

Las Comisiones Fílmicas de España. La experiencia de la Comunidad Valenciana Film Commission (Valencia Region FC)

The Film Commissions of Spain. The experience of the Comunidad Valenciana Film Commission (Valencia Region FC)

As Comissões de Cinema da Espanha. A experiênciã da Comissão de Cinema da Comunidade Valenciana (Valencia Region FC)

*Jorge Nieto Malpica¹, María Eugenia Rosas Rodríguez²,
Marcelo A. Martínez Hermida³, Emilio J. Alhambra Sempere⁴*

Resumen

Este documento es producto de una co-elaboración escrita, de tipo conversacional, que forma parte de una entrevista en profundidad con Emilio J. Alhambra Sempere, la cual se deriva de una exploración que se realizó dentro del proyecto Red Europa América Latina de Comunicación y Desarrollo (REAL CODE) en la Universidad de Santiago de Compostela, España, y que contribuyó al desarrollo de una tesis doctoral donde se reconoce a las comisiones fílmicas de este país; su historia, conformación y evolución. La entrevista se realizó en la ciudad de Alicante (Comunidad Valenciana), España, el 13 de octubre de 2011, en la que se presenta una discusión sobre su perspectiva basada en su experiencia en la Comunitat Valenciana Film

¹ Jorge Nieto Malpica (México). Profesor-investigador en la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. ORCID 0000-0002-1729. Su cuenta de correo electrónico es: jnietomalpica@yahoo.com.mx

² María Eugenia Rosas Rodríguez (México). Profesor-investigador en la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. ORCID 000-0002-1729-6878. Su cuenta de correo electrónico es genirosas@hotmail.com

³ Marcelo A. Martínez Hermida (España). Profesor-investigador en la Universidad de Santiago de Compostela, España. Su cuenta de correo electrónico es marcelo.martínez.hermida@gmail.com

⁴ Emilio J. Alhambra Sempere (España). Profesor investigador en la Universidad de Alicante, España. ORCID 0000-0002-6238-1641 Su cuenta de correo electrónico es: emilioj.alhambra@gmail.com

Recibido: 8 de enero de 2019
Aceptado: 12 de abril de 2019
Publicado: 7 de junio de 2019

Commission, aspectos del quehacer de las Film Commissions en general, su punto de vista acerca de las Comisiones Fílmicas de España y su apreciación del Modelo Ideal Mexicano de Comisión Fílmica que se desarrolló en un reciente estudio que culminó en febrero de 2016. El documento se revisó en septiembre de 2017 con Emilio J. Alhambra, coordinador de la Comunidad Valenciana Film Commission, cuya sede está en los Estudios Ciudad de la Luz en Alicante, España, y actualmente es vicepresidente y secretario de la Spain Film Commission, cuya sede está en Sevilla, España, en la Andalucía Film Commission.

Palabras clave

Film Commissions, contexto histórico, gestión y operatividad, modelos españoles, Modelo Ideal Mexicano.

Abstract

This paper is the product of a written co-elaboration of conversational type, that is part of an interview in depth with Emilio J. Alhambra Sempere, which is derived from an exploration carried out within the project Red Europa América Latina de Comunicación y Desarrollo (REAL CODE) at the University of Santiago de Compostela, Spain, and contributed to the development of a doctoral thesis where the Film Commissions of this country are recognized; its history, conformation and evolution. The interview took place in the city of Alicante (Valencia Region), Spain, on 13 October 2011, in which a discussion about his perspective is presented based on his experience in the Valencia Region Film Commission, aspects of the work of the Film Commissions in general, his point of view about the Film Commissions of Spain and his appreciation of the Mexican Ideal Model Film Commission that was developed in a recent study that culminated in February 2016. The document was revised in September 2017 with Emilio J. Alhambra, Coordinator of the Valencia Region Film Commission, whose headquarters is at the Ciudad de la Luz Studios in Alicante, Spain, and is currently Vice President and Secretary of the Spain Film Commission, headquartered in Seville, Spain, in the Andalusia Film Commission.

Keywords

Film Commissions, historical context, management and operability, spanish models, Ideal Mexican Model.

Resumo

Este documento é o produto de uma co-elaboração escrita e conversacional, que faz parte de uma entrevista em profundidade com Emilio J. Alhambra Sempere, que é derivada de uma exploração que foi realizada dentro do projeto da Rede Europeia de América Latina de Comunicação e Desenvolvimento (REAL CODE) na Universidade de Santiago de Compostela, Espanha, e que contribuiu para o desenvolvimento de uma tese de doutorado em que as comissões cinematográficas deste país são reconhecidas; sua história, conformação e evolução. A entrevista foi realizada na cidade de Alicante (Comunidade Valenciana), Espanha, em 13 de outubro de 2011, em que uma discussão sobre a sua perspectiva com base na sua experiência na Comunidade Valenciana Film Commission, aspectos do trabalho do filme é apresentado Comissões em geral, seu ponto de vista sobre as Comissões de Cinema da Espanha e sua apreciação do Modelo Mexicano Ideal da Film Commission que foi desenvolvido em um estudo recente que terminou em fevereiro de 2016. O documento foi revisado em setembro de 2017 com Emilio J Alhambra, coordenador da Comunidad Valenciana Film Commission, cuja sede é nos Estudios Ciudad de la Luz em Alicante, Espanha, e atualmente é vice-presidente e secretário da Spain Film Commission, cuja sede é em Sevilha, Espanha, no filme andaluz Comissão.

Palavras chave

Comissões de cinema, contexto histórico, gestão e operabilidade, modelos espanhóis, Ideal Mexican Model.

Introducción

Este documento es el tercero en la revista *Razón y Palabra* que aborda el tema de las Film Commissions⁵; sus antecedentes son: Acción de las Comisiones Fílmicas, la experiencia de Santiago de Compostela Film Commission (Número 85, diciembre 2013 – marzo 2014), y Las Comisiones Fílmicas. Un dispositivo para la promoción y el desarrollo de ciudades y territorios (Número 88, diciembre 2014–febrero 2015). El propósito es aportar nuevos conocimientos en el campo académico de la comunicación y las ciencias sociales, como la descripción y relevancia de las Comisiones Fílmicas en el mundo, y que en México, es escaso aún; asimismo, refiere el impacto beneficioso que puede resultar para la promoción y desarrollo de ciudades y territorios.

Cabe resaltar que el tema que presentamos se desprende de la investigación La promoción audiovisual en Tamaulipas. Viabilidad de una Film Commission en Tampico como producto del doctorado de Comunicación y Periodismo por la Universidad Santiago de Compostela, en cuyo proceso se destaca la relación de Comisiones Fílmicas en España y entrevistas a los film commissioners en 5 ciudades más: Santiago de Compostela, Sevilla, Barcelona, Madrid y Salamanca; y cuyo propósito versa sobre la propuesta de poner en marcha a posteriori, una Film Commission o Comisión Fílmica para la región conocida como conurbación de Tampico –ubicada en la parte sur del estado de Tamaulipas (México)–, como motor de desarrollo de esta zona.

Los objetivos de dicha investigación fueron:

- Analizar si la ciudad de Tampico reúne las condiciones necesarias para instalar una Comisión Fílmica, considerando su infraestructura audiovisual, la infraestructura de servicios, los recursos humanos y su patrimonio monumental. Se tiene en cuenta para tal propósito, tanto la opinión de los sectores de la zona implicados (fuerzas sociales, sectores activos) como la de expertos mexicanos y españoles en el tema de las Film Commissions.
- Describir las estrategias necesarias para instaurar una Comisión de Filmaciones en la ciudad de Tampico.

⁵ Las Film Commissions las hemos definido como “oficinas gubernamentales que dan servicio de asesoría y apoyo a las producciones cinematográficas y/o audiovisuales de toda índole, tanto nacionales como extranjeras, generan empleos directos e indirectos a pequeñas y medianas industrias y contribuyen al desarrollo regional y promoción de su Estado, territorio o municipio”. (Nieto, 2005, p. 35).

Las conclusiones en dicho estudio demuestran que es viable poner en marcha una Film Commission en Tampico y en la región de La Huasteca, ya que la zona cuenta con localizaciones atractivas (patrimonio monumental), infraestructura de servicios y recursos materiales y humanos. El establecimiento de dicha comisión podría contribuir al fortalecimiento de la industria audiovisual local, para lo cual será necesario elaborar un proyecto operativo y de mercado de la zona, con un cronograma estratégico de actividades que tenga como propósito convencer a las autoridades del estado de Tamaulipas sobre su factibilidad y las opciones para su operatividad.

En esta ocasión se exhibe la opinión, puntos de vista y recomendaciones de Emilio J. Alhambra, experto español y coordinador de la Comunidad Valenciana Film Commission, quien habla acerca del quehacer y día a día de las Film Commissions.

Antes de exponer la entrevista, es pertinente mencionar algunos antecedentes y datos relevantes en la historia de la creación y desarrollo de la Comunitat Valenciana Film Commission / Valencia Region Film Commission, como: la constitución de la AFCI – Association of Film Commissioners International (1975), la creación de Barcelona Film Commission (1997), Andalucía Film Commission (1998), Red de Ciudades de Cine de Andalucía – Red Film Offices (1999).

