

## **Las Comisiones Fílmicas. Un Dispositivo Para La Promoción Y El Desarrollo De Ciudades Y Territorios**

## **The Fílmicas Commissions. A Device For The Promotion and Development of Cities And Territories**

**Jorge Nieto Malpica**

**[jorgenietomalpica@yahoo.com.mx](mailto:jorgenietomalpica@yahoo.com.mx)**

**Universidad de Santiago de Compostela**

### **Resumen**

El presente texto documenta la conferencia que la pionera de las Comisiones Fílmicas de México, Luciana Sonnenberger de Cabarga y el creador y fundador de la Comisión Nacional de Filmaciones México (CONAFILM), Jorge Alberto Santoyo Vargas expusieron ante universitarios y académicos. La plática tuvo el propósito de transmitir sus experiencias y la importancia que constituye una Film Commission para el desarrollo social, cultural y económico de una ciudad, región o territorio.

**Palabras clave:** Comisiones Fílmicas, industria audiovisual, directores y productores, locaciones, Comisión Nacional de Filmaciones México (CONAFILM), Asociación Internacional de Comisionados Fílmicos, (AFCI).

### **Abstract**

The present text documents the conference that the pioneer of the Film Commissions in Mexico, Luciana Sonnenberger de Cabarga, and the creator and founder of the National Film Commission Mexico (CONAFILM), Jorge Alberto Santoyo Vargas they had before university students and academicians. The conversation had the intention of transmitting their experiences, and the importance that constitutes the Film Commission for the social, cultural and economic development of a city, region or territory.

**Key words:** Film Commissions, audiovisual production industry, directors and producers, locations, Comisión Nacional de Filmaciones México (CONAFILM), Association of Film Commissioners International (AFCI).

La presente comunicación forma parte de una serie de documentos de investigación que hemos estado realizando en torno a la línea de investigación de las Comisiones Fílmicas<sup>1</sup> (Film Commissions), que deseamos compartir y difundir para fomentar la investigación en el tema, el cual hasta ahora ha sido poco abordado.

En esta ocasión transcribimos una grabación de audio en donde dos destacados e históricos personajes de las Comisiones Fílmicas de México, Luciana Sonnenberg de Cabarga (mejor conocida como Luciana Cabarga) y Jorge Alberto Santoyo Vargas, compartieron por primera vez juntos sus conocimientos y experiencias sobre el quehacer de las Comisiones Fílmicas, ante universitarios mexicanos y académicos de México, España y Brasil. Esto se llevó a cabo el 7 de noviembre de 2008, dentro del marco del III Congreso Internacional de Comunicación: Sociedad, Desarrollo y Movilidad en Comunicación, donde tuvimos la responsabilidad de organizar, en la Universidad Autónoma de Tamaulipas en Tampico, Tamaulipas, México.

Antes de presentar las opiniones de Cabarga y Santoyo, cabe indicar que las Film Commissions nacieron en los Estados Unidos, a mediados de la década de los años cuarenta, como respuesta a la necesidad de las compañías cinematográficas de contar con un enlace gubernamental local que pudiera coordinar los servicios requeridos durante la filmación en locación. Marcelo Martínez Hermida, profesor de la Universidad de Santiago de Compostela, dice que se pueden definir como dispositivos de promoción cuyo principal objetivo es fomentar el sector audiovisual propio a partir de recursos e infraestructuras territoriales, inversiones propias y foráneas que ayuden a asentar, mantener y desarrollar la riqueza desde el imaginario patrimonial y desde el consenso institucional público y/o privado (Martínez-Hermida, 2003: 41).

Luciana Cabarga (Q.E.P.D.), fue una incansable mujer, políglota, que dedicó gran parte de su vida a la gestión del cine mexicano y la creadora de la primera Comisión Fílmica de México, en el Estado de Morelos. Dentro de sus datos biográficos anotamos que incursiona en el cine en el año de 1966; fue guionista, productora y traductora, logrando varios reconocimientos y premios por sus argumentos, guiones cinematográficos y películas producidas. Durante varios años fungió como enlace para México de producciones extranjeras, entre ellas la película “Bajo el Volcán” de John Huston, quien sugirió la creación de una oficina de apoyo a productores, que diera el mismo servicio que Luciana le había proporcionado en el

rodaje. De esta forma en 1986 se creó, bajo su dirección, el Consejo Estatal de Cine, Teatro y Televisión, transformándose más tarde en la primera Film Commission en la República Mexicana. Desde allí se fueron abriendo paulatinamente las comisiones que llegaron a operar en 26 estados de la República, bajo la tutela de la Comisión Nacional de Filmaciones México (CONAFILM) en la cual siguió participando como asesora. En el año 2002 fue presidenta fundadora de la Asociación de Mujeres en el Cine y la Televisión, A. C. de México (MCYTV), en la cual participó activamente.

