



La xarxa de municipis de la Barcelona-Catalunya Film Commission
Contribuïdora en la consolidació de la indústria cinematogràfica i audiovisual a Catalunya

Treball Final de Grau (TFG)

Universitat de Girona, setembre de 2012

Autora: Mònica Prieto Turró | Tutor: Ramon Girona

Títol: La xarxa de municipis de la Barcelona-Catalunya Film Commission; contribuïdora
en la consolidació de la indústria cinematogràfica i audiovisual a Catalunya



Índex de continguts

Índex d'imatges	4
1. Introducció	5
2. Plantejament del problema d'investigació	8
2.1. Formulació del problema o pregunta inicial	9
2.2. Objectius i preguntes d'investigació	9
2.3. Justificació i factibilitat de la investigació	10
3. Marc teòric i conceptual	12
3.1. Antecedents	13
3.2. Conceptualització	16
4. Metodologia i disseny del model d'anàlisi	22
4.1. Caracterització de la investigació	23
4.2. Població i mostra	24
4.3. Recol·lecció i processament de les dades	25
5. Anàlisi dels resultats	28
5.1. Catalunya i el cinema (resum històric)	28
5.2. Barcelona-Catalunya Film Commission (BCFC)	33
5.2.1. Orígens de les Comissions Fílmiques	33
5.2.2. Orígens de la BCFC	36
5.2.3. Funcions, comunicació i promoció de la BCFC	37
5.2.4. La xarxa de Barcelona-Catalunya Film Commission	50
5.3. Les Film Office catalanes	56
5.3.1. Orígens de les Film Office catalanes	56
5.3.2. Professionalització de les oficines	58
5.3.3. Comunicació interna i externa	62
5.3.4. Debilitats i fortaleces	66
5.3.5. Fites aconseguides i objectius a curt i llarg termini	67
5.4. Catalunya Film Friendly i el posicionament institucional	69
5.5. Movie tourism i iniciatives per a la promoció del territori català	72
5.5.1. Movie tourism a Catalunya	74
5.5.2. Iniciativa pública: Barcelona Movie Walks	76
5.5.3. Iniciativa privada: Una ciutat de cine (Pedres de Girona)	77



5.6.	Rodatges a Catalunya amb repercussió internacional	80
5.6.1.	Pandora y el holandés errante	80
5.6.2.	El Perfum	81
5.6.3.	Vicky Cristina Barcelona	82
5.7.	Reflexions de la BCFC i de les Films Offices catalanes en temps de crisi	84
5.8.	Valoració de l'impacte econòmic i social	86
5.8.1.	Instruments d'avaluació i autoavaluació.....	86
5.8.2.	L'incentiu fiscal com a dinamitzador per acollir més rodatges	87
6.	Conclusions	90
7.	Bibliografia	95
8.	Annexos.....	98



Índex d'imatges

Fig. 1 Rodatge "Barcelona ciutat neutral" - Font: BCFC.....	7
Fig. 2 Rodatge "Tornarem" - Font: BCFC.....	11
Fig. 3 Rodatge "The last days" - Font: BCFC.....	21
Fig. 4 Rodatge "Tengo ganas de ti" - Font: BCFC.....	27
Fig. 5 Monument Valley - Font: Moab to Monument Valley Film Commission.....	34
Fig. 6 Finestra "Inici" de la web oficial de la BCFC - Font: BCFC.....	41
Fig. 7 Finestra de la "Xarxa de municipis adherits a la BCFC" - Font: BCFC	42
Fig. 8 Web oficial de Walking Tour de Barcelona de Cinema - Font: Barcelona Turisme	75
Fig. 9 Descripció de la ruta de la Barcelona de Woody Allen - Font: Barcelona Movie Walks ...	76
Fig. 10 Descripció de la ruta de la Barcelona de Woody Allen - Font: Barcelona Movie Walks .	77
Fig. 11 Web oficial d'"Una ciutat de cine" - Font: Pedres de Girona	78
Fig. 12 Ava Gardner a Tossa de Mar - Font: El Punt Avui.....	80
Fig. 13 "El Perfum" al Parc Laberint d'Horta de Barcelona - Font: Barcelona Movie Walks.....	81
Fig. 14 "Vicky Cristina Barcelona" al Parc Güell - Font: Barcelona Movie Walks	82
Fig. 15 Rodatge "Tornarem" - Font: BCFC.....	89

Índex de taules

Taula 1 Municipis adherits a la BCFC (Barcelona-Catalunya Film Commission, 2011)	53
--	----



1. Introducció

La investigació que aquí comença vol plantejar una reflexió sobre el paper de la *Barcelona-Catalunya Film Commission* (BCFC) i de les oficines fílmiques adherides a la seva xarxa de municipis.

Aquest servei públic gestionat per l'Ajuntament de Barcelona (*Institut de Cultura de Barcelona*) i la Generalitat de Catalunya (*Institut Català de les Indústries Culturals*) és l'encarregat de gestionar els rodatges a Barcelona i de coordinar el desplegament de la xarxa territorial de les oficines fílmiques a Catalunya. També és el responsable de promoure internacionalment la indústria audiovisual i el territori de Catalunya com a escenari natural per atraure i acollir importants rodatges nacionals i internacionals.

Com a objectiu principal, es vol donar resposta a la pregunta inicial: "La comissió fílmica catalana i les seves oficines poden estimular i consolidar la indústria cinematogràfica i audiovisual i els serveis que se'n deriven, per tot Catalunya?"

Els objectius de la investigació estan dirigits a descobrir les accions que realitzen les oficines fílmiques per impulsar la indústria cinematogràfica a través d'aspectes i resultats que es poden quantificar.

La investigació s'ha portat a terme amb l'ús de fonts mixtes; s'han utilitzat fonts primàries (entrevistes als responsables, coordinadors i directors de les oficines fílmiques i la BCFC) i fonts secundàries (estudis realitzats en aquest sector i sol·licituds de rodatges, informes de mobilitat, protocols, balanços anuals i memòries d'activitat cedits per la BCFC i diverses oficines de la xarxa de municipis).

Pel caràcter d'aquesta investigació, s'ha cregut oportú no categoritzar l'estudi ni en qualitativa ni en quantitativa. Els resultats obtinguts en aquest estudi són tant qualitius com quantitius perquè s'han obtingut a través d'entrevistes, nombre de rodatges i beneficis econòmics, entre altres.

Actualment, la xarxa de municipis de la BCFC està formada per 166 membres. A causa de la complexitat per entrevistar tots els membres de la xarxa, es va decidir delimitar la mostra de la població a les oficines fílmiques adherides a la *Barcelona-Catalunya Film Commission* que haguessin acollit més rodatges durant el 2011. Aquestes característiques van delimitar la unitat d'anàlisi a les següents vuit oficines fílmiques: Barcelona, Sitges, L'Hospitalet de Llobregat, Terrassa, Tarragona, El Prat de Llobregat, Girona i Sabadell.



L'ús d'entrevistes com a fonts primàries ha provocat alguns dels problemes de la recerca per la dificultat en visitar presencialment cadascun dels membres. Majoritàriament, es va decidir — d'acord amb els membres d'aquestes oficines— mantenir entrevistes telefòniques o respondre a través de formularis enviats per correu electrònic. No obstant, en alguns casos es van mantenir reunions presencials.

Globalment, les entrevistes es van realitzar amb bona predisposició i dedicació, tot i que de vegades les complexes agendes i la saturació de feines van complicar-ne el procés.

Tanmateix, es va creure oportú conèixer, d'una banda, la percepció d'un ciutadà que ha creat una secció de cinema a la seva pàgina web cultural sobre la ciutat de Girona, i de l'altra, la impressió dels organismes que estudien el turisme a propòsit del turisme cinèfil derivat dels rodatges realitzats a Catalunya.

Aquesta segona font va causar algunes dificultats ja que la consulta es va derivar diverses vegades a distints organismes, departaments i responsables i es va aplaçar amb el temps. Després de diverses reclamacions respecte a la consulta formulada es va comunicar que no disposaven de les dades demanades i que la consulta quedava arxivada per al programa responsable.

Per concloure, es vol agrair l'interès i l'esforç dels següents professionals que han dedicat el seu temps en la col·laboració i realització d'aquesta investigació: Pere Claveria, Xesco Forn, Júlia Goytisolo, Carlota Guerrero, Salima Jirari, Laura Merino, Rosa M. Muga, Meritxell Roig, Santi Roig, Montse Sauquet, Elena Torrent, Mar Vilà i Fèlix Xunclà.