En el año 2001 se establece Ciudad de la Luz - Comunitat Valenciana Film Commission por Ciudad de la Luz, S.A.U., empresa pública dependiente de SPTA (Sociedad Proyectos Temáticos de Alicante) y de la Consellería de Economía y Hacienda, una oficina de promoción audiovisual sin ánimo de lucro y con vocación de servicio público. En el año 2001 se constituye la Spain Film Commission (SFC) e ingresa como asociado.

Los Estudios Ciudad de la Luz (CDL) se inauguran en agosto de 2005, siendo su director general José María Rodríguez Galant, y se crea la Catalunya Film Commission y la Red de Film Offices (convenio con la Barcelona Film Commission).

Posteriormente, en el año 2007, se crea la Comunitat Valenciana Film Offices Network (CVFC), red de Film Offices, coordinada por Emilio J. Alhambra, y se constituye la European Film Commission Network (EuFCN) e ingresa como asociado.

Cabe mencionar también, que de enero 2008 a mayo de 2013 se firmaron una serie de convenios de Estudios de Ciudad de la Luz con diversas Film Offices (FO) como son: Alicante Film Office (el primero), Orihuela FO, L´Alfàs del Pi FO, Dénia FO, Benidorm FO, El Campello FO, Eche FO, Altea FO, Valencia FO, Monforte del Cid FO, Aigües FO, Busot·Canelobre FO, Peñíscola FO, Agost FO, Sant Vicent del Raspeig FO, Alcoy FO, La Vila Joiosa FO, Benissa FO, Xàbia FO, El Poble Nou de Benitatxell FO, Pilar de la Horadada FO, Bocairent FO (último firmado). Así mismo, en mayo de 2013, sucede el cese de actividades de los Estudios de Ciudad de la Luz.

En agosto de 2016, las competencias de la Comunitat Valenciana FC pasan al IVAC (Instituto Valenciano del Audiovisual y de la Cinematografía Ricardo Muñoz Suay) dependiente del IVC (Institut Valencià de Cultura) y de la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana.

Finalmente, en enero de 2017, el Grupo Parlamentario Compromís realiza una PNL (proposición no de ley) para la creación y desarrollo de una nueva Comunitat Valenciana Film Commission; y hasta junio está pendiente debatir y aprobar la creación y desarrollo de un nuevo modelo de Comunitat Valenciana Film Commission en les Corts Valencianes.

Comunidad Valenciana Film Commission

JNM: *Hola Emilio, muchas gracias por aceptar esta entrevista que, como sabes, tiene un alto valor para la investigación que dirige Marcelo Martínez Hermida y que estamos realizando dentro de la Red Europa América Latina de Comunicación y Desarrollo (REAL CODE) para la propuesta de una Comisión Fílmica mexicana local.*

Emilio J. Alhambra: Estimado Jorge, es un placer colaborar contigo y el profesor Marcelo Martínez Hermida en este interesante proyecto de investigación sobre las Film Commissions, quien por cierto escribió junto al Grupo CELTIC un fantástico trabajo sobre las Comisiones Fílmicas.

JNM: *¿Qué factor motivó la creación de una Film Commission?*

Emilio J. Alhambra: Se creó en 2001 para resolver la necesidad de disponer de una oficina de información y asistencia durante los rodajes que se desarrollan en la región.

JNM: *¿Cuáles son sus necesidades generales?; ¿qué elementos se requieren para poder desarrollar este tipo de oficina?*

Emilio J. Alhambra: La filosofía de la Film Commission aquí en España es facilitar el rodaje de producciones audiovisuales en su zona. Algunos de los objetivos y fines que tenemos son: primero, dar servicio de ventanilla única para la realización de trámites y permisos para rodar. Segundo, promocionar nuestra región como “plató” en festivales y mercados audiovisuales; y tercero, servir de interlocutor entre las productoras foráneas y los productores y recursos locales con el fin promover la industria audiovisual de la zona: técnicos, actores, proveedores de servicios (hoteles, catering, alquiler de coches, maquinaria de construcción, entre otros) que son necesarios, ya que facilitan a la vez que se benefician con la producción de los rodajes.

JNM: *De manera general...*

Emilio: Las necesidades de una Film Commission es que haya personas que se encarguen de recibir y responder a los productores, así como encauzar la información entre la producción nacional e internacional en aspectos administrativos, en nuestro caso como FC regional. Por ello, hace falta un equipo de personas que: un coordinador que hable idiomas, que esté bien preparado, que conozca las posibles dificultades que se le plantean y a la vez, sea capaz de solucionarlos y gestionar los recursos necesarios con la administración. También es necesario tener un gestor de página web donde presentar adecuadamente toda la información y servicios que se ofrece la Film Commission, hoy en día parece imprescindible un *community manager* que lleve las redes sociales, alguien que gestione el operativo de los rodajes, otro técnico que supervise aspectos jurídicos, alguien que coordine aspectos administrativos y otro experto que trabaje en la promoción y venta del producto, en lo que es mercados nacionales e internacionales.

JNM: *¿Cuántas personas trabajan en esta Film Commission?*

Emilio J. Alhambra: La Film Commission está integrada en la empresa pública Ciudad de la Luz que tiene una plantilla de diecisiete personas.

En la Film Commission como departamento, trabajo yo, que dependo del director general, pero decirte que sólo trabaja una persona en la Film Commission no sería verdad porque realmente cuando se tiene

que elaborar un convenio, un contrato o tratar un tema legal o jurídico, lo hace una persona del departamento jurídico y cuando surge un problema informático lo resuelve un compañero del departamento de TICS, cuando hay que diseñar un folleto, lo hace un diseñador gráfico, cuando se plantea un tema económico me dirijo a administración... entonces realmente estamos hablando de que hay unas ocho personas vinculadas a la actividad de la Film Commission.

JNM: *Esas personas que comentas, ¿no dependen de la Film Commission sino que trabajan en Ciudad de la Luz?*

Emilio J. Alhambra: Nuestro departamento, la Film Commission (FC), atiende los rodajes en la región en general, y desde agosto de 2005 (fecha de la inauguración del complejo industrial audiovisual), los rodajes que vienen a Ciudad de la Luz Estudios, en particular.

Ciudad de la Luz es la propietaria del complejo industrial audiovisual y responsable de la construcción y mantenimiento de las instalaciones, supervisa la acción de la gestora privada Aguamarga Gestión de Estudios, y realiza acciones de promoción de las instalaciones y captación de rodajes; es la sede de la FC regional y actualmente de la sede de la Spain Film Commission (SFC) que preside mi director general, y sirve de impulso al sector audiovisual de la Comunitat Valenciana.

Al estar la Film Commission en Ciudad de la Luz, la gente cree que somos la Film Commission de los estudios de cine y solo ayudamos a los rodajes que se hacen aquí. Además tenemos un “problemilla” con la marca Comunidad Valenciana FC, ya que su traducción al inglés ha variado en los últimos años (Valencian Community, Valencia Region, Region of Valencia...) y el hecho de que la capital de la región se llame Valencia y tenga su propia FC, provoca que muchos productores no sepan el ámbito de acción de la oficina.

En España, debido a la toponimia (onomástica geográfica), es frecuente la confusión de ámbito municipal, provincial, insular y/o regional dado que la provincia y la capital provincial tiene el mismo nombre. Por ello desde la Comunitat Valenciana FC y la SFC en los últimos años, hemos recomendado establecer que las Film Offices (FO) sean municipales y las Film Commission de ámbito comarcal, provincial o insular. De esta forma los productores podrán saber si está hablando con una oficina municipal o provincial. Conocemos que en otros países la denominación FC y/o FO se define por la capacidad

de gestión y/o servicios que ofrecen, pero estamos convencidos que en España el criterio que aconsejamos será el más operativo.

JNM: *Ahora que abarcas eso... ¿hay más oficinas entonces dentro de la Comunidad Valenciana?*

Emilio J. Alhambra: Sí, tenemos una red de Film Offices por toda la región.

En mi opinión, actualmente en España hay 2 modelos a nivel regional, uno es el de Madrid y otro el que hemos desarrollado Andalucía FC, Catalunya FC y nosotros.

Madrid se basa en una Film Commission regional que “intenta” servir de ventanilla única a los productores que quieren rodar en la región de Madrid.

Andalucía, Catalunya y nosotros apostamos por la creación de redes de oficinas locales, comarcales y/o provinciales que permitan gestionar y facilitar los rodajes en nuestras regiones.

Andalucía FC fue pionera en la creación de una red de Film Offices, su modelo se basa en la asociación y coordinación de las Film Offices andaluzas, que comparten una imagen corporativa.

Catalunya FC (regional) se basa en un acuerdo con Barcelona Plató FC (local), que fue la primera FC de España creada en 1997 y que tiene el servicio externalizado con una empresa privada. Catalunya FC y Barcelona Plató FC comparten página web, guía, asistencia a mercados, entre otros, y coordinan a la red de Film Offices de la región.

