacios de Cine», sumándose así al territorio bajo patrocinio de la CMFC. En la segunda mitad de 2022, Castilla-La Mancha Film Commission había alcanzado la cifra de 325 municipios adscritos. Aunque se registra, de un lado, el hecho de que Guadalajara dispone de un espacio en la web del Ayuntamiento destinado a este servicio, y de otro, la existencia de la Ciudad Real Film Office, presente en el territorio en calidad de oficina creada por iniciativa de una asociación cultural, apoyada por financiación municipal, y dotada de web propia, en la web regional no se ofrece acceso a ellas.

Madrid, Islas Baleares

Hay dos comunidades uniprovinciales, Madrid y Baleares, cuyas oficinas filmicas regionales, si bien pueden incluirse en el modelo de gestión centralizada, presentan una ligera diferencia. Film Madrid está adscrita a la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, y cubre 179 municipios. Por su parte, Illes Balears Film Commission, activada desde el Instituto de las Industrias Culturales del gobierno autonómico balear, con un funcionamiento intermitente a lo largo de su trayectoria, abarca 67 localidades.

⁷ Nota de prensa FEMPEX (16/02/2021): «FEMPEX y la fundación extremeña de la cultura firman un convenio para promocionar los municipios de la región como escenarios de proyectos audiovisuales» <https://www.fempex.es/comunicacion/actualidad/555-fempex-y-la-fundacion-extremena-de-la-cultura-firman-un-convenio-para-promocionar-los-municipios-de-la-region-como-escenarios-de-proyectos-audiovisuales>

⁸ Más de 62 ayuntamientos y entidades colaboran con Asturias Paraíso Natural Film Commission para el desarrollo de proyectos cinematográficos en el Principado. (29/08/2021) <https://www.elbuscolu.com/noticias-asturias/ms-de-62-ayuntamientos-y-entidades-colaboran-con-asturias-paraso-natural-film-commission-para-el-desarrollo-de-proyectos-cinematograficos-en-el-principado/266435>

Uno de los rasgos distintivos de estas dos oficinas respecto al conjunto de entidades del modelo centralizado es que, si bien canalizan el servicio sobre la totalidad de sus municipios, sin embargo ofrecen la posibilidad a sus usuarios de poder contactar directamente con los ayuntamientos que resulten de interés. En este sentido, en sus webs facilitan dirección y teléfono de los consistorios así como de los responsables locales de rodajes, si los hay. Además, aportan contenido útil respecto al procedimiento de tramitación de permisos en cada lugar.

Otro de los factores que diferencian a estas dos comunidades de las anteriores es que, en estos territorios el servicio se ofrece a la totalidad de los municipios de su demarcación, a pesar de que exista alguna oficina fílmica de cobertura inferior. En el caso de la comunidad madrileña, existe otra entidad local. Se trata de City of Madrid Film Office, constituida en la capital madrileña, con funcionamiento autónomo, pero coordinada con la Film Madrid.

En cuanto a Illes Balears Film Commission, el territorio alberga otras tres entidades de proximidad, cuyos enlaces a sus páginas webs son ofrecidos en la portada de la plataforma virtual autonómica. Dos de ellas han sido creadas por iniciativa de sus respectivos consejos insulares —la Mallorca Film Commission, que es la oficina de mayor envergadura del archipiélago, y la Ibiza Film Office—. La tercera se presenta a escala local. Es la única oficina municipal de las Islas Baleares. Se trata de la Palma Film Office, desarrollada por el ayuntamiento de la capital.

3.1.2. *Oficinas fílmicas de gestión coordinada*

En el modelo de gestión coordinada, el modo de proceder de las oficinas autonómicas se caracteriza básicamente por el hecho de que, si bien estas entidades actúan como canal de interlocución entre productoras y el territorio regional en su conjunto, en este caso los espacios locales cuentan con entidades propias, fruto de la iniciativa de otras administraciones con competencias en esta materia —provincia, comarca, mancomunidades, isla y municipio—.

En algunos casos las oficinas derivadas de estas iniciativas nacen ya vinculadas o propiciadas por la film commission regional, mientras que en otros, si se han creado al margen de la oficina autonómica se suelen adherir a ella mediante convenio, contrato o simplemente aceptación de un protocolo. La finalidad de sumarse a la estructura autonómica no es otra que la de beneficiarse de todas las ventajas que la entidad regional está en disposición de aportarles. Estas agencias locales, en tanto que oficinas de proximidad, operan bajo el amparo de la oficina regional. Son coordinadas por lo tanto por estas, pero están gestionadas por las diferentes administraciones. De modo que, no solo se presentan como entidad individual, sino que ejercen su actividad de forma autónoma. Generalmente disponen de denominación

y espacio virtual propios, dotándose así de una mayor visibilidad en el conjunto del territorio.