Jorge Santoyo es creador y fundador de la Comisión Nacional de Filmaciones México, en la que se conformó una red de atención especializada, en la mayor parte del país, para los productores nacionales y extranjeros de la industria audiovisual; realizó 3 ediciones impresas y en CD interactivo de la Guía del Productor de Cine, Televisión y Video, México, y del Catálogo de Locaciones, México, en sus versiones al inglés y español; creó y organizó a partir de 1999 y durante varios años la Expo-Locaciones México. Asimismo, fue Miembro del Board of Directors de la Association of Film Commissioners International (AFCI), Director de Producción del Instituto Mexicano de Cinematografía en el año 2000. Formado en la Escuela de Arte Teatral del Instituto Nacional de Bellas Artes, ha actuado, producido y coproducido películas de largometraje, documentales, programas y series filmadas para la televisión nacional y extranjera, tales como “Bandera Rota”, “Missing”, “Underfire”, “La Rebelión de los Colgados”, “El Asunto Lucona”, “Tarzán”, “Acapulco Heat” y otras más.

A continuación transcribimos la conversación que tuvieron Luciana Cabarga y Jorge Santoyo ante universitarios y académicos.

Luciana Cabarga: Encantada de estar aquí con todos ustedes y de tanta gente joven que le interese el cine.

Jorge Santoyo: Muy buenas tardes, es un placer y un privilegio tener la oportunidad de compartir este espacio con ustedes. Nuestro objetivo es transmitir nuestra experiencia e impulsarlos a que ustedes puedan conocer de primera mano lo que significan las industrias audiovisuales para el desarrollo social, cultural y económico de una región determinada.

La utilización de los medios de comunicación, es realmente muy importante, son medios estratégicos, que reflejan y transmiten nuestra identidad, nuestra historia, nuestra visión del futuro.

En esta ocasión nos toca hablar de un proyecto altamente significativo como es la creación de Comisiones Fílmicas en México. Nosotros tuvimos la oportunidad de crear la Comisión Nacional de Filmaciones de México (CONAFILM)<sup>2</sup> gracias a la

visión de Luciana Cabarga, que fue quien desde finales de los años 80's observó lo que estaba surgiendo en Estados Unidos: la creación de organismos especializados para la atención de productores de la industria audiovisual.

Nuestro medio es la imagen y el sonido y para empezar que mejor forma de abordar el tema que mostrarles un video promocional de la Comisión Nacional de Filmaciones México, en el que se ilustra muy bien el sentido y el nivel de conocimiento, organización, atención y servicio que debe tener un organismo especializado como lo son, las Comisiones Fílmicas.

Para darles unos pocos antecedentes antes de ver el video, les diré que las Comisiones Fílmicas son organismos especializados de atención a los productores nacionales y extranjeros de la industria del audiovisual, este concepto surge en el año de 1949 y no es hasta 1975 cuando se funda la Asociación Internacional de Comisionados Fílmicos (AFCI) en los Estados Unidos para atender las crecientes demandas de la producción para el cine y la televisión. No está por demás señalar que Estados Unidos es uno de los países que tienen mayor producción no solo de cine sino de la diferentes líneas de la industria del audiovisual, ustedes pueden reconocer como parte de las industrias del audiovisual: el cine, la televisión, el video, los comerciales, la foto fija, videos corporativos; todas estas actividades implican anualmente un movimiento importante de inversión y movimiento de capitales y de gente. Lo que buscamos con este tipo de organismos es atraer la inversión y promover la imagen de nuestras regiones en el mundo. Entonces, veamos el video.

Video: “Desde inicios del cine, México ha estado presente y ha dejado testimonio en la pantalla del talento de nuestros escritores, actores, directores, fotógrafos y técnicos.

El cine existe gracias a objetos intangibles, imágenes contenidas en una cinta con emulsión fotográfica, proyectadas en una pantalla; es casi un acto de magia, pero además de magia, el cine es arte y es industria. Para proyectar en la pantalla las imágenes que lo hacen posible se requiere conjuntar una gran cantidad de recursos creativos, financieros, técnicos y humanos.

Igual que el cine se puede decir que el nuestro es un país lleno de magia, es un país privilegiado por la gran cantidad de locaciones naturales e históricas que puede ofrecer a los medios audiovisuales, pero es una magia sustentada en la credibilidad y el profesionalismo, como lo podemos comprobar con el éxito que ha tenido el cine mexicano en las pantallas internacionales en los últimos años; sin embargo, fuera de

las pantallas hay una competencia cada día mayor para ofrecer servicios de calidad a la cinematografía mundial.

Es necesario proporcionar con un alto nivel de profesionalismo nuestro trabajo para impulsar nuestra industria cinematográfica y así contribuir al desarrollo de la estructura del país. Hacer una película es como organizar un gran concierto, hay que coordinar con exactitud el trabajo de todos, planear hasta el último detalle de cada movimiento, enfrentarse a posibles imprevistos. Afortunadamente pronto se podrá contar con las Comisiones Fílmicas como aliadas indispensables de una producción bien planeada, el trabajo de las comisiones no se limita solamente a ayudar a encontrar locaciones adecuadas, se trata también de dar información precisa sobre personal especializado, equipos y servicios, transportes de todo tipo; además de apoyar las necesidades más inverosímiles, así como retos técnicos que sólo la gente del cine se puede plantear.