En nuestro caso en 2007, creamos la Comunitat Valenciana Film Offices Network que coordina y gestiona la Comunitat Valenciana FC y cuya incorporación se basa en la firma de un acuerdo de colaboración entre el municipio y Ciudad de la Luz.

Nosotros optamos por este modelo por varias razones, entre las que están:

- El éxito de la red de Tourist Info en la Comunidad Valenciana.
- La gran cantidad de competencias que tiene un municipio a la hora de facilitar y tramitar los permisos de rodaje (ocupación de vía pública, policía local, tráfico municipal, parques y jardines, edificios e instalaciones municipales...).

- Mejor calidad de asesoramiento del personal local para la realización de rodajes (conocimiento de la zona, festividades, posibles problemas...).
- La red de Film Offices municipales permite que los ayuntamientos se involucren y puedan poner en valor los recursos patrimoniales y paisajísticos, así como a los profesionales y empresas para ofrecerlos a los rodajes.
- Rentabilización económica, mediática y turística de los rodajes.

JNM: *Cuando se crea Ciudad de la Luz ¿ya se tenían las bases de lo que es la Film Commission?*

Emilio J. Alhambra: El proyecto Ciudad de la Luz nace a finales de los años 90´s, Ciudad de la Luz se inaugura en agosto del año 2005 y el Centro de Estudios en 2006.

La FC es parte del proyecto desde el principio y se crea en 2001 como parte de la empresa pública Ciudad de la Luz, pues era fundamental establecer las bases para facilitar y atraer rodajes a la Comunidad Valenciana en general, y a los futuros estudios en particular.

JNM: *Bien, pues me has contestado antes muchas de las cosas que tengo yo aquí a tratar, pero para conocer la gestión día a día, ¿cuál es tu trabajo diario, un día cualquiera?*

Emilio J. Alhambra: El trabajo tiene varias vertientes diferentes: el que se realiza a diario que depende de la actividad audiovisual en la región, el que se realiza para poder conseguir objetivos a un plazo determinado; a modo de ejemplo, citaré algunas tareas diarias y otras no diarias:

Trabajo diario:

- Atender las solicitudes de rodaje o hacer seguimiento de las que están en trámite.
- Asesorar a los rodajes en proyecto y/o en producción sobre incentivos, permisos, trámites, técnicos, actores, proveedores...
- Acompañar a los productores, directores u otros profesionales a visitar y conocer las instalaciones de CDL (Ciudad de la Luz).
- Atender las dudas y consultas de la red de Film Office, y preparar la firma de nuevos convenios para ampliar y mejorar la red.

- Atender las dudas y consultas de los socios de la Spain Film Commission y en el desarrollo de las actividades de la asociación.
- Colaborar en lo que disponga nuestro director general.

Tareas a corto y medio plazo:

- Preparar los materiales promocionales anuales.
- Programar y preparar las asistencias a festivales, mercados y eventos audiovisuales.
- Elaborar y preparar agenda de contactos y encuentros.
- Preparar, realizar y actualizar las bases de datos de profesionales, empresas y localizaciones.
- Participar en las comisiones de trabajo de la red de Film Office y de la Spain Film Commission.

JNM: *¿Cómo se llama el director de Ciudad de la Luz?*

Emilio J. Alhambra: José Antonio Escrivá. Es el director general de Ciudad de la Luz y ejerce como director de la Comunidad Valenciana Film Commission; actualmente es el presidente de la Spain Film Commission. Además es un gran profesional del medio, director, guionista y productor de cine y TV, también fue director de la Mostra de València-Cinema del Mediterrani, hijo de Vicente Escrivá, también director y guionista de cine y TV.

JNM: *Por decirlo así, en México se tiene una tasa cero y al realizar algún rodaje no se cobra el IVA...*

Emilio J. Alhambra: Los incentivos económicos hoy en día son fundamentales para atraer rodajes a los diferentes países. Muchas FC disponen de Tax rebate, Tax credit u otras fórmulas parecidas para captar rodajes. En la Comunitat Valenciana hemos tenido incentivos a proyectos de 2005 a 2008 ofrecidos por CDL a las productoras, y desde 2009 un incentivo en forma de Cash rebate ofrecido por el IVAC (Instituto Valenciano de Cinematografía) a las productoras que ruedan en nuestra región. Desde la SFC solicitamos al gobierno (Ministerio de Hacienda, Ministerio de Cultura, ICAA⁶...) que pongan en marcha un sistema de incentivos similar al TRIP Francés para atraer e impulsar los rodajes internacionales en España. Como argumento, utilizamos

⁶ Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales.

los impactos económicos (directos, indirectos e inducidos) junto a los impactos mediáticos y turísticos que producen los largometrajes y series de TV en los territorios en los que se ruedan. Y no lo olvidemos... España tiene en el Turismo un sector fundamental (España en 2010 fue el cuarto país del mundo en recibir turistas extranjeros) que ha seguido funcionando a pesar de la crisis.

JNM: *Carlos Rosado⁷ nos manifestó que era importante investigar eso que tú estás diciendo, el tener un instrumento científico con el cual se pueda saber realmente lo que se gana y se pierde...*

Emilio J. Alhambra: El tema del retorno de la inversión es fundamental en economía, pero en la función pública y en época de crisis debería ser obligatorio. Como te comentaba Carlos Rosado, es muy complicado obtener cuánto se gasta una productora en un territorio, qué porcentaje representa del incentivo y/o ayudas recibidas. En las producciones que se han beneficiado del incentivo de CDL o del Cash rebate del IVAC estos datos si están disponibles, pues para recibir el dinero, el productor ha de justificar el gasto realizado en nuestra región. Esto nos ha permitido conocer el impacto económico que han efectuado las productoras en la región, y ha posibilitado el estudio realizado por el IVIE⁸ sobre el impacto económico de los rodajes de CDL. Así hemos podido conocer que el rodaje de Astérix en los JJ.OO generó un gasto directo de 30 millones de € por los 5 millones de € recibidos. Lo que representa un retorno de 6 € de gasto directo por cada € público a lo que habría que añadir los impactos indirectos e inducidos, que si son cuantificables. El problema lo encontramos para cuantificar adecuadamente el impacto mediático o turístico.

JNM: *¿Qué soporte institucional se necesita para una Film Commission?*

Emilio J. Alhambra: Una administración pública que permita que la FC no tenga ánimo de lucro, es decir, en el momento que la FC esté participada por la iniciativa privada, suele haber conflictos de intereses, y la falta de libertad y/o transparencia limita su acción y su credibilidad ante los productores.

⁷ Carlos Rosado Cobián es el presidente de Spain Film Commission.

⁸ Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.

Imagina una FC que recomiende un hotel porque reciba una comisión del mismo, o el hotel participara en la gestión de la FC, y ese hotel no sea lo más eficiente o adecuado para la productora que lo solicite.

Las FC socias de la SFC deben ser oficinas de titularidad o respaldo público sin ánimo de lucro y no pueden obtener beneficios directos de la gestión de los rodajes.

Cuando una productora solicita un servicio se le proporciona una lista con todos los servicios conocidos en la zona, datos de contacto de la asociación (o asociaciones) o colegio profesional del servicio solicitado.

Si me pides un hotel en Alicante, te enviaré un listado de hoteles, el contacto del Patronato Municipal de Turismo de Alicante, la Alicante FO y los datos de la Asociación de Hoteles de Alicante. Si la productora especifica un servicio concreto, por ejemplo, que el hotel tenga parking vigilado, tenga capacidad para camiones, o una suite VIP, pues le respondo en función de la información que publican los hoteles de esos servicios. Yo siempre digo que las respuestas son en función de las preguntas. Si me preguntas qué empresas de decorados trabajan en cierta ciudad te diré las empresas de construcción de decorados que hay en internet o en directorios profesionales, podré informarte de las películas o series que han hecho pero no podré recomendarte ninguna de ellas.

JNM: *En tu opinión, ¿cuál es el máximo de distancia-tiempo para el desplazamiento hacia el lugar del rodaje que recomienda?*

Emilio J. Alhambra: Por la experiencia de los rodajes que he producido y/o he participado en la producción se suele establecer una isócrona de una hora de desplazamiento de camión o unos 90-100 kms. dependiendo de la calidad / dificultad de las vías de comunicación y la intensidad del tráfico de las mismas. En el caso de CDL que se utiliza como cover set en los rodajes los "límites" de las localizaciones coincide al norte y al sur de la provincia de Alicante y con la ciudad de Almansa hacia el Este (por el oeste está el mar).

JNM: *Y coincide con el tiempo que me han dado, por ejemplo aquí dice una hora y veinticinco minutos más o menos.*

Emilio J. Alhambra: Los productores piden localizaciones a 10 minutos de la ciudad donde están alojados o de los estudios pero eso es

muy complicado, normalmente se trabaja con localizaciones a 30 minutos o 1 hora 30' si no hay otro remedio.

JNM: *¿Tú te metes mucho a la cuestión de producción de televisión, como en los guiones?*

Emilio J. Alhambra: Depende de cada producción. En algunas producciones asesoras y colaboras con el director personalmente, caso del *film* "Su Majestad Minor" de Jean-Jacques Annaud, en el que durante el proceso de preparación pude pasar varios días localizando y conversando de varios temas de la producción con el director y el productor, Xavier Castano. Te facilitan el guión, te piden asesoramiento en localizaciones e incluso te solicitan información sobre monumentos, técnicas de construcción ...