En este contexto, la labor de la entidad autonómica reside esencialmente, de un lado, en lograr la máxima coordinación de las acciones de las oficinas bajo su patrocinio, optimizando sus recursos y propiciando la colaboración interinstitucional entre administraciones y servicios fílmicos de los diferentes ámbitos. De otro lado, le corresponde hacerse cargo de la promoción internacional de toda la comunidad autónoma como territorio de rodaje. Lo hace en representación y acompañada de las oficinas de proximidad, llevando nombre e imagen de la región y sus espacios tanto a ferias y mercados de localizaciones, como a festivales y cualquier evento audiovisual, entre otras vías de difusión.

Andalucía

La Andalucía Film Commission (AFC) es la primera entidad regional establecida en España. Está conformada como asociación sin ánimo de lucro, apoyada por un Consejo de Patronos integrado por Canal Sur Radio y Televisión, la Junta de Andalucía —a través de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte— y las Diputaciones de Cádiz y Málaga. En tanto que Asociación de Comisionados de filmaciones, cine y televisión tiene por objeto «representar, promover, coordinar y gestionar la red andaluza de film commissions y film offices ya existentes y las que se creen en el territorio andaluz cuyas marcas y denominaciones ostenta»⁹. Dispone de una web propia, en la que facilita información básica sobre el conjunto de la comunidad como potencial espacio de rodaje. Esta entidad encargada de la promoción del territorio, vertebra su servicio a través de la «Red de ciudades de cine» que le permite extenderse de forma más efectiva por la región. En octubre de 2022 son 27 los socios que figuran en la web de la AFC. La condición de asociado se obtiene mediante la suscripción por parte de la entidad interesada —municipio/provincia/comarca— del Convenio regulador para su integración en la Red de ciudades de cine de Andalucía Film Commission y el desarrollo de la oficina correspondiente.

A partir de su adhesión, el servicio que se activa adopta la denominación de Film Commission o Film Office, en función del territorio abarcado, a la que se añade el nombre de la provincia, comarca o municipio. Por otra parte, la entidad adquiere el derecho a usar la marca y logotipo de la AFC, lo que ha permitido a la red andaluza no solo unificar sino también extender y reforzar su imagen. Todas las oficinas adscritas están reseñadas en la web de la asociación, y en ella cuentan con un espacio para exponer tanto localizaciones del espacio del que se trate como datos

⁹ Estatutos sociales de la Asociación Andaluza de Comisionados de filmaciones, cine y televisión (AF).

de contacto y enlace a la web de la oficina, en caso de que disponga de este espacio propio.

Bajo el patrocinio de la Andalucía Film Commission se identifican oficinas provinciales, comarcales y locales. Entre las primeras, dos de las cuatro entidades de esa cobertura presentes en la región están adscritas a la AFC. Se trata, de un lado, de la Huelva Film Commission, y de otro, de la Málaga Film Commission, ambas creadas por sus respectivas Diputaciones, y adheridas a la red en 2022. Mientras la primera no dispone de portal en Internet, la segunda sí cuenta con él, y lo usa para ofrecer, entre otros contenidos, localizaciones organizadas en torno a las 9 comarcas¹⁰ de la provincia.

En la esfera comarcal se registran dos oficinas, Axarquía Film Office y Guadix Film Office. La primera, integrada en la mancomunidad de municipios de la Costa del Sol, abarca 31 localidades. Su servicio, accesible a través de una web propia, está configurado de forma centralizada. Actúa a modo de ventanilla única para todo el territorio. Y en lo que se refiere a Guadix Film Office, si bien está gestionada desde el Ayuntamiento de esa localidad, se expande al resto de la comarca en búsqueda de localizaciones.

En lo que respecta a la cobertura local, la Andalucía Film Commission cuenta con 16¹¹ oficinas de municipios de diferentes dimensiones que se suman a las ocho correspondientes a las capitales de provincia —Almería Film Office, Cádiz Film Office, Córdoba Film Office, Granada Film Office, Jaén Film Office, Málaga Film Office y Sevilla Film Office—. En la web de AFC se facilitan los enlaces web de las oficinas que tienen presencia en Internet —Málaga, Sevilla, Córdoba—, y los datos de contacto de aquellos servicios que no han desarrollado una oficina online.

Además de las localizaciones de sus asociados, la AFC ofrece información sobre espacios de otros 37 municipios que no se encuentran adscritos a la «Red de ciudades de cine» —13 en Málaga, 9 en Cádiz, 6 en Sevilla, 3 en Córdoba, y 2 en Huelva, Jaén y Granada— mediante los que se contribuye a la promoción del territorio en su propósito de atraer rodajes. En casi todos los casos se remite a las personas responsables de la AFC como interlocutoras para ampliar información sobre la localización.