Además el mundo de la imagen se ha vuelto más competitivo con la incursión del video como forma complementaria y alternativa de la producción audiovisual y en este orden surgen también otras posibilidades de desarrollo para la industria.

Las personas que se designen al frente de las comisiones, van a tener trato frecuente con empresas nacionales y extranjeras deben ofrecer sus servicios con profesionalismo, prontitud, claridad de la información y eficiencia en la ejecución, es importante que quienes se integren en los trabajos de las comisiones estatales, tengan un profundo conocimiento de su entidad y de la gente de su entidad, que entiendan por lo menos un idioma además del español, que cuenten con amplios conocimiento sobre la producción de cine y televisión y sobre todo que tengan creatividad, imaginación y vocación de servicio para resolver los problemas que surjan en cada producción.

Quienes participan en los diferentes sectores en la industria de medios audiovisuales, en relación estrecha con las Comisiones Fílmicas, serán quienes propicien, gestionen y generen las facilidades que den razón de ser a la Comisión Nacional de Filmaciones y a las Comisiones Estatales, la labor de las comisiones es la de atraer la producción, promover las bellezas naturales y culturales del país, propiciar fuentes de trabajo y por supuesto captar la derrama económica que genera.

Idealmente, una Comisión Estatal de Filmaciones deberá contar con una buena infraestructura de comunicación, computadoras, correo electrónico, fax, bases de datos de locaciones y proveedores de servicios, bancos de imágenes y de transportes adecuados para brindar información y gestoría de forma eficaz a los representantes de producciones nacionales e internacionales.

La Comisión Nacional de Filmaciones estará en contacto permanente con la Asociación Internacional de Comisionados de Cine, para intercambiar información y estar al día en los procesos de producción a nivel mundial. Todas las comisiones tienen una meta en común: atraer a los productores nacionales y extranjeros de medios audiovisuales y publicitarios a sus respectivos países.

Con la proximidad del siglo XXI, la producción de locaciones se expande día con día, los beneficios de trabajar con una Comisión de cine seguramente se incrementará; esto, para alcanzar y satisfacer las demandas globales de producción.

México debe, cada vez más, ser un país de alto nivel creativo y de excelentes profesionales. Las comisiones de filmación pueden ser una buena herramienta para fortalecerlos.”

Jorge Santoyo: Aunque sabemos que una imagen dice más que mil palabras, sin embargo queremos profundizar al respecto y comentarles que este tipo de organismos especializados nos ayudan a impulsar nuestra propia industria, además de facilitar e impulsar su desarrollo.

No olvidemos que el cine, la televisión, la fotografía, en sí los medios audiovisuales, aparte de ser industria también son arte, y que son un gran potencial para el desarrollo social, cultural y económico de cualquier país.

Luciana Cabarga: Hablando en una forma coloquial, pienso que las comisiones son importantísimas en varios aspectos, pero principalmente en dos: en primer lugar, la Comisión apoya al productor, ayudándolo en la búsqueda de locaciones, estableciendo contactos con los presidentes municipales, con las autoridades comunitarias y las organizaciones civiles, consiguiéndoles los permisos, y a través de todo esto se le ahorra al productor una inmensa cantidad de tiempo y en consecuencia de dinero, que contribuyen para que aquella película se haga con más placer. Digamos que en primera instancia tratamos de evitarles problemas, que siempre hay, y cuando estos suceden, les ayudamos a solventarlos.

El productor, entonces, ya no se siente solo, especialmente si no es de aquí, si es de otro estado o de otro país, o cuando ni siquiera habla nuestro idioma.

Otro de los aspectos importantes se refiere a los beneficios que propicia la propia Comisión. Ésta es, en primera instancia, una enorme arma de publicidad, de promoción del estado, de las ciudades, de nuestro país, de todo México para el extranjero, porque lo único que se llevan de nuestro país son imágenes impresas en el celuloide. Digamos que sale, no ocupa espacio, no saquea, no causa contaminación y

viaja por todo el mundo y eso es una promoción inapreciable de nuestro país. Aparte, propiciamos dentro de nuestro estado una derrama económica muy importante, es una derrama que muchas veces el gobierno no la reconoce porque no es una derrama que entra a las cajas de tesorería, es una derrama maravillosa porque es pulverizada, le llega igual al dueño del hotel, que tiene ocupado el hotel durante 3 meses, que al indito que deja que pasen por su milpa con el caballo y le arruinen la cosecha y se la pagan, y también a los extras locales que se consiguen en el lugar donde se realiza la filmación.

Entonces a mí me parece que mirándolo ya desde un sentido humano digamos, ya no industrial, es un beneficio enorme para nuestro país y para los lugares que tienen la suerte de tener una Comisión de Filmaciones, yo pienso que eso hay que considerarlo, también aparte de toda la cuestión técnica, monetaria, etc.