El document que aquí comença està organitzat de la següent manera: a través d'un plantejament del problema d'investigació, un marc teòric i conceptual i una metodologia del model d'anàlisi, es pot llegir l'anàlisi dels resultats obtinguts en la investigació per clausurar la investigació amb el recull d'idees més rellevants de l'estudi.



Plantejament del problema d'investigació

Fig. 1 Rodatge "Barcelona ciutat neutral" - Font: BCFC



2. Plantejament del problema d'investigació

La investigació se centra en l'existència de les comissions fílmiques i en la de les seves xarxes d'oficines. Concretament, la investigació rau en la comissió fílmica catalana anomenada *Barcelona-Catalunya Film Commission (BCFC)* i en el seu teixit de municipis. Aquest servei públic és el resultat d'un conveni firmat entre l'Ajuntament de Barcelona i la Generalitat de Catalunya que està basat en l'estructura de *Barcelona-Plató*. L'objectiu d'aquest servei és ajudar en la coordinació i gestió de les filmacions que es porten a terme als municipis catalans. D'aquesta manera, es permet unificar els criteris per a la realització de filmacions, així com enriquir-se de les experiències viscudes en cada municipi.

Aquest apartat està organitzat de la següent manera:

- Formulació de la pregunta inicial de l'estudi.
- Objectius i preguntes d'investigació.
- Justificació i factibilitat de la investigació.



2.1. Formulació del problema o pregunta inicial

El resultat del conveni entre l'Ajuntament de Barcelona i la Generalitat de Catalunya ha originat una promoció de Catalunya com a espai de rodatge en l'àmbit estatal i internacional. La finalitat de la *Barcelona-Catalunya Film Commission* és estimular i consolidar la indústria cinematogràfica i audiovisual i els serveis que se'n deriven, per tot Catalunya. Fruit d'aquesta finalitat, s'ha formulat la següent pregunta inicial d'investigació:

“La comissió fílmica catalana i les seves oficines poden estimular i consolidar la indústria cinematogràfica i audiovisual i els serveis que se'n deriven, per tot Catalunya?”

2.2. Objectius i preguntes d'investigació

- **Objectiu:** Analitzar la xarxa actual de la *Barcelona-Catalunya Film Commission (BCFC)*
- **Preguntes d'investigació**
 - Quantes oficines fílmiques existeixen a Catalunya?
 - De quina forma estan distribuïdes?
 - Quins recursos tenen?
- **Objectiu:** Identificar les accions que realitzen les oficines fílmiques catalanes i la BCFC
- **Preguntes d'investigació**
 - Quines accions realitzen les oficines fílmiques catalanes?
 - Quines accions realitza la BCFC?
 - Quines accions realitzen conjuntament les oficines fílmiques i la BCFC?
- **Objectiu:** Determinar si existeixen instruments d'anàlisi i avaluació sobre la repercussió d'un film, en el territori català.
- **Preguntes d'investigació**
 - Existeix algun instrument per mesurar la repercussió que ha tingut la filmació d'una pel·lícula coneguda en un territori determinat de Catalunya?
 - En quins àmbits es poden mesurar?
 - Quins factors es poden analitzar?
- **Objectiu:** Identificar els primers assoliments de les oficines fílmiques catalanes.
- **Preguntes d'investigació**
 - Les oficines fílmiques catalanes estan assolint el que volen amb les seves accions?
 - En quins àmbits ho estan aconseguint?
 - En quins àmbits cal millorar?



2.3. Justificació i factibilitat de la investigació

Justificació: És rellevant?

El tema és massa ampli?

Es considera que l'àmbit català que es porta a terme en la investigació és prou restringit com per considerar el tema suficientment delimitat. La investigació se centra en la comissió fílmica catalana i en algunes de les seves oficines.

És possible fer una investigació?

La investigació és socialment rellevant perquè la comissió fílmica i les seves oficines s'han convertit en l'element integrador per als rodatges de la indústria cinematogràfica i audiovisual del territori, tant en produccions catalanes com estatals o internacionals. Això implica un impacte econòmic-social rellevant en el territori.

Les dades poden analitzar-se?

Sí, ja que majoritàriament les dades que s'han analitzat són objectives i quantificables.

Té implicacions pràctiques?

Sí, ja que intenta percebre un impacte real i pràctic de les oficines fílmiques catalanes en el desenvolupament i consolidació de la indústria cinematogràfica i audiovisual de Catalunya.

Suposa una aportació teòrica o metodològica?

Suposa una aportació teòrica ja que aquesta recerca es converteix en una de les primeres investigacions d'aquest organisme en l'àmbit català en què se centra.

Es poden extrapolar els resultats?

No, ja que aquesta investigació se centra únicament en l'àmbit català i no es pot extrapolar en altres àmbits estatals o internacionals. No obstant, sí que es podria produir una relació a la inversa en què els resultats obtinguts en estudis d'altres àmbits territorials més experimentats, es podrien incloure en l'àmbit català.

Factibilitat: Es pot portar a terme?

L'enfocament plantejat ha sigut l'adequat per als objectius que es persegueixen?

L'enfocament és l'adequat ja que es vol identificar les accions i els instruments d'anàlisi sobre la repercussió d'un film en un determinat territori.



Marc teòric i conceptual

Fig. 2 Rodatge "Tornarem" - Font: BCFC



3. Marc teòric i conceptual

La investigació que s'ha portat a terme s'ha emmarcat dins d'un marc teòric i conceptual per tal de posicionar la investigadora dins d'una teoria amb diferents mirades teòriques i metodològiques.

Aquest apartat està organitzat de la següent manera:

- Antecedents amb informació relativa ja existent sobre l'objecte d'estudi.
- Conceptualització de conceptes amb la definició pertinent dels termes comissió fílmica, oficines fílmiques, *Movie Induced Tourism* i localització fílmica.



3.1. Antecedents

Les Comissions Fílmiques

“Sota la denominació internacionalment acceptada de *film commission* ens estem referint a una xarxa mundial d’oficines públiques promogudes pel Govern d’un país, una regió o una província per atraure i gestionar els rodatges de tot tipus d’obres audiovisuals” (Rosado Cobián & Querol Fernández, 2006, p. 75)

L’aparició de les comissions fílmiques s’inicia durant els anys quaranta a Estats Units mentre que a Europa no comencen a aparèixer fins als anys noranta. En el cas de l’estat espanyol no va ser fins a finals dels anys noranta, on la comissió fílmica d’Andalusia va ser la pionera. A Catalunya no va aparèixer la primera comissió fílmica fins a l’any 1995. És per aquests motius, que els estudis realitzats sobre aquestes oficines públiques són escassos en àmbit estatal i nacional.

Categorització d’una Comissió Fílmica

El Grupo Celtic (2003) va publicar el llibre *Las Comisiones Fílmicas. Un nuevo dispositivo para la promoción audiovisual* per difondre i fomentar els diversos punts de vista sobre la presentació de contextos i instruments d’investigació per a persones interessades i per a professionals de la promoció audiovisual, institucions públiques i empreses del sector o que hi fossin afins. Segons els seus estudis, van poder categoritzar les comissions fílmiques per diferents aspectes: pels seus objectius, per la seva relació amb la xarxa i pels seus titulars.

Rosado Cobián & Querol Fernández (2006) amb la publicació de *Cine y turismo. Una nueva estrategia de promoción* pretenien difondre, de forma divulgativa, les diverses implicacions que comporta rebre un rodatge. Per a aquests autors, les comissions fílmiques poden actuar com finestreta única —concedint o denegant els permisos de rodatges— o com a mediadors entre el sol·licitant i el titular de l’espai.

Tot i aquesta classificació en les diferents tipologies que existeixen sobre les comissions fílmiques, es comparteixen uns objectius comuns segons Rosado (2000): captar produccions cinematogràfiques, televisives, publicitàries i de videoclips musicals, que siguin rodades a la zona i que utilitzin les infraestructures del seu sector audiovisual.

Difusió d’una Comissió Fílmica

Les comissions fílmiques tenen diversos mitjans per tal de promocionar el seu territori entre la indústria cinematogràfica.



Existeixen els fulletons, regals promocionals, anuncis publicitaris en publicacions i revistes del sector, guies de producció, assistència en fires, festivals especialitzats (Festival de Cannes, la Berlinale, Festival de Cine Español de Málaga, etc.), festes, recepcions que s'inclouen en els nombrosos festivals de cinema, concursos de guions i viatges promocionals, entre altres esdeveniments creatius que s'han organitzat. Segons Rosado Cobián & Querol Fernández (2006) és important assistir a viatges promocionals, visitar companyies productores i representants d'estudis, per tal que la zona representada sigui considerada pels seus interessos cinematogràfics. Tanmateix, també consideren òptim que hi assisteixi un cap de localitzacions per aconseguir una millor presentació de les diferents localitzacions de la zona. Els autors creuen indispensable l'existència d'una actualitzada xarxa de contactes, per tal de mantenir relacions personals i entrar a formar part d'un grup reduït de professionals.