En el territorio andaluz existen también otras dos Film Commissions provinciales no adheridas a la AFC. Se trata de Film in Granada y de Filming Almería. En

¹⁰ Antequera, Axarquía, Costa del Sol occidental, Guadalteba, Málaga, Serranía de Ronda, Sierra de las Nieves y Valle del Gualdhorce.

¹¹ Almería: Níjar, Tabernas; Cádiz: Rota, Puerto de Santa María, Jerez de la Frontera, Bornos; Córdoba: Cabra, Montilla, Priego de Córdoba; Málaga: Marbella; Sevilla: Alcalá de Guadaíra, Cazalla de la Sierra, Écija, Osuna, Carmona y Morón de la Frontera.

ambos casos, la entidad se ha constituido en el seno de su Diputación provincial, y dispone de web propia interactiva.

Aragón

En calidad de oficina fílmica de la región, Aragón Film Commission, cuya gestión ha sido encomendada a la Corporación aragonesa de Radio y Televisión, tiene como misión facilitar filmaciones en su territorio. Bajo el lema «Aragón es Film Friendly», desde su página web, la AFC reúne, y da acceso, a todas las oficinas desplegadas en su territorio. Aragón es la única comunidad pluriprovincial que, además de disponer de oficina regional, cuenta con una entidad de rodaje por cada una de sus provincias —Huesca Film Commission, Film Commission provincia Zaragoza y Teruel Film Commission—.

A estas oficinas virtuales, creadas a iniciativa de sus respectivas Diputaciones, se suman, de un lado oficinas como la Filmloneylands, una entidad supracomarcal que cubre 75 municipios de dos comarcas pertenecientes a dos provincias —35 localidades de la comarca zaragozana de Daroca, y 40 de la comarca turolense de Jiloca—.

Por otro lado, entre las oficinas comarcales, una de ellas es la Monegros Film Commission, cuyo territorio abarca 31 municipios de las provincias de Huesca y Zaragoza. Otras tres entidades de este ámbito están situadas en la provincia de Teruel. Se trata de la Film Sierra de Albaracín, que atiende la actividad cinematográfica en 25 municipios, la Film Bajo Aragón, que lo hace en 20 localidades, y la Film Matarraña que opera sobre 18 poblaciones.

En la órbita local se registra la Zaragoza Film Office, que ejerce su actividad como oficina de la capital de la comunidad autónoma, y la Film Teruel City, encargada de la atención y apoyo a los rodajes de la capital turolense.

Canarias

La comunidad autónoma de Canarias presenta una estructura de oficinas fílmicas basada en un sistema radial en cuyo centro se ubica la marca desarrollada por el Gobierno canario, Canary Islands Film, vinculada al Instituto Canario de Desarrollo Cultural. Bajo esta denominación no solo se agrupan todos los activos en términos de atracción de rodaje de las islas, sino que también se coordinan las acciones y ejecutan las políticas de promoción de todo el territorio canario como plató de cine. A través de su portal web, Canary Islands Film, se facilita información de interés para el desarrollo de rodajes, y se da acceso a las webs de todas las oficinas fílmicas del archipiélago. Todas las entidades constituidas en la Comunidad Autónoma de Canarias

son de cobertura insular, y han sido creadas por iniciativa de sus respectivos órganos de gobierno, los cabildos.

En la provincia de Las Palmas se registran tres oficinas: Gran Canaria Film Commission —que abarca 21 municipios—, Lanzarote Film Commission —que se extiende por 7 localidades—, y Fuerteventura —que actúa sobre 6 poblaciones—.

En lo que se refiere a la provincia de Santa Cruz de Tenerife, la agencia de mayor envergadura, no solo por el territorio abarcado —31 municipios— sino por su amplia trayectoria iniciada en el año 2000, es la Tenerife Film Commission. A ella se unen La Palma Film Commission y La Gomera Film, que cuentan con una oficina virtual propia, atienden respectivamente a 14 y 6 municipios. En cuanto a la isla de El Hierro, esta no dispone de oficina, pero desde la Canary Islands Film se aporta el contacto de una persona designada para atender rodajes.

Castilla y León

En la comunidad de Castilla y León, la oficina filmica virtual de la región se encuentra albergada en el portal de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte del gobierno autonómico a la que está adscrita. Como sucede en las demás entidades autonómicas del modelo coordinado, la Castilla y León Film Commission no solo aporta información general relacionada con el desarrollo de rodajes en su geografía, sino que también remite a las distintas oficinas filmicas que operan en su territorio, en su apartado de servicios.

En el área provincial se identifican tres entidades —Valladolid Film Commission, Soria Film Commission y Burgos Film Commission¹²—. Todas ellas son resultado de la cooperación interinstitucional en la medida en la que se han constituido sobre la base de la colaboración entre los ayuntamientos de las capitales y sus respectivas diputaciones provinciales. De modo que, las oficinas atienden las necesidades surgidas de los rodajes tanto de la capital como del resto de municipios de la provincia. La figura de la oficina filmica local está instaurada, de un lado, en otras cuatro capitales de provincia presentándose como Salamanca Film Commission, Segovia Film Office, Ávila Film Office y León Film Office¹³ —las dos primeras cuentan con una oficina virtual—, y de otro lado, en el municipio segoviano de Villa de Riaza bajo la denominación Riaza Film Office.