Las comisiones no cobran por su trabajo, ayudamos al productor; a nosotros nos paga el gobierno; las comisiones tienen que ser parte de la estructura orgánica de gobierno; generalmente dependen de la Secretaría de Desarrollo Económico o de la Secretaría de Turismo, donde realmente desarrollan un trabajo maravilloso porque en cuestión turística significan una gran promoción para el país y los estados. La imagen se convierte en el vehículo que nos proyecta hacia otros países, nos hermana, y todo esto, yo pienso que es tan importante, así como es ahora. Yo veo el lado romántico y feminista en esto, eso es lo que les quería compartir.

Jorge Santoyo: Cabe resaltar que los servicios que brindan las Comisiones Fílmicas, son y deben ser gratuitos, y están a la disposición tanto de profesionales como de estudiantes, e insisto, no deben de tener ningún costo; como decía Luciana, estos organismos deben estar incrustados dentro la estructura gubernamental, a fin de que estos organismos tengan suficiente autoridad y capacidad de gestión en todos los niveles de gobierno, así como con las instituciones privadas y la comunidad. Incluso, esto es parte de los requisitos y los códigos éticos que marcan la Asociación Internacional de Comisionados Fílmicos de la que hemos sido miembros, a partir de 1995, tanto la Comisión Nacional de Filmaciones México como algunas comisiones de los estados de la república mexicana.

Logramos, entre agosto de 1995 (año en que se creó la Comisión Nacional de Filmaciones México) y marzo del 2000, construir una importante red donde logramos abarcar la mayor parte del territorio nacional, muchas veces constituyendo Comisiones Fílmicas estatales ya especialmente conformadas para ese objetivo, direcciones de cinematografía u oficinas incrustadas en las Secretarías o Direcciones de Turismo o Desarrollo Económico que brindan este servicio.

Quien esté al frente de una Comisión Fílmica tiene que entender y conocer la dinámica y las necesidades tanto creativas como operativas y administrativas de un proyecto, ya sea cinematográfico, televisivo o de cualquier otro medio audiovisual. Es fundamental entender, facilitar y acompañar a cada producción durante todo este proceso, hasta llegar al término de cada proyecto.

Esa es la razón por la que debe de haber o existir conocimiento de los procesos de producción de las diferentes actividades que conforman la industria del audiovisual por parte de quienes dirijan estos organismos.

Y así comprender que es fundamental lograr el equilibrio y coordinación entre las necesidades del productor y los usos y las costumbres de la comunidad así como con las leyes y reglamentos vigentes federales, estatales y municipales.

La misión de estos organismos, es lograr que se pueda transitar de una manera eficaz, eficiente y sobre todo ética, para que el impacto que se dé, no sea nocivo sino que por lo contrario, sea benéfico en todos los ámbitos, resaltando el económico y el social.

La Asociación Internacional de Comisionados Fílmicos en el mundo, es un movimiento que ha crecido enormemente, justamente por la importancia que tiene la industria audiovisual en el contexto mundial, si hacemos un análisis minucioso vemos que después de las industrias aeroespacial y de la guerra, el entretenimiento es en donde más recursos económicos se invierten y que logran un impacto social e ideológico muy importantes, de ahí que el que se pueda trabajar con las Comisiones Fílmicas estatales y que los gobiernos tengan la visión de apoyar y de impulsar esta industria, pues además de los beneficios económicos y sociales, al impulsar la producción de contenidos locales, contribuimos así a preservar nuestra identidad.

Los medios de comunicación están copados por material proveniente de los Estados Unidos de Norteamérica; en el cine lo podemos ver: casi el 90% del tiempo de pantalla, lo tiene el cine de Hollywood, el 5% el cine mexicano y el 5% el material de otras partes del mundo.

En las Comisiones Fílmicas atendemos tanto a producciones nacionales como extranjeras, desde la parte económica podemos ver que si tiene un gran impacto; nosotros hablamos, económicamente, de que este tipo de actividad, tiene un efecto multiplicador de 5 a 7 veces, dependiendo de la región en donde se realice el proyecto, claro si es una zona urbana tendrá mayor efecto, pues los proveedores de servicios tienen mayores recursos y el dinero transita de mano en mano.



La creación de empleos directos e indirectos es muy importante, si tenemos en cuenta que las producciones manejan contingentes de alrededor de 100 personas durante las diferentes etapas de la producción, como lo son: desarrollo, preproducción, rodaje, postproducción, distribución y comercialización; mismas que pueden durar días, semanas o meses según el caso.

En cada una de estas etapas requerimos de servicios y recursos muy especializados y otros servicios que son los que nos puede proveer dentro de la comunidad.

En la etapa del desarrollo hay un proceso muy importante, la búsqueda de locaciones, aquí es donde las Comisiones Fílmicas pueden aportar mucho y lograr atraer un proyecto, o hay veces que se puede colaborar desde la escritura del guión, han llegado solicitudes de personas o empresas que nos piden: estamos desarrollando un proyecto para “X” empresa y queremos que el escritor viaje a determinadas áreas, y de allí vaya ya escribiendo algo dentro de un entorno específico.