Les Comissions Fílmiques i el turisme

Segons Gámir Orueta & Manuel Valdés (2007), l'existència de les comissions fílmiques serveix per explicar com el cinema es converteix en un poderós instrument d'influència sobre la societat en què és considerat com un dels factors més importants per a la projecció turística d'una ciutat. De fet, el turisme que es dirigeix a certs llocs, induïts per a la projecció del film, es coneix amb el nom de *movie tourism*. És per aquest motiu que els països són conscients de la influència que tenen les pel·lícules per tal de situar una ciutat o un paisatge en la ment dels espectadors.

De vegades, aquesta influència supera l'eficàcia que volien aconseguir amb les campanyes turístiques d'aquestes mateixes localitzacions. Per exemplificar-ho, només cal estudiar el cas de la ciutat de Nova York, per la qual el cinema s'ha convertit en un factor molt important per a la projecció turística internacional de la ciutat, tal i com afirmen Rosado Cobián & Querol Fernández (2006).

La revista *Moviemaker* va classificar les deu millors ciutats nord-americanes on es pot filmar. Les ciutats de Nova York, Vancouver, Toronto, Los Angeles, Austin, Philadelphia, Chicago, Seattle, Las Vegas i Providence van ser les escollides. Segons Rosado Cobián & Querol Fernández (2006), aquests llocs havien plantejat una estratègia específica de captació de rodatges. Quan aquestes ciutats capten rodatges, es filmen pel·lícules i es visualitzen al cinema. Aquestes metròpolis es converteixen automàticament en aparadors de vacances potencials i en nous imaginaris territorials col·lectius, tal i com descriuen Gámir Orueta & Manuel Valdés (2007).



Aquesta mirada, col·lectiva i modificada per la cultura cinematogràfica, és interpretada pel turisme com a personal i subjectiva. El turista vol reconèixer i reviure les imatges que ha vist anteriorment en una pantalla de cinema, convertint l'experiència turística en una de visual, segons Hernández Ramírez (2004).

Aquesta experiència turística ha donat lloc a estratègies de màrqueting turístic en forma de mapes o plànols (*movie maps*) on s'inclouen recorreguts per les principals localitzacions que apareixen en les pel·lícules. Aquest fet, però, s'amplia fins al fenomen de les sèries de televisió. Algunes de les localitzacions més emblemàtiques per aquest turisme són les ciutats de Nova York amb la sèrie *Friends* o *Sex in New York*, o Londres amb les pel·lícules *Match Point* o *Bridget Jones's Diary*. D'aquesta manera, es satisfà la necessitat de viure aquesta experiència visual, i alhora, s'alimenten el nombre de visites turístiques a una ciutat.

Localitzacions

Per tal d'avaluar l'increment de visites que pot experimentar una localització cinematogràfica que ha rodat un nombrós grup de pel·lícules molt conegudes pel públic, existeix el concepte "*Movie Induced Tourism*" que van nomenar Riley, Baker & Van Doren (1998). En aquest estudi s'intenta descriure la relació entre el visitant i la localització cinematogràfica, a partir d'un significat personal influenciat per l'argument d'una pel·lícula concreta. Això també ha permès a l'espectador conèixer —des d'un punt vista cinematogràfic— llocs del món que no havia vist personalment, però que es poden reconèixer fàcilment gràcies a la seva imatge repetida en diverses pel·lícules. La localització del Grand Canyon en seria una mostra prou clara. Tanmateix, cal mencionar que algunes imatges cinematogràfiques mostrades a les sales de cinema no sempre són fidels a l'espai geogràfic que representen, convertint-se en models de paisatges no reals segons Gámir Orueta & Manuel Valdés (2007).

Segons Rosado Cobián & Querol Fernández (2006), algunes pel·lícules reforcen idees i estereotips coneguts internacionalment per tal d'afirmar discursos i imatges autoritzades, siguin o no fidels a la realitat de les localitzacions. En aquest sentit, Gámir Orueta & Manuel Valdés (2007) discuteixen sobre la justificació de la modificació dels entorns geogràfics si, en aquest cas, es considera el cinema com un gènere artístic. Però si existeixen en el cinema localitzacions que s'hi mostren reiteradament (Torre Eiffel, pont de Brooklyn, etc.), també existeixen altres ubicacions del món que no tenen representació en aquest imaginari col·lectiu de la geografia cinematogràfica. Acostumen a ser localitzacions que no han estat escollides per a importants produccions i no entren dins l'imaginari col·lectiu. Gámir Orueta & Manuel Valdés (2007) les bategen amb el nom de «llocs oblidats».



3.2. Conceptualització

Film Commission o Comissió Fílmica

Segons Grupo Celtic (2003) les comissions fílmiques són grups o comunitats d'interès constituïts com una xarxa mundial d'oficines públiques impulsades pel Govern d'un país (iniciativa pública) i sense finalitats lucratives. En aquestes comissions també hi participen organitzacions interessades en el desenvolupament econòmic (cambres de comerç, patronats de turisme, organitzacions empresarials, etc).

Les comissions fílmiques poden adoptar diverses formes segons els seus objectius, la seva relació amb la xarxa i els seus titulars, a partir d'una classificació realitzada per Grupo Celtic (2003):

- Segons els seus objectius; les comissions fílmiques poden optar perquè la comunicació interna sigui més important que la comunicació externa (avaluant i enfortint el sector audiovisual) o perquè la comunicació externa sigui més importat que la comunicació interna (fomentant el territori i atraient grans produccions cinematogràfiques exteriors).
- Segons la seva relació amb la xarxa; les comissions fílmiques poden ser virtuals (mitjançant espais informatius de la xarxa) o reals (mitjançant un dispositiu de resposta professionalitzat).
- Segons la seva titularitat; les comissions poden ser públiques, associatives o sectorials. En el primer cas (públiques), s'utilitza un model organitzatiu des d'una institució pública en què es controla el propi sector audiovisual i dinamitza sectors econòmics que es poden associar amb la producció dels seus continguts. En el segon cas (associatives), de capital privat, s'intenta desenvolupar empreses que puguin oferir serveis interessants per a les produccions audiovisuals —per tal de promocionar el territori— i determinades infraestructures o productes de la localització escollida. En l'últim cas (sectorials), aquestes comissions estan impulsades pel sector audiovisual d'una determinada zona i es converteixen en el millor aparador dels serveis audiovisuals que ofereixen. Aquestes últimes comissions sectorials, es divideixen en les que estan formades pel sector audiovisual i per aquelles formades per associacions del sector que engloben altres comissions fílmiques del país. Tot i aquesta última classificació, l'AFCI prohibeix que empreses del sector audiovisual siguin part interessada en el nucli de les comissions, per evitar la influència de treballar amb uns serveis i professionals concrets.



No obstant, la majoria de les comissions fílmiques són de titularitat pública i es troben dins una política de promoció del sector audiovisual propi de la zona, que alhora s'inverteix en altres sectors econòmics del territori.

Tot i les diverses formes que poden presentar les diferents comissions fílmiques, totes elles comparteixen unes funcions semblants:

- Captar i tramitar rodatges d'obres audiovisuals durant el major temps possible.
- Intentar atraure directors i productors per convèncer-los que a les seves pel·lícules apareguin les localitzacions de la comissió fílmica de referència.
- Proporcionar informació i facilitar el contacte dels productors amb les empreses o professionals del sector audiovisual. Per tal de tenir una base de dades actualitzada i òptima és necessària la investigació continuada sobre la indústria audiovisual, establir i mantenir les relacions amb les empreses del sector i elaborar una guia o catàleg actualitzada periòdicament.
- Elaborar i mantenir un catàleg i/o base de dades de les localitzacions. Les bases de dades acostumen a estar ordenades per criteris —tipus de localització, època, ambient, entre altres— per tal de facilitar la cerca d'escenaris potencials. Aquesta base de dades pot ser impresa o digital i ha de contenir imatges de les diferents localitzacions.
- Tramitar i facilitar permisos entre els productors i els organismes i institucions públiques. Aquesta funció té un gran avantatge per a les productores ja que les comissions fílmiques tenen molta experiència, relació i comunicació entre els organismes dels quals es necessiten tràmits administratius. L'objectiu de la majoria de les comissions fílmiques i de les oficines fílmiques és convertir-se en finestreta única o permís únic per a les productores. D'aquesta manera, els responsables dels rodatges només han d'omplir un únic informe i la comissió fílmica s'encarrega de gestionar tots els permisos necessaris per aquell rodatge (policia, urbanisme, trànsit, etc). En aquest cas, les comissions fílmiques acostumen a realitzar una guia informativa o de producció amb un manual de rodatge per tal d'informar sobre tot el que intervé en el procés de sol·licitud de permisos: informació que cal incloure en un permís; terminis establerts; taxes aplicades; precaucions (instal·lacions elèctriques, il·luminació nocturna, etc) normatives (soroll, senyalització, generadors, etc) i legislació (laboral, de transport, d'assegurances); necessitats i condicions especials com són les filmacions amb animals, explosius i uniformes especials; normes en termes de càtering; especificacions sobre la ubicació de serveis o localitzacions interessants; formes de comunicar-se amb la ciutadania; entre altres aspectes que es cregui convenient incloure.