¹² La Burgos Film Commission aún no figura en la Página Web de la Castilla León FC a cierre del estudio (octubre de 2022).

¹³ León Film Office no está incluida entre los enlaces de la Castilla León FC a cierre del estudio (octubre de 2022).

En lo que respecta a las provincias de Palencia y Zamora, si bien no se ha impulsado ningún tipo de oficina, estas circunscripciones cuentan, sin embargo, con la cobertura del servicio de atención a rodajes, al amparo de la Castilla y León FC.

Cataluña

La Catalunya Film Commission (CFC) es una oficina articulada por el Institut de Industries Culturals del gobierno autonómico. Esta entidad comparte página web, información, servicios, y acciones de promoción del territorio con la Barcelona Film Commission, en virtud de un convenio de cooperación suscrito por los departamentos de cultura del Ayuntamiento de la capital y de la Comunidad Autónoma, renovado periódicamente. Esta colaboración permite la gestión conjunta de los catálogos de localizaciones, directorios de profesionales y otros contenidos de interés. Como entidad autonómica, la Catalunya Film Commission es, además, la promotora de la red «Ciudades catalanas Film Friendly», un conjunto de oficinas y servicios tejido a lo largo de los años, al que las instituciones locales pueden incorporarse voluntariamente mediante la firma de un Protocolo de adhesión. Este mecanismo es tan importante para el municipio que se suma a la estructura regional, como para la propia oficina filmica autonómica, ya que, de un lado, el municipio adquiere notoriedad al convertirse en potencial escenario de rodaje disponible y visible a través de la red y, de otro, la oficina logra estar presente en esas localidades, ampliando de ese modo el ámbito de cobertura del servicio, y ganando en diversidad de localizaciones y, por lo tanto, en competitividad.

La Catalunya Film Commission está integrada por 230 municipios a cierre de este estudio. Con la excepción de las oficinas que se citan a continuación, que o bien disponen de una web propia o tienen presencia en una institucional, hay que precisar que la mayoría de los municipios de la red no tiene capacidad para habilitar una plataforma virtual destinada a atención de rodajes. Su proyección se genera y canaliza, por lo tanto, a través de la CFC en la que ocupan un espacio individual empleado para presentar su territorio (municipio, comarca o mancomunidad), y en el que se incluyen imágenes de las localizaciones más destacadas, así como datos de contacto de la persona encargada *in situ* de responder a consultas y necesidades de los equipos de producción en materia de gestión de los permisos.

Del conjunto de oficinas de la comunidad, se observa que ninguna de ellas es de carácter provincial. Sí las hay de ámbito comarcal, subcomarcal y de mancomunidad en las cuatro provincias¹⁴. Entre las comarcales en las que se ha activado ofi-

¹⁴ El Berguedà, Osona, Lluçanès, Vall del Tenes son entidades del área de Barcelona. L'Alt Urgell, Pallars Jussà, Val d'Aran, L'Alt Ribagoça pertenecen a Lérida. Garrotxa, Vall de Camprodon, Vall de Ter-Brugent están en territorio de Gerona, y Conca de Barberá, L'Alt Camp, de Tarragona.

cina virtual, en Barcelona destacan la Maresme Film Commission, que da cobertura a 25 municipios adheridos a ella mediante la formalización por escrito de su colaboración, así como la Film Clúster Costa Barcelona-Film commission Gran Penedés, que representa a 19 municipios de las comarcas del Bajo Llobregat, Garraf y Penedés. Y en Gerona se encuentra la Cerdanya Film Commission, cuyo servicio se extiende por 17 municipios de la comarca.

Al descender al nivel local, entre las oficinas con web propia o apartado en la web municipal, se advierte la presencia, de un lado, de las oficinas filmicas de cabecera de provincia —Barcelona Film Commission (ya citada), Girona Film Office, Lérida Film Office, y Tarragona Film Office—, y de otro, de las ubicadas en el resto del territorio de las provincias. En la de Barcelona se registran varias —Terrassa Film Office / Parc Audiovisual de Cataluña, El Prat de Llobregat Film Office y Callella Film Office—. En Gerona hay que citar la Lloret Film Office y la Torroella de Montgrí i l'Estartit Film Commission-. Y, por último, en Lérida destaca la Sort Film Office.