Otras veces, que suelen ser la mayoría, hablas con el director de producción o el jefe de localizaciones que apenas te facilitan información del guión, acción que van a realizar en la localización o cualquier otro dato. Sólo le interesa conocer posibles lugares que aparecen en su listado y realizar su trabajo.

Y por último, hay ocasiones que los responsables de las localizaciones ni siquiera cuentan con la FC regional o FO local. Se pasan semanas localizando por la zona y sólo recurren a nosotros cuando no encuentran algo o tiene problemas en identificar el propietario o con los permisos de rodaje.

Cuando un productor conoce el trabajo que hacemos, el asesoramiento que damos y la información que facilitamos, normalmente suele contar con nosotros y nuestra red, lo que le permite ahorrar tiempo y ser más eficientes en la búsqueda, selección y obtención de permisos en las localizaciones. Además de colaborar con datos sobre proveedores o facilitar locales y publicidad para seleccionar la figuración.

JNM: *¿Quién contrata los estudios de Ciudad de la Luz?*

Emilio J. Alhambra: Como dije al principio, Ciudad de la Luz SAU es la propietaria, es una empresa pública de la Generalitat Valenciana. Y Aguamarga Gestión de Estudios es la gestora de las instalaciones, que es una mercantil privada. Es decir, quien se ocupa de contactar, alquilar, contratar y prestar todo tipo de servicios a los productores para la producción del film en las instalaciones (talleres, almacenes, aparcamiento, oficinas, camerinos, platós...).

JNM: *¿Ustedes le rentan a ellos, por decirlo así?*

Emilio J. Alhambra: Aguamarga Gestión de Estudios (AGE), de la que es socio Luis García Berlanga, fueron los promotores de la idea y el proyecto de la Ciudad de la Luz. En un principio tenían parte de la sociedad Ciudad de la Luz pero al final se optó porque Ciudad de la Luz fuera una sociedad anónima unipersonal con capital 100 % público y se realizara un contrato con Aguamarga Gestión de Estudios de asesoramiento, para la construcción, puesta en marcha y gestión, durante los primeros años, para administrar profesionalmente las instalaciones.

La idea no parecía mala. Quién podría asesorar y gestionar mejor los estudios que los promotores de la idea que además eran empresarios y profesionales del sector audiovisual español con experiencia en cine y TV.

La realidad es que la relación entre AGE y CDL ha acabado en los tribunales.

JNM: *¿Cuál es la imagen, o la marca, de esta Film Commission? ¿Cómo puede influir en la ciudad, en la región, en España, en Europa?*

Emilio J. Alhambra: La Comunitat Valenciana FC es una entidad de ámbito regional pero que tiene proyección internacional por lo que sirve de promoción para la región en festivales y mercados audiovisuales. Además es socia de la SFC desde 2001 y ha sido socia de la EuFCN desde su creación. La Comunitat Valenciana FC promueve dos marcas fundamentalmente Comunitat Valenciana y Ciudad de la Luz Estudios.

La *Ciudad de la Luz Estudios* es uno de los proyectos más importante realizado y promovido por el gobierno de la región en la ciudad de Alicante, por tanto es un referente en prensa, medios de comunicación e incluso a nivel del sector hotelero, pues éste se beneficia cuando Ciudad de la Luz va bien, ya que es un impulso bastante importante para la actividad económica de la ciudad. Respecto a la región, es más una referencia para el sector audiovisual, estas instalaciones han sido un motor para las producciones audiovisuales relacionadas con el cine y la TV. En mi opinión, gracias a la política de incentivos y a que tienen los estudios aquí, las productoras valencianas tienen una filmografía que creo no hubieran tenido, les ha permitido participar como productoras, coproductoras o productoras

asociadas en proyectos nacionales, europeos e internacionales. A nivel técnico el ICEX (Instituto de Comercio Exterior) siempre ha defendido que en cualquier promoción, en cualquier mercado relacionado con el mercado audiovisual exterior, estén presentes las instalaciones. Los técnicos del ICEX siempre han reconocido que son las únicas instalaciones capacitadas para albergar y atraer grandes rodajes de índole internacional.

Un complejo industrial audiovisual como éste no lo hay igual en España o en el sur de Europa.

JNM: *¿Entonces a nivel de Europa pesa?*

Emilio J. Alhambra: Digamos que somos unas instalaciones de referencia en Europa y eso posibilita que la FC colabore en proyectos de gran relevancia, es raro que pase un año sin que estemos en proyectos como “Lo Imposible” que es el proyecto de mayor cuantía a nivel nacional con más de 50 millones de euros y en el 2006 tuvimos a “Astérix en los Juegos Olímpicos” con 80 millones de euros que fue la producción europea más cara hasta ese momento.

JNM: *¿De dónde viene la financiación, es decir, cuáles fueron las organizaciones que soportan esta Film Commission?, ya me lo comentaste, pero ¿me lo puedes decir de forma resumida?*

Emilio J. Alhambra: La financiación de la Film Commission viene de Ciudad de la Luz que es una empresa pública actualmente dependiente de la Conselleria de Cultura, Educación y Deportes.

JNM: *¿Se encuentra en una Red, me comentabas verdad?*

Emilio J. Alhambra: Por un lado, coordinamos la Red de Film Offices de la Comunidad Valenciana (CVA Film Offices Network), de la que somos los promotores y creadores.

Por otro lado, somos socios de la SFC, de la que somos sede y hasta ahora veníamos ostentando la presidencia y que creemos que seguiremos teniéndola a partir del 21 de octubre en la junta directiva para ratificar en el cargo al nuevo director general de CDL.

JNM: *¿Qué opina acerca del trabajo que desarrolla la Spain Film Commission?*

Emilio J. Alhambra: La SFC es una asociación que si no existiera habría que crearla. La SFC y sus socios tienen un papel fundamental de mediador entre las productoras locales, nacionales e internacionales

y las administraciones municipales, provinciales, regionales y nacionales para buscar fórmulas que permitan facilitar los permisos de rodaje, solicitar incentivos al Ministerio de Hacienda y presentar al ICEX y al ICAA acciones promocionales a nivel nacional para atraer y promocionar España como lugar de rodaje y también colaborar con Turespaña en el desarrollo, impulso y promoción del Turismo cinematográfico en España.

JNM: *¿Qué le pedirías a la Spain Film Commission?, ¿qué es? y ¿qué continuidad va a tener ésta?*

Emilio J. Alhambra: Lo que hemos hecho desde la CVFC es darle una estabilidad presupuestaria de 2 años que es el compromiso que tenemos como sede, le hemos dado una resonancia a nivel internacional tanto por la ubicación como por nombre, que mediáticamente se está notando, gracias al trabajo de la coordinadora de la SFC y del equipo de la CVFC. Nuestro principal objetivo es conseguir los incentivos a nivel nacional y realizar cambios en las normativas para facilitar y simplificar al máximo los trámites y permisos. También trabajamos en consolidar y aumentar la promoción de la SFC en mercados nacionales e internacionales. Continuar y desarrollar la relación con el sector y las asociaciones profesionales como APPA⁹, o empresariales como FAPAE¹⁰.

Por último, buscar fórmulas financieras para profesionalizar la estructura de la SFC para que sea una entidad independiente, que no dependa de nadie, sino que tenga su propia autonomía a nivel financiero y a nivel de personal, eso sería lo deseable.

JNM: *Es decir ¿privatizarlo o tener independencia?*

Emilio J. Alhambra: Imagínate que Ciudad de la Luz el año que viene no quiera seguir con el convenio (aportación económica, oficinas, personal...) entonces la SFC pasaría por una grave situación para seguir con las acciones y servicios que ofrece a sus socios.

Otra posibilidad que hemos intentado, sin éxito hasta ahora, es que el ICAA creara una Film Spain similar a la Film France. En este escenario, el peso de muchas de las acciones que desarrolla y financia la SFC lo haría directamente la Film Spain y el papel de la SFC sería la de

⁹ Asociación de Profesionales de la Producción Audiovisual.

¹⁰ Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Español.

una asociación con representación territorial que actuaría de asesor o miembro de la comisión ejecutiva de la Film Spain.

JNM: *¿Cuenta con algún directorio audiovisual de la región?*

Emilio J. Alhambra: Estamos en ello, ahora estamos creando una base de datos de profesionales con el IVAC. Para la base de datos de actores y actrices de la región contamos con la realizada por la Asociación de Actores y Actrices Profesionales Valencianos. En lo que respecta a productoras y empresas de servicios existen varias asociaciones que tienen sus propios directorios.

JNM: *¿Qué es lo que consideras más importante para esta guía?*

Emilio J. Alhambra: Habría que distinguir dos herramientas básicas: una sería una base de datos de localizaciones; la otra es un directorio con los datos de profesionales, empresas y entidades que intervienen en la preparación, producción, distribución y comercialización de una obra audiovisual. En España existía el CINEGUÍA – Anuario Español del Espectáculo y Audiovisuales que se publicaba desde 1960, similar a otras guías existentes en Francia (Bellefaye) o Reino Unido (KEMPS), con esa publicación en la mano tenías datos de contacto para tramitar, gestionar y contratar todo lo necesario para producir un largometraje, pero en 2010 desaparece y hasta ahora no ha habido otra publicación parecida.