Film Office o Oficina fílmica

Segons Grupo Celtic (2003) l'oficina fílmica és de caràcter públic, semblant a les comissions fílmiques, en què el titular és una ciutat. Desenvolupen productes, consideren possibles clients i intenten captar i tramitar rodatges de les obres audiovisuals. Totes les ofertes i demandes han de ser gestionades per les oficines fílmiques com únics departaments responsables de l'atenció i promoció del sector audiovisual. Aquestes oficines han de tenir un seguit de permisos i poders atorgats per les institucions locals per tal de poder decidir sobre aspectes relacionats amb la gestió de rodatges (permisos, talls de trànsit, llicència d'obres, vehicles, promoció econòmica, plantejament fiscal, desenvolupament formatiu, entre altres).

Habitualment, l'oficina realitza la seva activitat assessorada per la comissió fílmica que li correspongui, sobre les mesures i actuacions que han de seguir per a les oportunes promocions.

Aquestes oficines es gestionen i es promocionen utilitzant publicacions, agendes, xarxa de contactes i llocs web oficials. Les corresponents publicacions són indispensables per a la promoció de les oficines, ofertes, recursos, infraestructures, facilitats, interessos i, finalment, per conèixer els sectors econòmics i socials implicats. L'agenda és un instrument necessari per captar nous clients, mantenir contactes amb altres associacions relacionades amb altres oficines o comissions fílmiques i planificar l'assistència a fires i festivals del sector. Els llocs web oficials s'usen com a eina per informar i activar productes i ofertes de les oficines.

Les oficines han de disposar de les localitzacions per als possibles rodatges a curt termini, resoldre qualsevol obstacle de producció, brindar solucions en què es puguin beneficiar sectors del territori i oferir-ho de forma gratuïta. L'oficina habitualment arriba a un acord amb la producció cinematogràfica que ha rodat en el seu territori. Els acords varien segons el pacte a què s'ha arribat; aparició en els crèdits de la pel·lícula, inversors o coproductors del territori en la producció, entre altres.

Aquestes oficines estan gestionades per perfils professionals i tècnics especialitzats, segons la gestió que es porta a terme a cada oficina. D'aquesta manera, hi poden haver perfils administratius, comercials, consultors, formadors, advocats, tècnics (d'empresa, mercat o turisme), corresponsals executius, gestors d'agenda, i figures com el *film commissioner*, el *location manager* o el *location scout*. El *film commissioner* és el director executiu de les oficines i el que s'encarrega del treball operatiu i de respondre davant de la comissió fílmica corresponent. Per aquest motiu, ha de conèixer el sector audiovisual (el propi i el de fora), el mercat i els instruments per a la promoció. El *location manager* és el gestor de localitzacions i el que dissenya els operatius del rodatge.



Ha de conèixer àmpliament el territori i els recursos que poden ser útils per a la producció cinematogràfica. El *location scout* és l'explorador de localitzacions i el que localitza els escenaris més òptims per a les produccions. Tanmateix, també és l'encarregat de crear productes promocionals per donar a conèixer la imatge del territori.

Movie Induced Tourism

Segons Rosado Cobián & Querol Fernández (2006) el concepte *Movie Induced Tourism* és un instrument per avaluar l'increment de visites que pot experimentar una localització cinematogràfica concreta on s'ha rodat un nombrós grup de pel·lícules molt conegudes pel públic, i a on el turisme es dirigeix influenciat per la seva gravació i projecció. En l'estudi de Riley et al. (1998), s'intenta descriure la relació entre el visitant i la localització cinematogràfica, a partir d'un significat personal influenciat per l'argument d'una pel·lícula concreta. Els espectadors del cinema se senten vinculats a unes localitzacions que tenen un significat simbòlic. Busquen aquells elements o espais on succeeixen escenes d'algunes de les produccions més conegudes per experimentar i sentir les mateixes coses que van transmetre uns determinats personatges. En aquest sentit, cada espectador té la seva pròpia icona cinematogràfica i se sent atret a viure el mateix que ella. Això succeeix, perquè de vegades existeixen pel·lícules que impacten a l'espectador i els influeix a viatjar cap a les localitzacions d'aquelles produccions. D'aquesta manera, cada turista té una mirada aparentment personal i subjectiva de les localitzacions i hi intenten reviuir el que havien vist a les sales de cinema. No obstant, la realitat demostra que són mirades col·lectives que han estat creades des de la cultura.

Es descriu que després d'analitzar una desena de films coneguts, les visites a les localitzacions rodades van augmentar entre un 40 i un 50% durant els quatre anys posteriors a la seva projecció cinematogràfica.

Segons Gámir Orueta & Manuel Valdés (2007) existeixen els itineraris cinematogràfics que transcorren per les principals localitzacions de les pel·lícules de major èxit o difusió, per tal de promocionar i augmentar el nombre de visites turístiques d'aquesta ubicació.

Algunes de les localitzacions més emblemàtiques per a aquest turisme, són les ciutats de Nova York amb la sèrie *Friends* o *Sex in New York*, o Londres amb les pel·lícules *Match Point* o *Bridget Jones's Diary*. Aquests itineraris també són coneguts com a *movie maps*.



Localització fílmica

Segons Gámir Orueta & Manuel Valdés (2007) la localització fílmica és el lloc d'emplaçament en què es dirigeix un equip quan una producció es trasllada per rodar. Normalment, es tracta d'ubicacions naturals o escenaris exteriors, per tal d'aconseguir una major versemblança.

Segons els autors a sobre esmentats, existeix una tipologia que classifica la manera de representar aquestes localitzacions:

- llocs suplantats: per causa de l'evolució de la tècnica cinematogràfica, condicions geogràfiques (hores de sol, característiques de la superfície o el relleu del terreny, xarxa d'infraestructures, serveis hotelers i d'hostaleria, etc) , massificació d'habitants (grans ciutats), distribució territorial dels estudis cinematogràfics (evitar desplaçaments llargs i habituals), motivacions econòmiques (costos de desplaçament, allotjament, taxes, permisos) i/o polítiques (prohibició d'accés o de filmació de determinats territoris, espais protegits o monuments de caire cultural o religiós).
- llocs vertaders: interès per rodar les localitzacions —que influeixen en la narració— amb veracitat. Tot i que la ubicació de les productores i dels estudis cinematogràfics és un aspecte molt influent per rodar en un lloc vertader, el desig dels realitzadors per transmetre un major realisme en les seves obres cinematogràfiques és un aspecte molt influent per rodar-hi. Tanmateix, aquest desig del realitzador es converteix en un reclam publicitari per a la producció quan anteriorment no s'havia tingut permís per rodar-hi o quan els escenaris tenen unes qualitats paisatgístiques destacades.
- llocs modificats, inexistents o imaginaris: localitzacions retocades durant el rodatge o a través de tècniques digitals d'estudi, decorats i maquetes. Aquestes tècniques són recurrents en gèneres de ciència ficció (produccions ambientades en el futur, altres planetes, o en ubicacions de la Terra que no han sigut explorades), i produccions infantils (simplificació de detalls en els paisatges).



Metodologia i disseny del model d'anàlisi

Fig. 3 Rodatge "The last days" - Font: BCFC



4. Metodologia i disseny del model d'anàlisi

La metodologia respon al disseny del model d'anàlisi que es portarà a terme en la investigació plantejada en aquest projecte.

Aquest apartat està organitzat de la següent manera:

- Caracterització de la investigació
- Població i mostra
- Recol·lecció i processament de les dades



4.1. Caracterització de la investigació

La investigació que s'ha portat a terme sobre les oficines filmiques catalanes té una finalitat bàsica ja que s'ha volgut obtenir un millor coneixement i comprensió dels fenòmens socials, i una profunditat exploratòria.