Valencia

La Valencia Región Film asume la representación de toda la región a efectos de rodajes. Es una entidad creada en el marco del convenio suscrito entre la Agencia Valenciana de Turismo y la Asociación de productores audiovisuales valencianos (PAV), encargada de dar a conocer las bondades del territorio como plató y vertebrar el entramado de oficinas de diferentes ámbitos implementadas en la Comunidad Autónoma.

Es la última entidad en constituirse en la región, y a través de ella se da acceso a todas las oficinas filmicas presentes en la Comunidad Autónoma. Con la excepción del caso de Castellón, provincia en la que solo se registra una comisión municipal —la Peñíscola Film Office—, las oficinas operativas en el resto de la región, están integradas en las film commissions provinciales de Valencia y Alicante.

Film Valencia, impulsada desde su Diputación provincial, actúa como ventanilla única para una red de 22 municipios y comarcas, que han aceptado la invitación para convertirse en espacios Film Friendly. De un lado, reúne a 4 oficinas filmicas comarcales, de las cuales, la única que dispone de web propia es la Sagunto Film Office, que cubre toda la Comarca de Morvedre —16 municipios—. El resto solo aporta datos de contacto. Así lo hace Film Office Hoya de Buñol Chiva, que comprende 10 municipios, Film Office Ribera de Xúquer, que abarca 43 localidades, y Film Office Ademuz que da servicio a 6 poblaciones.

En el ámbito local, destaca la Valencia Film Office, que también está integrada en la oficina provincial. Se trata de la agencia del Ayuntamiento de la capital de la

comunidad, constituida con anterioridad a la creación de la propia Film Valencia, y dotada de oficina virtual. La Cullera Film Office también forma parte de la red Film Valencia y dispone asimismo de un portal propio. A estas oficinas de la provincia valenciana se suman otras 17 localidades que no tienen un espacio virtual, por lo que desde Film Valencia solo se facilitan datos de contacto como forma de acceder a sus servicios de atención a rodajes.

La Costa Blanca Film Commission es la oficina de la provincia de Alicante, impulsada desde la Diputación, que lidera la red «Oficinas Film Office Costa Blanca», conformada por 21 oficinas municipales a las que coordina, presta apoyo, y promueve. Entre ellas solo cuatro han activado una página web. Se trata de Alicante Film Office —la oficina de la capital de la provincia—, Campello Film Office, Benissa Film Office y Benidorm Film Office.

De las oficinas que no disponen de portal propio, algunas se presentan en un apartado de la web de su ayuntamiento —Denia Film Office, Santa Pola Film Office, Elche Film Office, Xabià Film Office, Alcoy Film Office y Altea Film Office—, mientras que de las demás solo se aportan los datos de contacto de la persona designada para la recepción de equipos de producción audiovisual.

3.1.3. Oficinas filmicas de gestión descentralizada

Las comunidades vasca, gallega, y murciana, si bien cuentan con oficinas filmicas a diferentes niveles territoriales, no han desarrollado sin embargo la figura de film commission autonómica encargada o bien de prestar y centralizar el servicio de atención de rodaje en su ámbito de cobertura, o bien de coordinar y apoyar la actividad de las oficinas creadas a ese efecto en su circunscripción.

País Vasco

La comunidad autónoma del País Vasco no dispone de oficina filmica regional que abarque todo el territorio. Si bien no existe el servicio con cobertura autonómica, sí se ha desplegado, a efectos de promoción del territorio, la marca Film Basque Country, «... que representa a las film commissions del País Vasco, activada como plataforma para promover la región como destino de producción de películas, para ayudar a elegir lugares, para proporcionar todo tipo de servicios...»¹⁵. Es, por lo tanto, la etiqueta utilizada para aludir al apoyo que se presta desde la comunidad vasca a los rodajes atraídos al territorio, una asistencia orquestada en la esfera provin-

¹⁵ <https://www.zineuskadi.eu/es/film-basque-country/co-17/>

cial y ejecutada a través de tres oficinas. Dos de ellas, San Sebastián-Guipúzcoa Film Commission y Bilbao-Bizcaia Film Commission, responden a un perfil y trayectoria muy similares. Ambas han sido lanzadas desde el ámbito municipal. Se han consolidado como oficinas locales convirtiéndose, pasados unos años, en comisiones de ámbito provincial, en virtud de sendos acuerdos de colaboración establecidos entre los ayuntamientos de San Sebastián y de Bilbao con sus respectivas Diputaciones.

Por último, en Álava, opera la Vitoria Gastéiz Film Commission. Es una oficina municipal que, a pesar de su condición de servicio local, presta apoyo en calidad de capital de provincia a otras poblaciones de su entorno.