JNM: *Ahora que dices empresas ¿ustedes recomiendan empresas a un productor... como sugerir un hotel, esta compañía productora o tal?*

Emilio J. Alhambra: Como te he comentado anteriormente, en función de la pregunta o necesidad del productor elaboramos listados con todas las posibilidades que conocemos. No recomendamos una empresa o servicio o profesional en particular, les facilitamos información para que ellos elijan.

JNM: *¿Y si por ejemplo hay una reclamación?, de que “oye tú me dijiste que acá en este hotel...”.*

Emilio J. Alhambra: Puede haber, y las ha habido, reclamaciones por el servicio prestado por una empresa o un profesional que figuraba en la lista que facilitamos. Intentamos mediar para solucionar el problema y si no es posible quitamos a esa empresa o profesional de la lista.

JNM: *¿Pero tú buscas los hoteles, tú hiciste la lista?, porque por ejemplo digo Sevilla, lo que hacen es que ellos tienen una página ahí, pero es el productor o es la empresa la que se registra, pero ellos no lo recomiendan en un momento dado, para evitar precisamente problemas con él...*

Emilio J. Alhambra: Creo que no me he explicado bien, yo no recomiendo ninguna empresa en concreto, facilito una lista con la información que me solicitan. Si un productor me pide por e-mail hoteles 5 estrellas en la ciudad de Alicante, le envío un enlace con los hoteles de 5 estrellas de Alicante y si no existe el enlace, le mando un listado con los hoteles 5 estrellas que conozco que hay en Alicante. Otra cosa es que me pregunten por el hotel 5 estrellas de la ciudad de Alicante que sea más nuevo, entonces busco la información y se la envío. Si luego la productora tiene problemas con ese hotel, sólo puedo mediar en resolver el conflicto y si no es posible solucionarlo y, es responsabilidad manifiesta del hotel, dejar de ofrecer ese hotel en el futuro.

JNM: *¿Pero tú buscaste esas cinco estrellas?*

Emilio J. Alhambra: Mi trabajo consiste en facilitar las cosas. Si el productor necesita un hotel 5 estrellas para los actores protagonistas le envío la información que precisa. No le voy a enviar un directorio de hoteles de la ciudad de Alicante con todas las categorías para que pierda el tiempo buscando los 5 estrellas.

JNM: *Sí claro yo lo entiendo...*

Emilio J. Alhambra: Por eso te decía que depende de la pregunta que haga el productor así tiene una u otra respuesta, en mi opinión la comunicación es fundamental y el servicio que ofrecemos ha de ser diferente al que ofrece una oficina de turismo. Una de las funciones de las FC/FO es ahorrar tiempo a los productores en los trámites para rodar y una buena información es fundamental para conseguirlo.

JNM: *No pues sí, y volviendo un poco a lo que es la Spain Film Commission, ¿Cuántas reuniones realizan al año? Si las tienen ¿Son suficientes?*

Emilio J. Alhambra: Hay varios tipos de reuniones en la SFC. La Asamblea General se celebra una vez al año y se suele hacer coincidir con algún festival, mercado o evento audiovisual en España. La junta directiva se reúne al menos 8 veces al año, y lo hacemos de dos formas: presencialmente o por Skype. Por último, están las reuniones de

las comisiones de trabajo que suelen realizar por Skype. El problema de la colaboración de los socios en las comisiones de trabajo es que tiene que atender sus oficinas y además buscar tiempo para participar en las tareas de la SFC.

JNM: *Si claro, no traen las aportaciones que les corresponden.*

Emilio J. Alhambra: Con la “crisis” y los recortes de medios y personal no es fácil. Estamos intentando crear formularios y modelos sencillos que nos permitan obtener datos y materiales para poder conocer los rodajes realizados anualmente en España y el impacto económico que producen.

JNM: *¿Qué características, remarcables, tienen respecto a las autoridades de las que dependen las Comisiones Fílmicas en España?*

Emilio J. Alhambra: Depende, en España hay varios tipos:

- Las FO municipales que dependen de los ayuntamientos.
- Las FC provinciales que dependen de las diputaciones.
- Las FC insulares que dependen de los cabildos o consejos insulares
- Las FC que dependen de los gobiernos regionales.

JNM: *¿Cuentan con el apoyo debido o se dificulta?*

Emilio J. Alhambra: Evidentemente las autoridades que crean una FC/FO apoyan su actividad pero existen varios tipos de problemas debido a las competencias de cada organismo:

Respecto a las competencias municipales, los trámites de los rodajes afectan a varias Concejalías e incluso en algunos ayuntamientos ha de tomarse el acuerdo en la reunión del pleno. Para agilizar y simplificar los trámites municipales recomendamos la elaboración de una normativa sobre rodajes municipal.

Respecto de las competencias provinciales, insulares y regionales, los trámites que afectan a los rodajes no suelen depender sólo de estas entidades, sino que las competencias sobre el uso de ciertos recursos: costas, carreteras, patrimonio, parques naturales, animales... están regulados por organismos y leyes nacionales.

Por ejemplo: para rodar en una playa en la Comunidad Valenciana (similar en el resto de España a excepción de regiones que tengan transferida esta competencia) se precisa del permiso del Servicio Provincial de Costas (Ministerio de Medio Ambiente) que a su vez

solicita visto bueno a: Servicio de Costas de la Generalitat Valenciana, Agencia Valenciana de Turismo, técnico de costas municipal. Algo parecido pasa en carreteras, parques naturales o patrimonio.

JNM: *¿Qué les pedirías para una mejor operatividad? ¿Para qué las autoridades les dieran más apoyo?*

Emilio J. Alhambra: En mi opinión en España faltaría una normativa específica para los rodajes que permitiera facilitar, simplificar los trámites y coordinar a las administraciones y técnicos implicados.

JNM: *Ante los cambios de gobierno ¿Hay cambios también en ésta Film Commission?*

Emilio J. Alhambra: En mi caso, los cambios de presidente en el gobierno regional pueden provocar el cambio del director general de CDL, que es un cargo político. Esto da lugar a poner al corriente e informar de nuestra actividad al recién incorporado quien puede decidir potenciarla o no.

JNM: *Respecto al presupuesto asignado ¿Qué es lo más importante respecto del presupuesto para recursos humanos, materiales y económicos de una Film Commission? ¿Debe la Film Commission contar con un presupuesto propio?*

Emilio J. Alhambra: Por supuesto.

JNM: *¿Por qué?*

Emilio J. Alhambra: Lo deseable es que la FC tenga un presupuesto anual para gestionar los gastos y acciones que debe realizar: personal, local, equipo oficina, vehículo, web, gastos marketing...

JNM: *¿Por qué es necesario eso?*

Emilio J. Alhambra: Yo creo que se debería de tener un presupuesto analizado de cuánto dinero público se utiliza, las acciones realizadas por la FC y el impacto económico, mediático y turístico generado.

Para poder decidir las acciones a realizar hay que contar con datos e información.

JNM: *¿En qué se utiliza el presupuesto que le otorga la autoridad competente de quien depende su Film Commission? (en una media general, en los últimos 5 años).*

Emilio J. Alhambra: El presupuesto de la Comunitat Valenciana FC es una parte del de CDL, asignado directamente tendría: gastos

salariales, cuotas SFC-EuFCN, gastos promocionales, gastos asesoramiento rodajes... es decir, fundamentalmente es el salario de las personas, gastos de asistencia a mercados y festivales, material promocional, y luego lo que sería la realización y mantenimiento de contenidos para la web...

JNM: *¿Es suficiente el presupuesto asignado?*

Emilio J. Alhambra: En nuestro caso, de momento sí, ya que somos una parte de CDL, dependemos de las acciones del director general y ello nos proporciona bastante margen de maniobra.

JNM: *Respecto a los trámites ¿Cómo son ante las autoridades competentes? ¿Son rápidos o lentos?*

Emilio J. Alhambra: Como comentaba antes, depende de las administraciones implicadas en la concesión de los permisos y de las necesidades de los rodajes. Hay rodajes muy sencillos que permiten agilizar los trámites y otros rodajes más complejos con decorados y acciones muy peligrosas que retrasa el proceso de toma de decisiones y concesión de permisos.

JNM: *¿Piensas que deba de ser la propia Film Commission quien otorgue los permisos?*

Emilio J. Alhambra: Volvemos al tema de las competencias:

- Si es una FO municipal lo puede y debe hacer en lo que respecta a lo que depende del Ayuntamiento.
- Si es provincial, insular o regional, sólo puede conceder permisos de aquello de lo que es propietaria y que no precisa permiso de otras entidades.
- En todo caso, la FC/FO si debe coordinar y hacer un seguimiento de los permisos de rodaje de su zona de acción.

JNM: *¿Cuánto tiempo consideras tú que deban pedirte las cosas? ¿Los plazos de tramitación? Que te digan oye para mañana necesito esto...*

Emilio J. Alhambra: Como he comentado depende del rodaje, número de localizaciones...