Es vol conèixer —a través de l'exploració d'aquest fenomen— si aquestes oficines poden estimular i consolidar la indústria cinematogràfica i audiovisual, així com els serveis que se'n deriven (ja siguin turístics, empresarials, etc) en el nostre país.

Segons la seva temporalitat, aquesta investigació està emmarcada en un estudi longitudinal i de forma prospectiva, ja que es vol conèixer quines repercussions tenen les accions realitzades des de les oficines filmiques en l'actualitat i en el futur més immediat.

La investigació s'ha portat a terme amb l'ús de fonts mixtes; s'han utilitzat fonts primàries (entrevistes als responsables, coordinadors i directors de les oficines filmiques i la BCFC) i fonts secundàries (estudis realitzats en aquest sector i sol·licituds de rodatges, informes de mobilitat, protocols, balanços anuals i memòries d'activitat cedits per la BCFC i diverses oficines de la xarxa de municipis).

Els objectius de la investigació han estat dirigits a descobrir les accions que realitzen les oficines filmiques per impulsar la indústria cinematogràfica a través d'aspectes i resultats que es poden quantificar.

Segons els resultats que s'han obtingut de la investigació és difícil categoritzar el caràcter de la investigació únicament en qualitativa (entrevistes) o quantitativa (nombre de rodatges, balanços d'activitat, impacte econòmic, nombre de turistes, etc). És per aquest motiu que s'ha cregut convenient tenir en compte les dues tipologies d'aquest aspecte.



4.2. Població i mostra

En aquest apartat es presenten les característiques de la població i la mostra que s'ha definit en la investigació:

Delimitació de la mostra

Característiques de la població:

- a) Oficines fílmiques adherides a la *Barcelona/Catalunya Film Commission*
- b) Oficines que hagin estat actives durant el 2011
- c) Oficines que es localitzin a Catalunya

Característiques de la mostra:

- a) Oficines fílmiques adherides a la *Barcelona/Catalunya Film Commission*
- b) Oficines que hagin estat actives durant el 2011
- c) Oficines que es localitzin a Catalunya
- d) Oficines que hagin acollit més rodatges cinematogràfics o audiovisuals durant el 2011

Unitat d'anàlisi:

8 oficines fílmiques que estan adherides a la *Barcelona/Catalunya Film Commission*, que van ser actives i van acollir més rodatges cinematogràfics o audiovisuals durant el 2011 i que s'ordenen per nombre de rodatges portats a terme:

Barcelona: 1905 rodatges

Tarragona: 48 rodatges

Sitges: 86 rodatges

El Prat de Llobregat: 37 rodatges

Hospitalet de Llobregat: 56 rodatges

Girona: 32 rodatges

Terrassa: 50 rodatges

Sabadell: 31 rodatges

Tipus de mostra

Mostra no probabilística estratègica

El tipus de mostra escollida depèn de condicions relacionades amb la investigació i no es basa en regles probabilístiques. No es poden convertir en resultats estadísticament representatius de la població, però sí que es poden presentar com a resultats il·lustratius. Aquesta mostra ha sigut seleccionada conforme uns criteris específics per a la investigació que ha descartat els que no complien aquests criteris.



4.3. Recol·lecció i processament de les dades

El **treball de camp** que s'ha portat a terme en la investigació ha seguit unes pautes cronològiques i temporals, per tal de recol·lectar les dades més significatives per a la recerca.

En primer lloc, ha sigut necessari disposar d'una base informativa sobre el significat de les comissions fílmiques, així com de les oficines fílmiques, i el motiu del seu naixement en l'àmbit audiovisual.

En aquesta mateixa etapa s'ha hagut de tenir una visió global i històrica sobre l'aparició d'aquestes oficines arreu del món, i les diferències més notòries que existeixen entre elles. En aquest sentit, es refereix a l'antiguitat de les comissions o oficines en el sector cinematogràfic o audiovisual de la seva regió, la relació que existeix entre elles i les institucions públiques, i els avantatges que ofereixen aquestes oficines a les produccions potencials dels territoris.

Per conèixer aquests aspectes, s'han consultat estudis i fons documentals, tant en l'àmbit català o espanyol, com en àmbits europeus o internacionals.

A través d'aquestes consultes, s'ha realitzat una anàlisi dels documents consultats i un buidatge esquemàtic per tal d'obtenir una visió panoràmica de la situació de les comissions i oficines fílmiques.

Sobretot, l'estudi s'ha focalitzat en l'àmbit català, en la *Barcelona-Catalunya Film Commission* i en les oficines fílmiques que hi estan adherides.

En segon lloc, es van fer les primeres preses de contacte amb la *Barcelona-Catalunya Film Commission* per tal d'obtenir una futura relació de col·laboració en totes les fases del procés d'investigació.

En tercer lloc, es van realitzar un seguit de trobades, consultes i entrevistes en profunditat a diversos càrrecs de la BCFC: Julia Goytisoló, directora de la BCFC; Carlota Guerrero, coordinadora de Catalunya; Mar Vilà, coordinadora Paralel 40 i Salima Jirari, comunicació.

En aquesta mateixa fase es va mantenir contacte amb algunes oficines fílmiques per tal de conèixer la seva visió i experiència. Per aconseguir aquesta informació es van realitzar entrevistes en profunditat entre els membres responsables de les oficines seleccionades.

En principi es va mantenir relació de col·laboració amb Laura Merino, coordinadora de la *Girona Film Office*. Segons l'entrevista que es va mantenir, es va tenir en compte l'enllaç a un projecte privat en forma de pàgina web anomenat *Pedres de Girona* i es va mantenir una entrevista via correu electrònic amb el seu responsable, Fèlix Xunclà.



Posteriorment, es va mantenir converses i entrevistes per via telefònica i per correu electrònic amb els següents professionals de la xarxa de la BCFC: Pere Claveria, director del *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* de Terrassa; Rosa M. Muga, cap de secció de promoció cultural de l'Hospitalet de Llobregat; Meritxell Roig, coordinadora de la *Tarragona Film Office*; Santi Roig, director de la *Sitges Film Office*; Montse Sauquet, responsable dels rodatges a Sabadell i Elena Torrent, coordinadora d'*El Prat Film Office*.

A través d'aquestes entrevistes i relacions de col·laboració, es va obtenir un fons documental i de primera mà sobre les eines, instruments i inquietuds dels seus responsables. També s'ha mantingut un enllaç col·laboratiu durant tot el procés de la investigació.

Durant tota aquesta etapa, es van continuar consultant i analitzant estudis i fons documentals que fossin rellevants per a la investigació inicialment plantejada.

En el **treball de gabinet** es va realitzar el processament de les dades obtingudes fins al moment.

Primer, es va fer un filtratge de la informació obtinguda a través de les entrevistes i de la informació que paral·lelament s'havia buscat. A partir de l'observació, l'anàlisi i la comparació d'aquestes dades es van seleccionar els aspectes més importants per respondre a les preguntes d'investigació.

Segon, es van avaluar les dades per classificar-les segons la pregunta amb què tenien relació.

Tercer, es va verificar que les dades seleccionades responguessin adequadament la pregunta que els corresponia.

Quart, es van revisar les preguntes que no tenien resposta, o que aquesta resposta no fos prou clara per determinar quines eren.

Cinquè, es va buscar la resposta a aquestes preguntes pendents a través d'una nova recerca i de noves consultes als responsables de la BCFC amb la posterior anàlisi de la informació obtinguda.

Sisè, es va fer un llistat de control per verificar que totes les preguntes d'investigació tenien resposta i, per tant, que s'assolien els objectius.

Setè, a través de l'anàlisi i avaluació d'aquests objectius es va respondre la pregunta inicial en la mesura en què va ser possible.

Vuitè i últim, es difon la resposta tant a les preguntes d'investigació com a la pregunta inicial amb la presentació i exposició del treball final de grau (TFG).



Anàlisi dels resultats

Fig. 4 Rodatge "Tengo ganas de ti" - Font: BCFC



5. Anàlisi dels resultats

5.1. Catalunya i el cinema (resum històric)

El 15 de desembre de 1896 es va fer la presentació pública i oficial de l'aparell dels germans Auguste i Louis Lumière, a Catalunya, en una petita sala de l'establiment dels «Napoleón»; l'Antoni i l'Emili Fernández. Eren uns prestigiosos fotògrafs que tenien els seus estudis a la Rambla de Santa Mònica de Barcelona, números 15 i 17. Les primeres sessions en aquest taller, amb capacitat per a cinquanta persones, mostraven els primers films dels Lumière com *Jugadors de cartes*, *Arribada d'un tren* i la *Sortida dels obrers de la fàbrica de Lyon*, entre altres. Cadascuna d'aquestes sessions de mitja hora, costava una pesseta a primera classe, i de 50 cèntims per a segona. Els beneficis de les localitats venudes estaven destinades als soldats que tornaven ferits o malalts de Cuba, segons les publicacions d'aquell temps.