Galicia

La Comunidad Autónoma de Galicia tampoco está dotada de una estructura autonómica de atención a rodajes en su territorio, aunque ha habido alguna iniciativa en esa dirección. En lo que se refiere al ámbito provincial hay que mencionar dos oficinas. De un lado, opera la Lugo Film Commission, una entidad que trabaja desde el Servizo de Audiovisuais de la Diputación de Lugo a través de su página web. De otro, una incorporación del tercer trimestre de 2022, es la Pontevedra Provincia Film Commission constituida por su diputación, a través de Turismo de Rias Baixas. Por su parte, aunque la Ourense Film Commission es presentada como oficina lanzada por la Diputación, a cierre del estudio aún no dispone de oficina virtual.

En cuanto al desarrollo de comisiones en el ámbito local, se registran varias agencias municipales. La Santiago de Compostela Film Commission es una de ellas. Se trata de la oficina de la capital de la Comunidad. Es una de las más veteranas de España cuya plataforma virtual está ubicada en la web del departamento de turismo del Ayuntamiento. Además, en la circunscripción de la Provincia de Pontevedra se registran varias agencias de proximidad. La Pontevedra Film Commission, implementada por su ayuntamiento, ejerce sus funciones a través de un portal propio. Y a esta se suman otras dos oficinas emprendidas en la ciudad de Vigo. Se trata de la Vigo Film Office y Vigo Film Commission. La primera está promovida por el Concello de Vigo, a través de la Fundación Vigo Convención Bureau y cuenta con su propia web, mientras que la segunda, si bien no nace de la iniciativa pública es una entidad sin ánimo de lucro desarrollada por una asociación de profesionales del sector audiovisual cuya misión también es dinamizar la actividad audiovisual en Vigo, por lo que parece interesante que sea nombrada. Aunque las oficinas locales de Pontevedra se han incorporado a la estructura de la oficina provincial, y a pesar del interés en vertebrar el servicio de atención de rodajes en torno a la Plataforma Galicia Film Commission, a fecha de cierre de este estudio, aún no existe en Galicia esa entidad autonómica.

Murcia

La Región de Murcia solo cuenta con la Film Office de la capital murciana, que opera desde el área audiovisual de su ayuntamiento. Aunque esta oficina ha estado presente en la Spain Film Commission durante cerca de 10 años, desde 2021 ya no figura entre las asociadas. En el contexto regional, la reivindicación por parte del conjunto del sector audiovisual murciano de la creación y puesta en marcha de una film commission autonómica ha suscitado el interés de los poderes públicos por esta figura, y el anuncio de su lanzamiento, aunque en octubre de 2022, esta aún no ha sido activada.

Otros

La estructura del sector de las film commissions en España es muy dinámica. Es muy habitual el anuncio de puesta en marcha de oficinas filmicas: la Ciudad Autónoma de Melilla es la última administración en declarar, en octubre de 2022, su intención de crear una film commission.

3.2. LA PRESENCIA DE LAS OFICINAS FÍLMICAS ESPAÑOLAS EN LOS ÓRGANOS DE REPRESENTACIÓN NACIONALES E INTERNACIONALES

Todas las comisiones filmicas de la geografía española —cualquiera que sea su ámbito de cobertura, siempre que sea pública o avalada por la administración pública— tienen la opción de sumarse a entidades de representación de ámbito nacional, europeo y mundial con el fin no solo de beneficiarse de sus servicios sino, sobre todo, de lograr una mayor proyección.

A escala nacional se encuentra la Spain Film Commission (SFC), una asociación sin ánimo de lucro constituida en 2001 cuya misión es liderar «...el posicionamiento del país como destino de rodajes audiovisuales». Está organizada en forma de red en la que film commissions y film offices de toda España tienen la posibilidad de integrarse. A nivel europeo se encuentra la European Film Commission Network (EUFCN), impulsada desde Málaga en 2004 y creada como asociación unos años más tarde en Bruselas. Reúne a 95 oficinas filmicas de 30 países europeos. Con anterioridad a estas asociaciones, en 1975 se fundó la Association of Film commissioners International (AFCI) que, sin ánimo de lucro, es una organización profesional que representa a las oficinas filmicas de los seis continentes.

El afán por obtener visibilidad ha animado a oficinas españolas de diferentes ámbitos a participar tanto en la organización de oficinas filmicas nacional (SFC), como en la europea (EUFCN) y en la internacional (ACFI).

TABLA 2

Adscripción de las oficinas españolas a las organizaciones de comisiones filmicas