En publicidad nos piden que se les responda en días, las TV y el cine piden respuesta y permisos, normalmente, con 1 o 2 semanas de antelación. Desgraciadamente los reglamentos y normativas existentes

presentan y permiten a las administraciones plazos mínimos de 15 o 30 días para contestar.

JNM: *¿Cuánto consideras que es el mínimo de tiempo para que te puedas mover?*

Emilio J. Alhambra: En mi opinión la preparación es fundamental. Para la publicidad deberíamos contar con 7-10 días. Para TV y cine 15-20 días. Son plazos razonables para poder realizar los trámites, consultas, gestiones necesarias en las diferentes administraciones implicadas.

JNM: *¿Existe una Ley o Reglamento que regula las filmaciones en tu municipio, región o comarca?*

Emilio J. Alhambra: A nivel municipal si existe una ordenanza básica para rodajes recomendada por la Federación Española de Municipios y Provincias. Esta ordenanza establece entre otras regulaciones las tasas que ha de pagar un rodaje cinematográfico por ocupación de vía pública. Además, en nuestra red de FO hemos promovido que redacten y aprueben normativas para rodajes más avanzadas, adaptadas y personalizadas a su municipio.

JNM: *¿El Reglamento tiene alguna utilidad?*

Emilio J. Alhambra: Sí, es fundamental una normativa de rodajes municipal que establezca la base legal para rodar en el municipio. Ten en cuenta que esa normativa también permite establecer tasas, posible exención de tasas, sanciones, fianzas, requisitos...Por así decirlo, establece unas reglas de juego que productor y Ayuntamiento deben cumplir.

JNM: *¿Existe o sabes algo respecto de algún estímulo entre el gobierno de España y el gobierno autónomo (municipal, regional) para ayudar económicamente a esta Film Commission?*

Emilio J. Alhambra: Un estímulo directo para creación o desarrollo de las FC no existe o no lo conozco. Sí que hay apoyo del ICEX para acciones de promoción de la SFC o de Turespaña para promocionar las rutas de turismo cinematográfico a través de la SFC.

JNM: *Digo, esto es a nivel del modelo que se ha creado...*

Emilio J. Alhambra: Si te refieres a incentivos fiscales para rodajes internacionales en España, no los hay. Lo que existe actualmente son subvenciones para dar ayuda al proyecto o a la producción realizada

para producciones españolas o co-producciones. Esas ayudas se pueden complementar con ayudas regionales y/o ayudas europeas que le permiten al productor financiar la producción hasta un máximo del 50%.

En nuestra región contamos con una ayuda para rodajes en la Comunitat Valenciana que beneficia a rodajes nacionales o internacionales que se rueden en nuestra región y que consiste en un cash rebate de gasto local del 16% (20% del 80% del presupuesto – pues en Europa se debe dejar que un 20% del presupuesto pueda gastarse en otro país miembro).

JNM: *¿Hay algunos estímulos fiscales?*

Emilio J. Alhambra: Hay estímulos fiscales para toda España que es el 18% sobre la inversión en cine y que se realiza en forma de Agrupaciones de Interés Económico (AIE).

JNM: *Entonces como quien dice ¿no pagarían el IVA?*

Emilio J. Alhambra: Son incentivos pensados para los productores españoles.

JNM: *¿Qué promoción se realiza en esta Film Commission? Y respecto a su promoción en el extranjero ¿En qué fase se encuentra? ¿Dónde se promueven?*

Emilio J. Alhambra: Realizamos un plan de marketing basado en varias líneas:

- Posicionamiento web.
- Asistencia a festivales y mercados bajo paraguas SFC.
- Publicidad en revistas y guías especializadas.
- Acciones directas e inversas con productores, directores de producción, localizadores de publicidad, cine y TV.

Además este año, al tener la presidencia y sede de la SFC, hemos reforzado el presupuesto y las acciones promocionales.

JNM: *¿Cuánto dinero se mueve en la promoción, en un porcentaje del presupuesto que tienen ustedes?*

Emilio J. Alhambra: En general dedicamos entre el 25-30% del presupuesto en gastos de promoción.

JNM: *¿Piensas que es suficiente? ¿Debería ser más?*

Emilio J. Alhambra: La promoción es básica y fundamental pero ojo con aquello que promueves porque las expectativas que creas luego tienes que cumplirlas y para ello hay que tener también recursos.

JNM: *¿Tienen precios competitivos, estímulos o bajos precios de los servicios hacia el sector audiovisual que venga a realizar alguna producción importante por decir, hoteles te dan algún precio especial?*

Emilio J. Alhambra: En el caso de los estudios, Aguamarga Gestión de Estudios se ocupa del parque de proveedores. En los rodajes en el resto de la región, nosotros y las FO municipales actuamos de mediadores entre la productora y aquellos hoteles o empresas de servicios interesadas en realizar ofertas.

JNM: *¿Hay consejos consultivos?*

Emilio J. Alhambra: Actualmente no.

JNM: *¿Cómo lo verías?*

Emilio J. Alhambra: *¿Consejos consultivos? ¿De qué tipo?*

JNM: *¿De la Film Commission?*

Emilio J. Alhambra: Creo más adecuado crear comisiones específicas para ciertos temas: incentivos; normativa y facilidades; promoción y atracción de rodajes... En la red de FO si hemos realizado encuentros para tratar estos algunos de estos temas en varias ocasiones.

También hemos creado un grupo de trabajo para atraer y rentabilizar turísticamente los rodajes entre la CVFC, IVAC y Agencia Valencia de Turismo.

JNM: *¿Tienen firmados convenios con alguna?*

Emilio J. Alhambra: Hemos firmado más de 20 convenios con cada uno de los municipios que integran la red de Film Offices (CVFON). También tenemos previsto firmarlos con más municipios, las diputaciones y algunas entidades como AENA¹¹ para el uso de los aeropuertos o las autoridades portuarias de Alicante, Valencia y Sagunto para el uso de los puertos en rodajes.

También hemos favorecido la firma de convenios para rodajes de los alumnos del Centro de Estudios de CDL con la red de FO.

JNM: *Pero el de aquí del Centro de Estudios ¿Verdad?*

¹¹ Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea.

Emilio J. Alhambra: Correcto.

JNM: *¿Tienes becarios?*

Emilio J. Alhambra: Normalmente sí. Vienen del grado de Comunicación audiovisual del Centro de Estudios de CDL-UMH¹², de FP de Imagen y Sonido Luis García Berlanga y de otras entidades académicas nacionales e internacionales.

JNM: *¿Cuántos?*

Emilio J. Alhambra: Suelo tener 2 al año.

JNM: *¿Cuánto tiempo duran?*

Emilio J. Alhambra: De 3 a 6 meses.

JNM: *¿Los tienes juntos?*

Emilio J. Alhambra: A veces sí, a veces no.

JNM: *¿Cómo te han funcionado los becarios?*

Emilio J. Alhambra: Ha habido de todo. Algunos han entendido la tarea que tiene que realizar y lo han hecho francamente bien. A otros les ha costado realizar el trabajo previo de documentación en la oficina y los resultados no han sido tan satisfactorios.

JNM: *¿Qué características deben tener? O ¿Qué atributos o conocimiento en especial?*

Emilio J. Alhambra: Sobre todo tener vocación de servicio, interés en conocer lo que es una Film Commission y como poder ayudar a los rodajes. Se trata de conocer lo que la producción necesita en localizaciones y servicios y facilitárselo. No es lo que a ti te gusta, sino lo que ellos te están pidiendo.

JNM: *¿Conocimiento en producción?*

Emilio J. Alhambra: No es necesario.

JNM: *¿Idiomas?*

Emilio J. Alhambra: Idiomas sí, cuantos más mejor. Inglés imprescindible.

JNM: *¿Qué títulos profesionales son importantes de los becarios? ¿Qué sean de Comunicación?*

¹² Universidad Miguel Hernández de Elche.

Emilio J. Alhambra: Los becarios pueden cubrir varias áreas y por lo tanto pueden tener formación diferente en función del servicio o tarea que vayan a realizar.

Los que vienen de Comunicación audiovisual pueden colaborar en todo. Los que vienen de formación profesional de imagen y sonido pueden colaborar en localizaciones, realizar fotografías para guía de localizaciones o vídeos promocionales. Los que vienen de marketing están más especializados en realizar materiales y/o acciones promocionales...

En cualquier caso, siempre debe el tutor guiar y supervisar las tareas que realizan, no los puedes dejar solos al frente de un proyecto...

JNM: *No, no al frente, en el puesto de becarios.*

Emilio J. Alhambra: El puesto de becario es complicado. Crees que un universitario o estudiante de formación profesional vendrá con ciertas nociones de ofimática, internet u otros conocimientos... pero cada uno es diferente. Algunos no saben ni manejar el MS Word, el MS Excel o el MS Acces, has de explicarles como enviar las fotos, los datos... Depende de las tareas o proyectos en los que tengan que trabajar se les enseña unas herramientas o otras.