Aquesta sala de projeccions coneguda amb el nom de *Cinematógrafo Napoleón* va tenir molt èxit entre els burgesos de la societat barcelonina i va viure deu anys com a sala de projecció (Porter i Moix, 1992),(González López, 1986) i (La Vanguardia, 2006).

La presentació de l'invent a la resta de Catalunya va ser progressiva. A Lleida també va ser aquell mateix desembre de 1896, a Tarragona el febrer del 1897 i a Girona no fou fins el setembre del 1897. Els firaires que anaven de ciutat en ciutat per les festes majors, van ser clau perquè la projecció s'expandís per tot el país.

Fructuós Gelabert (Gràcia, 1874 – Barcelona, 1955) fill de família obrera artesanal, amb *Riña en un café* (1897) com a primera cinta argumental i *Salida de los trabajadores de "La España Industrial"* (1897) en què feia de càmera i director, està considerat el pare del cinema català, el mestre de futurs professionals i el millor documentalista de Catalunya i de la seva societat durant el cinema clàssic (González López, 1986).

Entre el 1906 i el 1919 es va produir un període de consolidació pel que fa a la creació d'empreses industrials, en les millores en les projeccions i en el ventall de diferents gèneres cinematogràfics (des del documental fins al gènere de ficció). D'aquest últim gènere, Fructuós Gelabert en va ser el principal promotor amb *Cerveza gratis* (1906) i *Baño imprevisto* (1909).

Entre el 1911 i el començament de la Primera Guerra Mundial la indústria cinematogràfica catalana es sustentava per la continuïtat en l'obra de Fructuós Gelabert, per la productora *Hispano Films* —que produïa amb certa regularitat i disposava d'una certa estabilitat econòmica— i per la formació de la *Film de Arte Español* amb una producció intensa de deu llargmetratges tot i la seva curta vida de mig any.



Durant la guerra, Catalunya va desenvolupar força cinema influenciat pels fets històrics que es vivien al país mitjançant drames d'influència italiana.

Després de la Primera Guerra Mundial, es va començar a rodar cinema d'aventures i d'acció com fou el cas del film en episodis *Los misterios de Barcelona o Barcelona y sus misterios* (1915-1916) produïda per *Hispano Films* i amb prou èxit entre el públic. Durant aquest període (1914-1918), varen sorgir diferents productores com *Barcinógrafo* (1913) i *Studio Films* (1915) que van atorgar qualitat i rendibilitat al cinema català, però posteriorment també varen néixer distribuïdores que van introduir el cinema nord-americà a les pantalles catalanes (González López, 1986) i (Oltra i Costa, 1990).

El 1917 aparegué una crisi de producció ocasionada per diferents factors: la crisi que patia el país, el bloqueig comercial, uns nous gèneres provinents dels Estats Units, el cinema sonor i la nova maquinària tecnològica, les lleis imposades pels estats europeus i el capitalisme.

Fins llavors, el cinema produït a Catalunya havia sigut ambiciós i, en molts casos, rendible. Fins i tot es va convertir en un punt de referència per al cinema europeu en què algunes empreses franceses o italianes hi van establir sucursals. Però el cinema nord-americà i els diferents inconvenients mencionats, van donar lloc a la progressiva i gairebé total desaparició del cinema català. (Romaguera i Ramió, Joaquim (dir.), 2005)

Amb l'Exposició Internacional (1929) es va intentar donar un nou impuls al cinema autòcton amb films de ficció com *La puntaire* (1928) de Josep Claramunt i Fructuós Gelabert i *La filla del mar* (1928) d'Adrià Gual, tot i que no van tenir l'èxit esperat (González López, 1986).

El film *Barcelona Trailer* (1929) gravat per Marcel Ventura a Nord-Amèrica en què actors coneguts del cinema americà saludaven en castellà és la primera mostra sonora que hi va haver a la ciutat comtal.

Amb la caiguda de la dictadura de Primo de Rivera i la proclamació de la República Catalana —i tot i que la situació socioeconòmica no era favorable— es va intentar donar un nou impuls amb el *Comitè de Cinema de la Generalitat Republicana* (1932) per intentar institucionalitzar la cultura catalana i marcar unes bases polítiques cinematogràfiques en un país republicà i cobert de canvis. Fins i tot, s'organitzà una *Comissió de Cinema* que estudiava un *Pla d'estructuració i organització del cinema a Catalunya* en què es determinaven les funcions, les competències i els plans d'actuació del propi Comitè.



Aquesta Comissió estava formada per representants del Consell de Cultura, el món de l'ensenyament, la Comissió de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona, la Universitat, el cinema amateur, el periodisme cinematogràfic i el turisme.

Aquest Comitè era l'encarregat de centralitzar, estructurar i coordinar les activitats cinematogràfiques de Catalunya. Una de les primeres tasques —que es van originar durant la Mancomunitat de Catalunya— era aplicar el cinema a les escoles, amb sessions especials per als mestres perquè utilitzessin el cinema com un instrument més de suport a les seves classes. El cinema amateur s'encarregava d'operar en la producció cinematogràfica del Comitè i de preparar personal artístic i tècnic per a la indústria del cinema fet a Catalunya.

Una de les altres tasques que es va portar a terme va ser la creació d'una *Escola de Cinema de la Generalitat*. Creien que era oportú formar professionalment tècnics per contribuir de forma clara a la indústria catalana. Altres accions que es van portar a terme van ser el curs de cinema de la Universitat de Barcelona en què el cinema s'acollia com a matèria universitària amb base científica i la creació dels *Estudis Cinematogràfics Orphea Film* (1932) amb equipaments modernitzats al Palau de la Química on s'hi havia acollit anteriorment l'Exposició Universal.

Mitjançant la *Secció de Cinema comercial i econòmic*, el Comitè va fer d'intermediari entre els poders públics i les empreses privades. Es van mantenir reunions amb el Govern de Madrid per tal de suprimir l'impost del 7,50% sobre la cinematografia.

El 9 d'agost de 1936 es va publicar al *Butlletí Oficial de la Generalitat* un decret en el que es mencionava la dissolució del Comitè. (Romaguera i Ramió, Joaquim (dir.), 2005)

Durant la Guerra Civil (1936-1939), l'activitat cinematogràfica catalana tingué una davallada progressiva per tres principals raons: les repercussions econòmiques de la guerra, el creixement de la propaganda cinematogràfica com a arma de guerra i que la CNT controlava gairebé tots els treballadors de les indústries cinematogràfiques i d'exhibició. Les quatre organitzacions que en aquell moment fabricaven i feien més difusió de cinema documental eren les anarco-sindicalistes, les de base marxista, les que sorgien del Govern de la Generalitat de Catalunya, i les que no tenien cap base política aparent i/o eren particulars.

Segons va testimoniar un cop el president Tarradellas, quan la Generalitat va marxar a l'exili, tot el material cinematogràfic del que disposava la Generalitat de Catalunya va ser carregat en dos camions i en un vagó de mercaderies. Per diverses causes, aquest material va ser extraviat o incendiat i mai s'ha pogut recuperar o conèixer el seu parador.



Durant la postguerra es van rodar films amb temàtica italiana (comèdies, trames de detectius, adaptacions literàries dels autors propers al poder polític i lluny de tot context social real), l'estat va crear el No-Do (Noticiarios y Documentales Cinematográficos) i l'ensenyament cinematogràfic era difícil per un ciutadà català. De fet, a les sales de cinema es passaven pocs films de caire documental i tots eren de propaganda franquista. Durant el descans o abans d'obrir-se els llums, era obligatori mostrar un retrat de Francisco Franco i de Primo de Rivera mentre sonaven la marxa reial, l'Oriamendi (himne del carlisme) i el Cara al Sol, mentre la gent havia d'estar dreta i amb el braç alçat (Romaguera i Ramió, Joaquim (dir.), 2005) i (Porter i Moix, 1992).