	SFC	EUFCN	AFCI
España		Red Nacional: Spain FC	Red Nacional: Spain FC
Andalucía	A: Andalucía FC, L: Málaga FO, Sevilla FO, Carmona FO	A: Andalucía FC L: Málaga FO	L: Málaga FO, Carmona FO
Aragón	A: Aragón FC, C: Monegros FC L: Zaragoza FO		
Asturias	A: Asturias Paraíso natural FC		
Baleares	A: Illes Balears FC I: Menorca FC	I: Mallorca FC	A: Illes Balears FC I: Mallorca FC
Canarias	A: Canary Islands FC	A: Canary Islands FC	A: Canary Islands FC
Cantabria	A: Cantabria FC	A: Cantabria FC	
Castilla La Mancha	A: Castilla La Mancha FC	A: Castilla La M FC	A: Castilla La M FC
Castilla y León	A: Castilla y León FC/ P: Burgos FC, Soria FC, Valladolid FC L: Ávila FO, Salamanca FC, Segovia FO	L: Salamanca FC	L: Salamanca FC, Segovia FO
Cataluña	A: Catalunya FC L: Terrassa FO-PAC	A: Catalunya FC, L: Barcelona FC	A: Catalunya FC, L: Barcelona FC
Extremadura	A: Extremadura FC		
Galicia	P: Pontevedra provincia FC L: Santiago de Compostela FC, Vigo FO	L: Santiago de C FC	L: Santiago de C FC
La Rioja	A: La Rioja FC		
Madrid	A: Madrid Film L: City of Madrid FO	A: Film Madrid	A: Film Madrid
R. de Murcia			
Navarra	A: Navarra FC		
País Vasco	P: Bilbao Bizkaia FC, San Sebastián-Guipuzkoa FC, L: Vitoria Gazteiz FO	P: Bilbao-Bizkaia FC, San Sebastián FC	
C. Valenciana	L: Valencia FO, Benidorm FO, Alicante FO	L: Valencia FO	L: Valencia FO

Fuente: elaboración propia a partir de la consulta en octubre 2022 de las webs de la SFC, EUFCN, y AFCI.

Tal y como se muestra en la tabla 2, no se sigue un patrón determinado de adscripción a las organizaciones de comisiones filmicas. Existen localidades, provincias y comarcas que, a pesar de estar bajo la estructura de una oficina regional, adoptan iniciativas orientadas a estar presentes en las estructuras nacional, europea e internacional en nombre propio. Es el caso de ciudades como Salamanca, Málaga, Santiago de Compostela o Valencia.

Las comunidades autónomas que participan en las organizaciones y están presentes en todas ellas son: Catalunya, Madrid, Castilla-La Mancha y Canarias.

4. Conclusiones

A octubre del año 2022, España cuenta con un tejido de oficinas filmicas de diferentes áreas de cobertura, que abarca casi la totalidad del territorio nacional. Es decir, en prácticamente todo el espacio español se desarrolla alguna forma de interlocución especializada en materia de atención a rodajes.

Este trabajo desvela la existencia, de un lado, de diferentes estrategias de penetración de las oficinas filmicas en el territorio, y de otro, constata la organización de distintos estilos o formas de disposición del servicio. No hay un modo de proceder único en su despliegue en España, de manera que la configuración del servicio de atención a rodajes difiere de una región a otra.

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.

La procedencia de la iniciativa de las oficinas filmicas autonómicas se ejecuta desde diversas áreas como la cultura, el turismo, las corporaciones audiovisuales públicas o la economía y empresa, aunque la primera de ellas suele ser la más frecuente. La cultura es el ámbito de competencia del que principalmente emanan o simplemente dependen las film commissions regionales. La agencia de cine suele estar adscrita a una Consejería de cultura o bien a una entidad u organismo públicos dependiente de esta (Cataluña, Baleares, Canarias, Navarra, Cantabria). En ocasiones los proyectos surgen de la conjunción de dos áreas de competencia —cultura y turismo— (Asturias, Castilla y León, Madrid y Extremadura). Sin embargo, en el escenario regional son pocos los casos en los que se delega el servicio desde un órgano

público exclusivamente de carácter turístico (Valencia, La Rioja). La actividad audiovisual pública es otra esfera a la que está vinculada alguna oficina (Aragón, Andalucía). El área de economía y empleo ha dado lugar a otra de las oficinas filmicas del panorama nacional (Castilla-La Mancha).

En el entorno de las FCs/FOs, son muy frecuentes los acuerdos entre diputación y municipio, comunidad autónoma y municipio, entre municipios y entre comarcas. Se trata de una manifestación de cooperación interinstitucional que permite a las administraciones optimizar recursos públicos, consolidar proyectos y ganar en competitividad.

La investigación constata la existencia de un entramado de oficinas filmicas, que lleva armándose a lo largo de un periodo de más de veinte años, y que en 2022 aún está en disposición de seguir ampliándose y penetrando en el territorio español, convirtiéndose así en un activo esencial en el proceso de implementación del Hub Audiovisual.