En la industria del cine nacional, actualmente se están produciendo cerca de 65 películas al año y en muchas de ellas ya se ha vuelto un valor de producción muy importante filmar en locación, es decir fuera de los foros o de los estudios cinematográficos o televisivos, ahí la importancia de que las Comisiones Fílmicas conozcan con anticipación, qué proyectos se están desarrollando, para eso se está en contacto con la Asociación Internacional de Comisionados Fílmicos, hay revistas especializadas, hay eventos especializados dentro de los festivales, hay mercados de cine y televisión en donde actualmente no se va ya a vender las películas, se vende y se promueven proyectos que se van a realizar, y en tanto los productores conocen que existen este tipo de organismos y facilidades, les da seguridad, les da confianza, y por eso las comisiones deben contar con un menú de servicios e incentivos a la producción, además de un acervo de información y fotográfico de su región.

Es muy importante fascinante y determinante todo lo que sucede durante la etapa de la búsqueda de locaciones, como he insistido, es fundamental conocer, como está conformado su estado; muchas veces como productores llegamos a algún lugar y decimos busco un sitio con determinadas características, por ejemplo: quiero ver un basurero, “¿cómo un basurero?” y el productor o el responsable de locaciones dice: “sí, quiero ver un basurero”, llega a uno, lo ve y dice: “¡está maravilloso, es excelente!”; podemos pensar, ¿cómo un basurero?, pues sí, es una necesidad dentro de la historia y la visualización de los productores y directores; o a veces puede suceder, que mostramos una construcción vieja patinada por el tiempo, por la humedad, y el director y su equipo creativo dicen: “está sensacional, esto es lo que queremos”. La gente del

lugar dirá está bien fea, yo no quiero que se vea así y la pinta, o sea, le quita todos los elementos estéticos que buscaban para la película y por lo tanto la escena o el proyecto puede dejar de hacerse en ese lugar o hay que volver a patinarla como estaba antes, entonces es por eso la necesidad e importancia de entender y de comprender el lenguaje que utilizamos. A nosotros luego nos mandan los guiones, los revisamos y de ahí podemos empezar a dar propuestas de locaciones en diferentes estados del país.

Ese es el sentido de la Comisión Nacional de Filmaciones México, que surge por una necesidad de los estados de la república mexicana de contar con un organismo que coordinara este esfuerzo, que orientara a los productores en qué región podrían encontrar además del tipo de locaciones que se necesitan, facilidades e incentivos a la producción. Esto ha sido muy grato por que ha permitido incrementar la realización de proyectos de producción en los diferentes estados de la república; por ejemplo, una película mexicana actualmente tiene un costo promedio de 25 millones de pesos, si hablamos de que es un impacto de un efecto multiplicador de 5 a 7 veces quiero decir que esos 25 millones de pesos se mueven por siete diferentes manos, estamos hablando de un efecto importante, nosotros lo hemos demostrado.

Por eso es fundamental el apoyo a la industria audiovisual nacional con este tipo de organismos, así como con los fideicomisos de apoyo a la producción cinematográfica nacional. Hemos demostrado que esos apoyos económicos, no es dinero a fondo perdido, por la importante generación de empleos directos e indirectos y el efecto multiplicador económico, así como por los beneficios adicionales que se obtienen por los impuestos y venta de productos que generan esta actividad. Analicemos brevemente el impacto social que se tiene en la comunidad así como el regreso que tiene la federación a través de los impuestos; ejemplo: si consideramos que cada proyecto lleva 120 personas a una locación, simplemente vemos que si llegamos a Tampico esas 120 personas por lo menos van a vivir durante el rodaje que podemos estimar de 6 u 8 semanas, más el tiempo de preproducción, más el tiempo de entrega; si es que se hacen escenografías, se beneficia al carpintero, al herrero, al obrero, al pequeño comercio, en fin hay muchos sectores que se benefician y los hoteles son unos receptores importantes en eso, y nosotros tenemos que considerar que lo que el espectador ve en pantalla implica un tiempo de preparación muy importante. Por ejemplo, se filma en promedio alrededor de tres páginas y media al día, es decir que para lograr eso tenemos que tener una etapa de preproducción y de desarrollo de mucho tiempo en el que es fundamental contar con estos apoyos estatales para que se hagan en tiempo y forma, entonces entre las misiones que debe de tener una Comisión Fílmica es la de crear un menú de servicios especializados dirigidos a la industria audiovisual; si consideramos que las jornadas de trabajo se realizan con la luz del día o