Durant els anys cinquanta es van filmar un bon nombre de films, però tots els intents de catalanitzar-ne el resultat acabaven amb frustració per parts dels seus promotors. Alguns exemples varen ser *El Judes* (1952) d'Ignasi F. Iquino en què hi havia la versió castellana i catalana —tot i que la catalana va tenir greus problemes per a una bona distribució comercial— i *Verd Madur* (1960) que també havia de ser sincronitzada en les dues versions castellana i catalana i que va tenir greus problemes per termes de legalitat.

Durant els anys seixanta, i després de l'incendi dels *Estudis Cinematogràfics Orphea Film*, es va fer un replantejament sobre la metodologia cinematogràfica i es van coproduir molts films, sobretot amb Itàlia. La temàtica es basava en el turisme, en els westerns, en els agents secrets i en els de context familiar o infantil.

Durant aquests anys es van duplicar els esforços per fer cinema en català, com el film *Maria Rosa* (1964) d'Armand Moreno, després de discussions entre el *Ministeri de Sindicats* i el *Ministeri d'Informació i Turisme*.

A finals dels anys seixanta es va portar a terme l'ensenyament professional de cinema i Miquel Porter (historiador i divulgador del cinema català) va impartir *Història del Cinema*. Durant aquest període seriós de renovació nasqué la *Unió de Cineastes Amateurs* (UCA) amb membres de la *Secció de Cinema Amateur del CEC* i de l'*Agrupació fotogràfica de Catalunya* (AFC).

Es tractava de l'època on les capitals de comarca tenien cineclubs que projectaven films clandestins i on es feren nombrosos festivals: la *Setmana Internacional de Cinema en Color*, la *Semana del Cine Español de Molins de Rei* i el *Festival de Cinema Fantàstic i de Terror de Sitges* (Romaguera i Ramió, Joaquim (dir.), 2005).



Després de la mort del dictador (20 de novembre de 1975) —i enmig d'una transició política, cultural i cinematogràfica— és el moment de l'aparició de l'*Institut del Cinema Català* (ICC), els *Simpòsiums d'Estudis Cinematogràfics* a Sant Feliu de Guíxols, el *Primer Congrés Democràtic del Cinema Espanyol* i la desaparició del No-Do. Però no tot són bones esperances ja que una crisi econòmica fa cessar les expectatives posades en aquest procés de canvi. Diversos cinemes de barri han de tancar ja que es redueix el nombre d'espectadors i productores catalanes prefereixen invertir en produccions de Madrid.

I és que els anys vuitanta, noranta i 2000, tot i formar part d'un Estat democràtic i viure un procés d'intent d'expansió cultural catalana, no tot són bones notícies. A principis dels vuitanta, es va impedir l'ingrés de Catalunya a la *Federació Internacional d'Arxius i Filmoteques* (FIAF), es va obstaculitzar l'intercanvi de films amb altres països, la llengua castellana feia pressió contra el català, els productors preferien continuar invertint a Madrid i s'imposaven les produccions nord-americanes per damunt de les autòctones.

No obstant, també es creà el *Col·legi de Directors de Cinema de Catalunya*, han aparegut nous artistes i nous models d'expressió audiovisuals i multimèdia, el cinema català ha estat guardonat diverses vegades en festivals de cinema internacionals, *Televisió de Catalunya* aposta per les produccions catalanes, el fons de la *Filmoteca de Catalunya* s'engrandeix, es forma el *Museu del Cinema* a Girona i neix l'objecte d'aquest estudi, la *Barcelona-Catalunya Film Commission* i la seva xarxa d'oficines.



5.2. Barcelona-Catalunya Film Commission (BCFC)

Catalunya té més de 30.000 quilòmetres quadrats; 580 quilòmetres de costa, platges, ports i localitats marítimes; 230 de muntanya, Pirineus i localitats muntanyenques i 25 són els parcs naturals que hi ha a Catalunya. 947 municipis repartits en 41 comarques, arquitectura moderna i tradicional, patrimoni històric, geografia urbana, rural i industrial i més de 7.500.000 de persones són algunes de les dades que es coneixen de Catalunya, a mitjans del 2012. Però hi ha altres dades desconegudes per una àmplia majoria de ciutadans catalans: 2.200 localitzacions, 2.300 produccions cada any i una xarxa de 166 municipis adherits a un servei públic conegut amb el nom de *Barcelona-Catalunya Film Commission* (BCFC). (Idescat. Institut d'Estadística de Catalunya, 2012), (Territori i Paisatge. Urbanisme, 2012) i (Barcelona-Catalunya Film Commission, 2011).

5.2.1. Orígens de les Comissions Fílmiques

Hi ha territoris que gaudeixen d'uns espais públics, privats i paisatges amb potencialitat per acollir rodatges que reclamen aquests escenaris. I és en aquests territoris on les empreses de la zona s'uneixen per crear una bona xarxa d'empreses del sector per ser capaços d'acollir un rodatge amb les millors condicions. Davant d'aquest moviment, les institucions públiques de la zona creuen necessària la gestió i coordinació dels rodatges que s'apropen al territori per tal d'incentivar el sector audiovisual, invertir en el territori i, en definitiva, en la seva economia (Grupo Celtic, 2003).

El naixement de les comissions fílmiques es remunta a la dècada dels quaranta a Estats Units per tal de donar resposta a les necessitats que tenien les empreses de producció cinematogràfica de disposar d'un intermediari entre elles i els organismes que podien intervenir i coordinar en la preparació d'un rodatge (des de la localització fins a la gravació).

Segons arxius de l'AFCI (Association of Film Commissioners International), George White va incloure la *Moab Film Commission* com una part de la *Cambra de Comerç de Moab* l'any 1949. Actualment, el *Moab to Monument Valley Film Commission* té el reconeixement de ser la comissió fílmica més antiga d'Estats Units i que encara està en actiu.

Segons la pàgina web oficial d'AFCI (2012): "George White, nadiu de Utah, va veure la necessitat d'una comissió fílmica quan John Ford va expressar el seu interès en les regions de Moab i Monument Valley, donant lloc a *La diligència* (*Stagecoach*, 1939) i filmant *Caravana de paz* (*Wagon Master*, 1950) deu anys més tard. El senyor White oficialment va establir la *Moab to Monument Valley Film Commission* el 1949".



Moab és una regió de Utah i Monument Valley és una regió frontera entre Utah i Arizona molt curiosa per a la seva geografia característica.



Fig. 5 Monument Valley - Font: Moab to Monument Valley Film Commission

Ràpidament, aquestes oficines que actuaven com intermediaris es van estendre per Estats Units, tot i que a Europa no es va consolidar fins a la dècada dels noranta.

El 1975 es va fundar l'AFCI, una organització educativa i sense ànim de lucre per tal d'establir una xarxa d'informació focalitzada en la indústria audiovisual d'Estats Units.

La *Colorado Film Commission* va ser la primera comissió fílmica aprovada pel govern l'any 1969 i Karol Smith el primer comissionat fílmic oficial. *Colorado Film Commission* és reconeguda com la primera comissió fílmica membre de l'AFCI i com un dels seus membres fundadors.

En els seus orígens, l'AFCI estava formada per un petit grup de responsables de comissions fílmiques que volien compartir informació i aprendre de les experiències mútues. *Cineposium* va ser el primer gran esdeveniment que es va organitzar l'any 1976 des de l'AFCI. Es tractava de seminaris divulgatius que servien per mostrar a les comissions fílmiques, formes de gestionar i processar les activitats de les mateixes comissions fílmiques.

El 1985 l'AFCI es va associar amb l'associació *American Film Marketing* per tal d'acollir la *Location Expo*, la primera fira comercial de localitzacions exteriors per a produccions fílmiques i televisives. Actualment aquesta fira s'anomena *AFCI Location* i es realitza a Los Angeles (Califòrnia) i segons la pàgina web d'AFCI (2012), continua responent a les creixents necessitats de mercat de les comissions fílmiques proporcionant un únic fòrum als comissionaris per tal de promoure els rodatges als seus territoris.

Actualment, l'AFCI ofereix servei a nivell mundial i està formada per més de 300 comissions fílmiques de 30 països diferents. El seu objectiu és desenvolupar noves comissions fílmiques d'àmbit internacional, ajudar les productores en diversos camps (localitzacions, material, empreses de servei, etc.) i oferir-los assessorament (AFCI, 2012).



Tot i que l'AFCI operi a nivell mundial, també existeix una xarxa similar a nivell europeu. Es tracta de la *European Film Commission* (EUFCN), una associació sense ànim de lucre que dona suport i promou la indústria del cinema i de la cultura europea. L'EUFCN es va formar a Berlín l'any 2005, tot i que no va ser registrada oficialment a Brussel·les fins el març de 2007. Els seus objectius són els de promoure l'intercanvi d'informació, recolzar el desenvolupament de la cerca de localitzacions i organitzar activitats professionals i educatives per als seus membres representants de 80 comissions europees de 24 països (European Film Commissions Network, 2012).