Referencias bibliográficas

- Arismendi, V; Ballester, P. y Martínez Puche, S. (2021). Sinergias entre la ficción audiovisual y la promoción turística. El caso de la serie Hierro. En *Revista Inclusiones*, 8, número especial, 161-180.
- Bellas, R. (2003). Consideraciones sobre estructura, funciones y operativa de las comisiones filmicas. En Marcelo *et al.* (2003). *Las comisiones filmicas. Un dispositivo para la promoción audiovisual*. Sevilla: Comunicación Social.
- Busby, G y Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. En *Journal of Vacation Marketing*, vol 7, 4, 316-332.
- Cucco, M. y Richeri, G. (2011 a). *Film commission as a driver for economic and cultural development*. Conference Proceedings. Rabat: Fourth Euro-Mediterranean Dialogue on Public.
- Cucco, M. y Richeri, G. (2011 b). Film Commission e sviluppo territoriale: esperienze a confronto e bilanci. En *Economia della cultura XXI*, 2, 171-186.
- Cucco, M. (2013). *Il mercato delle location cinematografiche*. Venezia: Saggi Marsilio.
- Cucco, M. y Richeri, G. (2021). *European Film Commissions and Transcultural Promoters and Mediators*. Berlín: De Gruyter.
- Figueira, A.P.; Figueira, V. y Monteiro, S. (2015). «Tourism and cinema: the importance of a film commission in promoting the destination Alentejo». En *International Journal of Scientific Management Tourism*, Vol 3, 29-37.
- García Nieto, M.T (1999). La propaganda como fuente de las relaciones públicas. En *Historia y Comunicación*, 4, 35-46.

- González Bennet, D. y Nieto, J. (2014). Acción de las comisiones filmicas. La experiencia de Santiago de Compostela Film Commission. En *Razón y Palabra*, 85, 1-15.
- Ghedini, O.P. (2007). Le Film commission: esperienze e prospettive, le situazioni del federalismo. En *Rivista Studi giuridici e politici della Regione Emilia Romagna*, suppl.4, 29-37.
- Hellín, P. y Martínez Puche, S. (2009). Marta turística y movie maps. Identidad, cine y publicidad como producto de consumo. En *Signos do consumo*, 1 (2): 142-158.
- Hernández Ramírez, J. (2004). Turismo inducido. La configuración de la imagen turística de Sevilla a través del cine comercial. En *I Congreso Internacional Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo en el Siglo XXI*. Osuna, 1-14.
- Marcos, I.C. (2015). Unas islas de película del siglo XXI. Canarias como plató cinematográfico. En *Revista Latente*, 13, 133-156.
- Martínez Hermida, M. (2003). Las comisiones filmicas, un nuevo dispositivo para la promoción audiovisual. En Martínez, M. (dir.) et al. (2003) *Las comisiones filmicas. Un nuevo dispositivo para la promoción audiovisual*. Sevilla: Comunicación social.
- Micaletto, J.P. y Cano, R. (2018). Relaciones públicas y Juego de Tronos: la imagen del Sevilla Fútbol Club, S.A.D. tras la visita de los actores al Sánchez Pizjuán. En *Zer*, 3 (44), 31-47.
- Nicosia, E. (2015 a). The Marche Film Commission: a Tool for Promoting Territorial Development and Regional Tourism. En *Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 4, 161-179.
- Nicosia, E. (2015 b). Film induced tourism as a mechanism for territorial development? The role of marche's filmogenia in Italian Cinema. En *Bollettino della Società Geográfica Italiana*, serie XIII, vol VIII, 555-575.
- Nieto, J. (2015 a). Las comisiones filmicas. Un nuevo dispositivo para la promoción y el desarrollo de ciudades y territorios. En *Razón y Palabra*, 88, 299-315.
- Nieto, J. (2015 b). Acotaciones del primer estudio académico de las Film Commissions de México: hacia un modelo Ideal Mexicano. En *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 2 (4), 62-71.
- Nieto, J.; Rosas, M.E.; Martínez Hermida, M. y Alhambra, E.J. (2018). Las Comisiones Fílmicas de España. La experiencia de la Comunidad Valenciana Film Commission (Valencia Región FC). En *Razón y Palabra*, 22 (103), 87-121.
- Nieto, J y Hernández Rangel, M.J. (2019). Las Film Commissions de España. La experiencia de Salamanca Film Commission. En *Razón y Palabra*, 23 (105), 685-729.
- Osácar, E. (2009). Del turismo y el cine al turismo cinematográfico. En *her&emus*, n.º 2, 18-25.
- Osácar, E. (2016). La imagen turística de Barcelona a través de las películas internacionales. En *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 14, 4, 843-858.
- Ramahí, D. (2011). Nuevas estrategias comunicativas de ámbito local. El caso de las film commissions u oficinas de atracción de rodajes. En *La Publicidad de las instituciones locales*. Castellón: Servicio de Publicaciones de la Universidad Jaume I.

Redondo, I. (2000). *Marketing en el cine*. Madrid: Pirámide.

Rosado, C. y Querol, P. (2006). *Cine y turismo. Una nueva estrategia de promoción*. Madrid: Ocho y Medio.

Sarabia, I y Sánchez, J (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 Tourism and heritage journal*, Vol. 1, 113-132.