con la luz de la noche; es decir que si vamos a empezar a filmar de día, pues necesitamos saber a qué hora ya hay sol, a las 7 de la mañana, a las 6 y media de la mañana, bueno a esa hora tienen que empezar ya a rodar la primera escena, es decir que nos tenemos que levantar a las 5 de la mañana para bañarnos, desayunar y estar al llamado a tiempo e iniciar actividades conforme a lo planeado por la producción, y si al abrir la llave de la regadera no hay agua caliente empieza ya a haber problemas, el hotel tiene que estar consciente de eso, vamos a bajar a desayunar a las seis de la mañana 100 o 120 gentes y si no llega el cocinero porque normalmente entra más tarde, empiezan a generarse una serie de complicaciones. Si no hay agua caliente y no desayuné y me voy a locación a jornadas de 12 horas promedio, es obvio que es un mal inicio de día y por supuesto que repercute en la disponibilidad creativa del personal, y que justamente como les decía con anterioridad, este quehacer es, por una parte industria pero por otra parte es arte. Uno de los elementos más fascinantes y más complejos que se utiliza en el cine somos nosotros, los seres humanos. Fascinantes o muy complicados, desde ahí la labor de producción, la labor de las comisiones es facilitar este tránsito para que el hotel tenga un buen servicio, que los transportes tengan un buen servicio, nosotros nos topamos mucho con que la gente de producción es la primera que se levanta y la última que se acuesta, nosotros trabajamos normalmente jornadas de 12 a 14 horas y en los transportes son los primeros que tienen que estar y muchas veces nosotros tenemos que traer chóferes que estén acostumbrados a trabajar dentro de la industria audiovisual porque si los contrataran localmente pues están acostumbrados a trabajar sus 8 horas y, a lo mejor, irse a comer con su familia y aquí es una dinámica diferente y tenemos que ir educando en cada una de esas vertientes, crear un servicio especializado que es lo que va a hacer más atractivo el ir a filmar a tal o cual región.

Es muy importante que los gobiernos entiendan y preserven estos organismos, porque por ejemplo, hay estados que han dado un excelente servicio como: Morelos, Hidalgo, Guanajuato, Veracruz y de repente cambia el gobierno y al gobierno entrante sencillamente no le interesa el cine y la televisión, creen que es pura diversión, puro reventón y se dicen hay cosas más importantes que atender, sin darse cuenta que la industria del audiovisual es una industria de alto impacto económico y social. Por ejemplo: la derrama económica en Baja California durante 2007 fue de 20 millones 764 mil pesos mexicanos, y Guanajuato sólo logró 358 mil pesos y esto, ¿de qué depende?, pues sólo depende de la labor que se hace para atraer cual o tal proyecto; por ejemplo, a nosotros nos tocó cuando se fundó la Comisión Nacional de Filmaciones México en 1995, saber que se estaba generando un proyecto que seguramente todos ustedes conocen y habrán visto que es el Titanic, para el Titanic estaban buscando un estanque de agua especializado para filmar, hay uno en Malta y

era el único que había, Diego López, entonces director de Estudios Churubusco y yo como Comisionado Nacional de Filmaciones buscamos la oportunidad de entrevistarnos con James Cameron, director y con John Landau que era el productor y decirles, oye queremos que vengan a México y les mostramos una serie de alternativas, decidimos que el lugar más adecuado para ellos era el área de Rosarito en Baja California, en Rosarito logramos sensibilizar a las autoridades de gobierno para recibir este proyecto, por otra parte a los productores para que entendieran que hay leyes, que hay reglamentos y que hay que cumplirlos, entonces por un esfuerzo mancomunado se logró construir un estudio con el estanque más grande del mundo para filmaciones acuáticas, es una instalación realmente maravillosa, creo que por ahí tenemos una imagen para que la vean, donde se filmó la película del Titanic. Fue una inversión muy importante, el estudio lo construyeron en un área de 12 hectáreas con una inversión de construcción del estudio de casi 20 millones de dólares, fue maravilloso por que el 5 de mayo de 1996 se puso la primera piedra y el 16 de septiembre de ese mismo año se estaba empezando a filmar, esto fue, gracias a una excelente planificación con una excelente coordinación entre la comunidad y los gobiernos municipal, estatal y federal; había días en que cruzaban la frontera 1,000 personas de diferentes nacionalidades y que todo esto implicaba una logística, logramos tener un helipuerto que fuera temporalmente recinto aduanal durante la producción de la película también entonces implicó que realmente hubiera esa labor de gestión a nivel federal. Creamos un nivel importante de comunicación y coordinación entre autoridades, comunidad y productores.

La empresa productora constructora del estudio, desarrolló un proyecto que cumpliera con estrictas normas ecológicas para que el agua contaminada que entraba del mar regresara más limpia de lo que se recibía; entonces ese fue un esfuerzo importante, después se logró, porque ellos pensaban terminar la película y desmontar el estudio, convencerlos de que fuera un estudio permanente y de ahí les surgió a ellos también la idea de crear un Parque Temático Fox Exploration.

Esto es una muestra de cómo la industria audiovisual puede transformar la vocación de una

región, tenemos ejemplos muy claros y seguramente ustedes los recordarán, por ejemplo: Acapulco logró un gran impacto en el momento en que se realizaba la Reseña Mundial de los Festivales Cinematográficos de Acapulco, después de que habían pasado los festivales más importantes, cada fin de año en diciembre desde 1958 a 1968, venían a Acapulco las grandes estrellas de todas las películas premiadas a través del año: Cannes, Berlín, Moscú, Venecia, etcétera y Acapulco era el festival de

festivales, eso le dio una gran dimensión a Acapulco, una gran promoción, Acapulco se convirtió en una marca mundial.