JNM: *¿Te la pasas enseñándoles?*

Emilio J. Alhambra: Tengo preparado un dossier para que sepan la labor que realiza un film commissioner. Y otro para que conozcan los programas y materiales que utilizamos. Suelo dedicar un 30% del tiempo para formación específica y el resto del tiempo realizan prácticas de localizaciones y otras tareas de asesoramiento a rodajes.

JNM: *¿Lo ideal sería que tuvieras uno o dos y en forma escalonada?*

Emilio J. Alhambra: Lo ideal es que pudieran estar al menos seis meses para que tuvieran la formación y una experiencia adecuada.

JNM: *Pero también a ellos les ayuda formarse, interesarse y a lo mejor el día de mañana, si sale bueno el chico, a poco ¿No lo recomendas por ahí, en alguna producción o lo que salga?*

Emilio J. Alhambra: Por supuesto, de hecho algunos de los becarios que han pasado por aquí han acabado de meritorios en algunos rodajes.

JNM: *Si, yo te hablo por ejemplo respecto a nuestra universidad, en México, firmamos convenios con los medios de comunicación local, en el año de 1984, porque la gente que trabajaba ahí era empírica y además no teníamos talleres, estaban en construcción principalmente el plató, logrando con ello profesionalizar el área. No se les pagaba, pero aprendieron y hoy en día tenemos egresados que son hasta directores de canales de televisión, ya que el director general de Televisa del Golfo, que está en Tampico, les notó actitud y aptitud, y los recomendó, uno para Torreón y otro para Veracruz. Finalmente es el alumno al que le puede interesar quedarse...*

Emilio J. Alhambra: La mayoría de los alumnos que viene lo hacen interesados por los estudios de cine y los rodajes. Creen que trabajar aquí les permitirá conocer en persona a los directores y actores de los rodajes. La realidad es diferente, salvo excepciones, nuestro trabajo consiste en colaborar con los equipos de producción para localizar, ayudar a encontrar ciertos servicios, profesionales... en resumen más trabajo de oficina que de campo. Ellos no conocen el trabajo de documentación, todo el trabajo previo a irse a localizar pueden ser días, y localizar pueden ser horas, y cuanto mejor hecho esta el primer paso, el segundo paso es mucho más fácil. Hoy en día con aplicaciones como *Google Earth* o *Google Maps* puedes orientar y pasar enlaces para que los equipos lleguen a ciertos lugares o servicios desde la propia oficina.

JNM: *Sobre todo a las chicas les interesa el mundo del mercado, de la televisión y producción...*

Emilio J. Alhambra: Es cierto que las mujeres tienen más interés por el trabajo de producción que se realiza en oficina pero las que he conocido que estudian comunicación audiovisual prefieren ser directoras o guionistas.

Normalmente cuando me llega alguien que quiere ser actor protagonista, director o director de fotografía por sólo haber estudiado comunicación audiovisual le suelo intentar poner los pies en la tierra. Para dedicarse al cine, la TV o la publicidad se ha de tener “vocación” de serlo y para ello se ha de aprender y pasar por los diferentes puestos de los equipos y conocer cómo se prepara y rueda una película. Hay otros becarios que tienen claro que quieren que les enseñe y a cambio están dispuestos a colaborar en cualquier cometido. Hace unos meses tuve a una becaria de una escuela de marketing francesa que

solicitó hacer sus prácticas en nuestra FC y la experiencia ha sido muy positiva, ahora está trabajando en Canadá.

Como he comentado, realizan prácticas de localizaciones para los rodajes que las solicitan y otras tareas de asesoramiento de servicios que nos piden las productoras. Para que tengan criterios adecuados les recomiendo leer algunos libros.

JNM: *¿Qué tipo de libros les haces leer?*

Emilio J. Alhambra: Yo he tenido formación de económicas, de dirección de cine, de realización de televisión, de producción, de fotografía e iluminación, de señales de TV... además he tenido productora de cine, TV y teatro, produciendo cortometrajes, largometrajes, series documentales para TV y obras de teatro, todo ello hace que pueda entender las necesidades de una producción a nivel artístico y técnico. Por eso les aconsejo leer libros sobre técnicas de guión, dirección, dirección de producción, fotografía e iluminación... y también que vean los "making of" de las películas y series de televisión.

JNM: *En México salió un libro sobre producción, que me parece básico-completo, y se llama Manual básico de producción cinematográfica, cuyo autor es Carlos Taibo y Martha Orozco, lo puedes checar por internet, y viene especificado con un organigrama y descripción todos los puestos a desarrollarse o que intervienen en una producción. Lo edita el CUEC (Centro Universitario de Estudios Cinematográficos) y el CCC (Centro de Capacitación Cinematográfica).*

Emilio J. Alhambra: Yo les enseño lo que son cosas básicas, por decir, interpretación del guión, que conozcan qué es y cómo se hace un desglose de guión, que sepan realizar un análisis del plan de rodaje, y sobre todo que entiendan su papel como film commissioner en la línea de producción.

JNM: *¿Qué libro les recomiendas leer?*

Emilio J. Alhambra: No son libros enteros. Son fotocopias de algunos capítulos de los libros que yo estudié en el Taller de Imagen de la Universidad de Alicante o que he leído después para realizar mi trabajo. Ese libro del que hablas parece muy interesante pues uno de los temas que les comento es el organigrama de los equipos de trabajo, el funcionamiento de un rodaje, las tareas que realizan cada departamento y los equipos y materiales necesarios para un rodaje,

para ello suelo utilizar un manual de dirección de producción en cine y televisión.

JNM: *Por otra parte, a partir del Modelo Ideal Mexicano¹³ ¿Nos podrías decir qué diferencias o incidencias tiene el modelo ideal mexicano del modelo ideal español? Por ejemplo, se sugiere que funcione como organismo especializado sin fines de lucro. Con personalidad jurídica y reconocimiento suficiente ante las autoridades federales, estatales y municipales, para que pueda celebrar acuerdo interinstitucional axial como con organismos de gobierno y privados tanto nacionales como extranjeros que le permitan así, desarrollar y consolidar sus estrategias de penetración, posicionamiento y desarrollo.*

Emilio J. Alhambra: Lo ideal sería una fundación, instituto o agencia gubernamental que dependiera de presidencia, turismo y/o cultura, tipo Film France.

JNM: *Organismo especializado que coordine los esfuerzos estatales, que brinde capacitación y gestione en cualquier nivel las líneas que se establezcan en las estrategias y necesidades que se planteen en un proyecto nacional para incentivar y facilitar la producción nacional y extranjera de la industria audiovisual en territorio nacional.*

Emilio J. Alhambra: En Francia tenemos la Film France para los rodajes nacionales e internacionales y el CNC que se ocupa de las producciones y el cine francés. En España tenemos el ICAA (similar al CNC francés) y nos faltaría la Film Spain, papel que suple la SFC. Ustedes en México tienen el IMCINE y el COMEFILM. El problema surge de la coordinación de las funciones y objetivos de ambas entidades.

JNM: *Más apoyo de los gobiernos estatales y de la Secretaría de Turismo Federal, creándose por decreto y una ley de filmaciones estatal con su respectivo reglamento. Y el tema de ser cobijado a la vez por la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo y que incentiven la inversión audiovisual nacional y extranjera, tanto económicamente (fondos de inversión, estímulos fiscales) como en el rubro de seguridad.*

Emilio J. Alhambra: Cualquier incentivo económico ha de tener unas normas claras y transparentes, ha de ofrecer seguridad jurídica de

¹³ El Modelo Ideal Mexicano Argumentado (MIMA) y el Modelo Ideal Español (MIE) se puede mirar en el trabajo La promoción audiovisual en Tamaulipas. Viabilidad de una Film Commission en Tampico, páginas 162-172. Disponible en https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/10347/14775/3/rep_1190.pdf

cumplimiento por las partes, independiente de los cambios y las voluntades políticas. Este incentivo ha de permitir conocer el impacto económico generado por el rodaje y la cesión de materiales gráficos de la producción para su aprovechamiento mediático y turístico.

JNM: *Contar con un personal altamente capacitado profesionalmente, comprometido, con el proyecto, eficiente y que ante todo conozca muy bien el papel que desempeña una Comisión Fílmica.*

Emilio J. Alhambra: No todo el personal ha de conocer los medios audiovisuales. Deben tener la formación adecuada para desarrollar su cometido. Un buen experto en Marketing si debe vender algo, lo venderá, aunque sea un territorio, un hotel o una marca, lo que hace falta es un personal altamente capacitado. Otro tema es la coordinación y motivación del equipo humano que forme la Film Commission.

JNM: *También, debe conocer muy bien el Estado o la jurisdicción de la Comisión Fílmica.*

Emilio J. Alhambra: En mi opinión debe haber un responsable jurídico, un responsable de marketing, como debe haber un responsable de promoción del operativo de rodajes. Una persona que sepa de todo, es muy complicado.