Es a lo que se refiere Luciana cuando habla de ese impacto de imagen que no tiene precio, imagínense el Titanic recorrió el mundo siendo de las cintas más exitosas también a nivel económico y la presencia de México estuvo presente en todo momento, claro hubo toda una estrategia de mercadotecnia desarrollada por nosotros para seguir posicionándonos como país que ofrece un servicio especializado.

Otro ejemplo, seguramente ustedes se acuerdan de Puerto Vallarta, Puerto Vallarta surge a través de una gran película La Noche de la Iguana dirigida por el legendario John Huston y de la mítica relación amorosa entre Liz Taylor y Richard Burton que logró proyectar la imagen de la ciudad y las playas de Vallarta, lo que le dio un posicionamiento a nivel turístico que lo vemos reflejado actualmente, Puerto Vallarta es hoy, uno de los principales lugares de atractivo turístico del país, en fin, estos son sólo algunos ejemplos de lo que ha significado la industria del audiovisual.

México es de los países que tiene una mayor biodiversidad en el mundo y aunado a la gran diversidad cultural que tenemos, son valores realmente invaluable que como Comisión Fílmica debemos de buscar promover.

Luciana Cabarga: Creo que Jorge ha cubierto muy bien todo, y pienso que es muy importante luchar por conseguir que su estado o su ciudad tenga una Comisión Fílmica, aunque parezca un trabajo difícil, que puede asustar un poco al principio, porque no se sabe exactamente como y por dónde empezar o como armarla, pero en realidad, si se tiene pasión, compromiso y se cuenta con el apoyo gubernamental y social, es muy sencillo, ya que las mismas necesidades de producción que exige la película, nos orientan por dónde ir y qué hacer. La Comisión Fílmica es importante en muchos sentidos y además es una maravilla de orgullo cuando en la pantalla, que siempre se los exigimos a los productores, al final, en los títulos ponen el sitio donde se filmó y el agradecimiento a la Comisión Fílmica, siendo esto en realidad el único pago que exigimos.

Espero que lo que hoy Jorge y yo hemos platicado les den una idea del cómo, del por qué y en qué forma se puede y se debe establecer una Comisión Fílmica, así como también de la importancia que tienen realmente este tipo de organismos en todo el mundo.

Jorge Santoyo: Nos gustaría saber si tienen una pregunta o alguna inquietud que quieran manifestar, estamos abiertos con todo gusto a escucharlos.

Entre tanto comentarles que la labor de mercadotecnia a nivel nacional e internacional es vital, tanto para crear y reforzar una marca, como para mantener la presencia en el mercado. Dentro de los mecanismos de promoción utilizados por nosotros fue asistir y propiciar eventos nacionales e internacionales, como lo es asistir a festivales, exposiciones y mercados del audiovisual, realizando eventos especiales de encuentro entre productores o para los productores.

Este tipo de estrategia nos llevó a crear la Expo Locaciones México, espacio en el que durante tres días en dos Foros de los Estudios Churubusco Azteca de la Ciudad de México, se exhibían los servicios a la producción existentes en México, en los que de igual manera estaban presentes muchas de las Comisiones Fílmicas estatales ofertando sus destinos; además de ser un punto de encuentro y discusión de los tópicos más relevantes y de mayor interés para y entre los profesionales de la comunidad audiovisual.

Como ven, aquí tenemos una muestra de algunos materiales que utilizamos para promoción la Comisión Nacional de Filmaciones México, La Guía del Productor, en sus ediciones español e inglés, así como la misma guía en su versión digitalizada con un sistema de búsqueda por tema. De la misma manera, un Catálogo de Locaciones igualmente en sus versiones impresa y digital en versiones español e inglés, en los que participaron alrededor de 12 estados de la república mexicana, así como otras formas de promoción: gorras, playeras, calendarios de escritorio, mouse pads, plumas, llaveros, etc.; herramientas que nos ayudaron a mantener presente a la Comisión Nacional de Filmaciones y viva la imagen de México.

De esta forma, concluimos el presente texto que documenta la plática que Luciana Sonnenberger de Cabarga y Jorge Alberto Santoyo Vargas sostuvieron ante universitarios y académicos. Esperamos que las exposiciones de ideas y conocimientos que en esta comunicación se han expuesto fomenten líneas de investigación que impliquen a las Film Commissions o Comisiones Fílmicas, sin duda una parte muy importante del sector audiovisual.

### **Bibliografía**

Bellas-Rivera, R. (2003). Consideraciones sobre estructura, funciones y operativa de las Comisiones Fílmicas. En Martínez-Hermida M. A. (Ed.), *Las Comisiones Fílmicas. Un nuevo dispositivo para la promoción audiovisual* (43-73). Sevilla: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.

- Benach, N. (2010). La reinención de la ciudad en un contexto global mercantilizado. En M. A. Martínez-Hermida (Coord.), Ciudad y Comunicación. Madrid, España: Fragua.
- Christopherson, S. M., Figueroa M. C., Gray, L. S., Parrott, D., Richardson D. & Rightor N. (2006). New York's Big Picture. Assessing New York's position in film, television and commercial production. Disponible en [http://www.fiscalpolicy.org/publications2006/FPI\\_TelevisionFilmCommercial\\_Aug2006.pdf](http://www.fiscalpolicy.org/publications2006/FPI_TelevisionFilmCommercial_Aug2006.pdf)
- Hellmann, C. y Weber-Hof, C. (2010). Ciudades de cine. Barcelona: Océano.
- Hernández-Les, J. A. (2010). El cine de la ciudad. En Martínez-Hermida M. A., Ciudad y Comunicación, (374-384). Madrid: Fragua.
- Lijó, T. (2001). Industria audiovisual e territorio. As Film Commissions. (TIT inédita). Departamento de Ciencias da Comunicación, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España.
- Martínez-Hermida, M. A. (Ed.). (2003). Las Comisiones Fílmicas: Un Nuevo dispositivo para la promoción audiovisual. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Martínez-Hermida, M. A. (2003). Las Comisiones Fílmicas como un dispositivo audiovisual. En M. A. Martínez-Hermida (Ed.), Las Comisiones Fílmicas: Un nuevo dispositivo para la producción audiovisual (págs. 19-41). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Martínez-Hermida, M. A. (2005). As Comisiones Fílmicas: Primeiras pegadas da operatividade institucional na promoción de Galicia como localización escénica. Estudos de Comunicación Nº 3-4: Consello da Cultura Galega.
- Martínez-Hermida, M. A. (2010). La ciudad y las Comisiones Fílmicas. Apuntes sobre la gestión de las derramas económicas y comunicativa, en J. Nieto-Malpica, Sociedad, desarrollo y movilidad en comunicación, (241-257). Disponible en <http://www.eumed.net/libros/2010a/664/index.htm>
- Martínez-Hermida, 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 (págs. 354-373). Madrid: Fragua.

- Martínez-Hermida, M. A. (2012). La imagen de la ciudad: el paradigma de las comisiones filmicas como motor y práctica institucional de desarrollo local. En M. A. Martínez-Hermida y F. Sierra Caballero (Coords.), *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (págs. 241-270). Barcelona: Gedisa.
- Morales-Ordorica, M. de los A. (1996). *Comisiones de Filmación: una alternativa para el desarrollo de la industria Cinematográfica*. (Tesis inédita de maestría). Universidad Iberoamericana, México, D. F... México.
- New Mexico State Film Office & State Investment Council. (January 2009). *Economic and Fiscal Impacts of the New Mexico Film Production Tax Credit*. Disponible en <http://www.frsm.se/wp-content/uploads/2012/07/NMFilmCreditImpactAnalysis.pdf>
- Nieto-Malpica, 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.
- Rodil-Marzábal, O. (2003). El factor económico y el desarrollo regional en el marco de la actuación de las Comisiones Fílmicas. En M. A. Martínez-Hermida (Ed.), *Las Comisiones Fílmicas. Un nuevo dispositivo para la promoción audiovisual* (págs. 103-119). Sevilla: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.
- Rosado, C. C. M. y Querol, F. P. (2006). *Cine y turismo: una nueva estrategia de promoción*. Sevilla: Ocho y Medio.
- Sánchez-Ruiz, E. (2005). El audiovisual mexicano: ¿Concentrar para competir? *Global Media Journal*. Disponible en [http://gmje.mty.itesm.mx/articulos2/sanchezruiz\\_OT04.html](http://gmje.mty.itesm.mx/articulos2/sanchezruiz_OT04.html)
- Santoyo, J. (2009). Comisiones Fílmicas. En J. Nieto-Malpica, *Sociedad, desarrollo y movilidad en comunicación*, (págs. 12-169). Disponible en <http://www.eumed.net/libros/2010a/664/index.htm>
- Vázquez-Fernández, A. (2003). La comunicación de las Comisiones Fílmicas. En M. A. Martínez-Hermida (Ed.), *Las Comisiones Fílmicas. Un nuevo dispositivo para la promoción audiovisual* (págs.74-84). Sevilla: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.



---

<sup>1</sup> Antes compartimos un documento denominado *Acción de las Comisiones Filmicas, la experiencia de Santiago de Compostela Film Commission*. Disponible en [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N85/E85/01\\_GonzalezNieto\\_E85.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N85/E85/01_GonzalezNieto_E85.pdf)

<sup>2</sup> Proyecto especial no lucrativo, creado en septiembre de 1995, por el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) y los Estudios Churubusco Azteca (ECHASA) dependientes del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. La Comisión Nacional de Filmaciones México, en sus primeros tres años y medio, recibió 2,137 solicitudes de información y apoyo: 1,208 de nacionalidad mexicana, 1,088 de nacionalidad extranjera; de las cuales, 780 provenientes de los Estados Unidos de Norteamérica, 65 de Canadá y 243 de Europa y Asia, además de 21 coproducciones. Generando, para el país, una derrama económica directa estimada en 639 millones de dólares americanos, con un efecto multiplicador estimado en 3,195 millones de dólares americanos, así como la creación de aproximadamente 15,280 empleos directos y 76,400 indirectos (Santoyo, comunicación personal, 8 de octubre de 2014).