JNM: *Que las autoridades de quienes dependen las Comisiones Fílmicas de México, tengan una mayor conciencia de la importancia de la industria audiovisual, que la vean con la seriedad que dan a otras industrias, ya que ésta industria además que no contamina, es ya comprobado que deja beneficios en los lugares donde se realizan los proyectos del medio audiovisual, generando derrama económica, atrayendo divisas, empleos directos e indirectos, así como traer consigo un bienestar social para la región.*

Emilio J. Alhambra: La concienciación está muy bien pero los informes y resultados económicos son más convincentes. También es necesario realizar estudios y análisis del impacto mediático y turístico de los rodajes.

JNM: *Que la operación y finanzas de la Comisión Fílmica sean supervisadas y autorizada tanto por las autoridades que participen en su financiamiento, como por representantes distinguidos por la producción en la industria audiovisual.*

Emilio J. Alhambra: Debe haber una total transparencia sobre el uso del dinero público y una justificación del mismo, la supervisión de

técnicos cualificados e independientes es fundamental para el éxito de la aplicación de los incentivos.

JNM: *Crear una oferta especializada de servicios dirigida a la industria audiovisual (precios de hoteles, restaurantes, transportación aérea y terrestre, personal, insumos, etc.), más baja que la que le ofrecen a los operadores turísticos. Locaciones de los gobiernos Federal, Estatales y Municipales gratuitas, servicios de seguridad gratuitos y otros de apoyo como lo son: ejército, bomberos, etc. previo acuerdo, con cuotas simbólicas de recuperación.*

Emilio J. Alhambra: Evidentemente eso es importante, la reducción de los costes de alojamiento, transporte, entidades de seguridad y apoyo logístico, gratuidad de tasas y permisos... todo redundaría en disminuir los costes y hacer más atractivo a las productoras rodar en esa zona. Pero no olviden solicitar los seguros o fianzas pertinentes para que los ciudadanos no paguen los posibles daños ocasionados por los rodajes.

JNM: *Lograr que quienes ocupan los más altos mandos de la función pública se interesen en crear o fortalecer la Comisión de Filmaciones, de preferencia debe de contar con un director o directora general a fin de que las autoridades lo respeten y logren convencer de los beneficios que se pueden conseguir (derrama económica, empleos directos e indirectos, promoción y un incremento de afluencia turística, etc.).*

Emilio J. Alhambra: Aquí pasa igual. Hay interés, pero no se concreta en una entidad, una partida presupuestaria y un plan estratégico que permita promocionar España como plató de rodaje y a la vez promocionar las rutas cinematográficas en España. Para ello es fundamental contar con el apoyo social y político y éstos sólo son posibles cuando tengas unos datos que te permitan visualizar el impacto económico, mediático y turístico que la actividad genera.

JNM: *Hay un documento que dice cuánta derrama económica trajo una producción e influencia turística en México. Es un informe del año 2008 de la COMEFILM¹⁴, en donde dice que la película *Apocalypto* (2006), que se filmó en su totalidad en Veracruz, contribuyó con un gasto directo de 50 millones de dólares y 85 mil noches de hotel.*

¹⁴ Informe presentado por Carla Raygoza, Coordinadora de la COMEFILM (Comisión Mexicana de Filmaciones) en junio de 2008 en La Paz, Baja California, México.

Emilio J. Alhambra: Son estimaciones, y habla de muchas noches de hotel, que parecen infladas. El problema que hay es que son datos que ha dicho la productora o los políticos. Un informe real se consigue cuando se da un incentivo económico que obliga a presentar a la productora el gasto local realizado (facturas, gastos e impuestos pagados que Hacienda puede fiscalizar y comprobar antes de realizar el pago del incentivo), una vez tienes los datos de gasto directo, personas contratadas, empresas contratadas, pernoctaciones... puedes encargar un informe económico de gasto directo, indirecto e inducido a algún instituto económico cualificado. Más complicado resulta la estimación de impacto mediático, por la dificultad que representa cuantificar la repercusión promocional que ha tenido el rodaje, la comercialización y distribución de la obra audiovisual en los medios de comunicación y/o publicidad. Por último, el impacto turístico requerirá de estudios, análisis y comparación de datos antes y después del rodaje y de la exhibición y comercialización de la obra audiovisual para conocer el resultado.

JNM: *¿Qué atributos debe tener una persona que dirige una Film Commission?*

Emilio J. Alhambra: Yo creo que como en cualquier actividad, la vocación es fundamental, le ha de gustar lo que hace. En nuestro caso, se eligió como director de la FC a una persona que conocía el mundo del cine, tenía una visión internacional, familiarizado con los principales festivales de cine europeos, el cine griego, el cine francés y el cine español, había sido director de cine y director de festivales de cine, hablaba varios idiomas y tenía formación para realizar planes promocionales y estudios de datos. Junto a éste se decidió contratar a otra persona con un perfil más técnico para solventar los problemas de los rodajes, esa persona fui yo. Paradójicamente había estado varios años solicitando la puesta en marcha de la FC como productor, como representante de FEVA, Federación de empresas audiovisuales de la Comunitat Valenciana, después de un proceso de selección de varios meses me propusieron que me presentara y finalmente fui seleccionado, varios meses más tarde fui contratado. Desde entonces me dedico a trabajar en temas de normativas, legislación, convenios, facilidades, en asesorar y acompañar a los productores, directores o localizadores varios días para encontrar lo que necesitan para su producción...

JNM: *¿Ha habido alguna coproducción con México?*

Emilio J. Alhambra: No, de hecho en el modelo ideal sería conveniente revisar el tema de los convenios de coproducción, para que sean más operativos e interesantes para los productores. Francia tiene convenios con Canadá, por el idioma francés que les permite llegar a un mercado mayor que otros países. A lo mejor México y España deberían mejorar los acuerdos en temas financieros y con reglamentos más prácticos, que los productores se integren, que sean viables y factibles y desarrollarlos. Guillermo del Toro produce en México, en Estados Unidos, en España, tiene mucho talento, los gobiernos mexicano y español deberían darle más facilidades para realizar coproducciones y promocionar la cultura hispanoamericana.

JNM: *¿Cómo crees tú que este tipo de proyecto podría ayudar a México con el problema que vive de su inseguridad? Es decir ¿Que volviera a ser lo que era?*

Emilio J. Alhambra: Es un tema de sensibilización, y también de riqueza, el problema es que el enemigo es muy potente, si tú tienes una gran fuente de riqueza y de ingresos como es el narcotráfico, que domina la situación, el enemigo es duro, muy difícil, porque está arraigado en el tejido social, decir no a la corrupción, al dinero fácil, eso es muy difícil, es un tema social, las actividades ilegales generan este tipo de conductas, de crímenes, debemos cambiar ese modelo por un desarrollo turístico, donde el pueblo se sienta orgulloso de cuidar sus paisajes, sus monumentos, de atender a los visitantes... Quizás en algunas zonas el turismo y el cine puedan favorecer un cambio.

JNM: *Esta entrevista me parece que puede resultar muy productiva, agradezco tu tiempo, y espero que de aquí salgan cosas buenas, no solo para documentos, sino también para la ciudad.*

Emilio J. Alhambra: Espero que te vaya bien, y espero leer algún día tus conclusiones que van a ser muy importantes. Necesitas un comité de promotores que respalde la iniciativa, a nivel político, a nivel social, académico, y a nivel profesional y empresarial porque si no, tu iniciativa no avanzará.

Bibliografía

- Martínez, M. A. (Ed.). (2003). *Las Comisiones Fílmicas: Un nuevo dispositivo para la promoción audiovisual*. Sevilla, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Martínez, M. A. (2005). As Comisiones Fílmicas: Primeiras pegadas da operatividade institucional na promoción de Galicia como localización escénica. *Estudos de Comunicación* N° 3-4: Consello da Cultura Galega.
- Martínez, M. A. (2010). De la ciudad filmada a la ciudad plató: comisiones fílmicas y apropiación de la imagen. En M. A. Martínez-Hermida (Ed.). *Ciudad y Comunicación* (pp. 354-373). Madrid, España: Fragua.
- Martínez, M. A. (2012). La imagen de la ciudad: el paradigma de las comisiones fílmicas como motor y práctica institucional de desarrollo local. En Martínez, M. A. y Sierra, F. (Coords.). *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* Barcelona, España: Gedisa, pp. 241-270.
- Nieto, J. (2005). *Las Comisiones Fílmicas de México. Su estructura, operatividad y promoción en la industria cinematográfica*. (TIT inédita). Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España.
- Nieto, J. (2015a). 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*. Vol. 2, número 4, pp. 62-71. Disponible en <http://www.novosmedios.org/revista/index.php/AEICp/article/view/103/100>
- Nieto, J. (2015b). Las Comisiones Fílmicas. Un dispositivo para la promoción y el desarrollo de ciudades y territorios. *Razón y Palabra*, 18(88). Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199532731029>
- Nieto, J. (2016). *La promoción audiovisual en Tamaulipas. Viabilidad de una Film Commission en Tampico* (Tesis doctoral). Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, España. Disponible en https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/10347/14775/3/rep_1190.pdf
- Nieto, J. y González Bennett, D. (2014). Acción de las Comisiones Fílmicas, la experiencia de Santiago de Compostela Film Commission. *Razón y Palabra*, 18(85). Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199531506018>
- Valles, M. S. (2002). Entrevistas cualitativas. En *Cuadernos Metodológicos*, N° 32. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.