Tot i que l'EUFCN treballi de forma semblant a l'AFCI, hi ha opinions com les d'Elena Subirà a l'article *Las Film Commissions ¿Una herramienta eficaz?* (Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, 2012) en què indica els inconvenients per comunicar la missió i els beneficis de les comissions fílmiques, a causa del gran nombre de països, personalitats i funcions d'aquestes mateixes oficines. Aquest aspecte el compara amb el cas d'Estats Units, en què aprova que les comissions fílmiques que estan agrupades a l'AFCI tinguin una relació constant amb els estudis i productores independents.

A Espanya, també existeix una xarxa semblant a l'AFCI i a l'EUFCN però que opera a nivell espanyol anomenada *Spain Film Commission* (SFC) i que alhora és membre fundador i integrant de la Junta Directiva de l'EUFCN.

L'SFC es va formar el 26 de març de 2001 per agrupar les oficines de foment de rodatges d'Espanya d'iniciativa pública, privada o mixta, oferir el territori espanyol com escenari per a rodatges i així generar benefici econòmic al territori, participar en els diferents fòrums del sector, coordinar les possibles col·laboracions entre comissions fílmiques i convèncer les administracions públiques de la importància de la finestreta única per atendre de forma àgil i professional les sol·licituds de rodatges a Espanya (Spain Film Commission, 2012).

Per últim, cal mencionar una xarxa que existeix però de la qual Barcelona-Catalunya no en pot formar part per no ser capital d'estat europea, la *Capital Regions for Cinema* (C.R.C.). En aquest cas, la *Madrid Film Commission* n'és soci fundador i treballa des de fa anys en l'organització de les trobades de coproducció per tal de facilitar una nova via de finançament per a projectes cinematogràfics i pel desenvolupament de la coproducció europea. (Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, 2012)



5.2.2. Orígens de la BCFC

Barcelona-Catalunya Film Commission (BCFC) és un servei públic gestionat per l'Ajuntament de Barcelona (Institut de Cultura de Barcelona) i la Generalitat de Catalunya (Institut Català de les Indústries Culturals) des de fa cinc anys. No obstant, aquest servei té més de quinze anys d'experiència. I és que anteriorment va existir *Barcelona-Plató*. Un servei que va néixer l'any 1995 coincidint amb la celebració de l'any del cinema.

El 28 de desembre de 1995 va fer cent anys que els Lumière van inventar l'espectacle del setè art; el cinema. Aquell any, a Espanya es van organitzar diversos esdeveniments per celebrar aquella efemèride. Cicles a la *Filmoteca Nacional* i a la *Filmoteca de Catalunya*, exposicions al *Centro de Arte Reina Sofía de Madrid* i al *Centre de Cultura Contemporània de Barcelona* i l'edició de *l'Antologia crítica del cine español* del crític i historiador Julio Pérez Perucha són alguns dels esdeveniments que es van portar a terme. Però tal i com s'ha mencionat, també es va crear l'entitat de *Barcelona-Plató* per la inquietud municipal de convertir la ciutat de Barcelona en un espai fort de producció cinematogràfica.

El 1996, el *Departament de Barcelona-Plató* depenia de l'alcalde de Barcelona per poder treballar i coordinar estretament amb tots els departaments de l'Ajuntament (il·luminació, neteja viària, elements urbans, etc). D'aquesta manera es podia treballar conjuntament, i per tant, facilitar la feina de tots els departaments de l'Ajuntament per tal de gestionar i donar suports als rodatges que arribaven a la ciutat de Barcelona mitjançant l'assessorament de localitzacions, proporcionant informació sobre els serveis municipals, la gestió de nombrosos tràmits o permisos i la promoció de la ciutat arreu del món.

L'any 1998, *Barcelona-Plató* va impulsar la creació de la *Plataforma de Festivals de Cinema, Vídeo i Multimèdia de Barcelona* per tal de coordinar els festivals que existien en aquell moment a la ciutat comtal, difondre i potenciar la creació audiovisual i prendre part en projectes comuns. Aquesta entitat es va declarar jurídicament de forma autònoma l'any 2000 i està integrada per la *Mostra de Curtmetratges de Barcelona* (L'Alternativa), el *Festival de Cinema Independent de Barcelona*, el *Festival Internacional de Cinema Gai i Lèsbic de Barcelona*, la *Mostra de Cinema Asiàtic de Barcelona*, la *Mostra de Cinema Africà de Barcelona* i la *Mostra Internacional de Films de Dones de Barcelona*, entre altres (Romaguera i Ramió, Joaquim (dir.), 2005).

Tanmateix, també va donar suport a altres certàmens i va crear els guardons al millor treball d'estudiant dels premis AV/FAD i el del millor curtmetratge de la *Mostra Curt Ficcions*.

Des del 1998 és membre de l'AFCI, qüestió que ha afavorit un contacte continu amb les *film commissions* d'Europa i l'intercanvi d'informació amb les *film commissions* d'arreu del món.



El 2001, quan es va formar l'*Spain Film Commission, Barcelona-Plató* en va ocupar la vicepresidència i secretaria.

Aquell mateix any, la gestió de l'oficina es va privatitzar parcialment per concurs en què guanyà la productora *Paral·lel 40*. És en aquesta etapa quan es va crear la primera *Guia de Producció Audiovisual* (2002).

Aquesta estructura i protocol de treball de deu anys d'experiència és el que va adoptar la *Barcelona-Catalunya Film Commission* després del conveni de col·laboració entre l'Ajuntament de Barcelona i la Generalitat de Catalunya.

Actualment, la BCFC està a la disposició del sector audiovisual amb la voluntat de promoure, facilitar la coordinació i ajudar en la realització dels rodatges que s'acullen a Barcelona i a Catalunya. La seva finalitat és estimular i consolidar la indústria cinematogràfica i audiovisual de Catalunya i els serveis que se'n deriven.

5.2.3. Funcions, comunicació i promoció de la BCFC

5.2.3.1. Funcions

Les funcions de la *Barcelona-Catalunya Film Commission* es poden agrupar en tres línies principals: la coordinació de rodatges a Barcelona i Catalunya, la coordinació del desplegament de la xarxa territorial de les oficines filmiques a Catalunya i la promoció internacional de la indústria audiovisual i dels espais de rodatge del territori en festivals i mercats. (Barcelona-Catalunya Film Commission, 2011)i (Barcelona-Catalunya Film Commission, 2007).

- a) Coordinació de rodatges a Barcelona i Catalunya
 - Coordina els rodatges i posa a disposició dels productors el contacte de l'oficina fílmica catalana escaient per a l'atenció del seu rodatge. En aquest cas, és necessària la coordinació i relació constant amb els responsables de les oficines filmiques que formen part de la xarxa de la BCFC per tenir una bona relació professional amb cadascuna d'elles.
 - Ofereix informació i assessorament als productors sobre localitzacions, serveis, empreses, professionals i normatives de rodatge per a les seves filmacions a qualsevol territori de Catalunya.
 - S'assessora i s'ofereix informació als productors internacionals sobre els avantatges de coproduir amb empreses locals per tal de beneficiar-se de les subvencions de l'*Institut Català de les Empreses Culturals* (ICEC).



- Actua d'interlocutor entre les empreses productores i l'*Oficina d'Informació i Tràmits* de la *Guàrdia Urbana* per facilitar la gestió de permisos a la ciutat de Barcelona. Una de les eines utilitzades són les reunions de preproducció amb els responsables dels grans rodatges abans de rodar a les localitzacions per tal de facilitar una gestió ràpida dels permisos a Barcelona. Això és possible gràcies a la relació constant amb els departaments de Barcelona (Guàrdia Urbana, tècnics responsables de cada districte, responsables de la gestió de platges, parcs i edificis patrimonials). Actualment es poden obtenir els permisos necessaris entre les vint-i-quatre hores i els cinc dies hàbils per vies públiques, parcs i jardins.
 - Contacta amb les entitats i titulars d'espais públics de Barcelona.
 - Sol·licita l'exempció o la reducció de taxes per a produccions de caire cultural (ja siguin llargmetratges, curtmetratges o documentals) i també per als estudiants, sempre que siguin en espais de titularitat municipal.
 - Dóna suport en la gestió del coneixement de l'activitat cinematogràfica a Catalunya.
- b) Coordinació del desplegament de la xarxa territorial d'oficines fílmiques a Catalunya
- Construir i coordinar una xarxa d'oficines per atendre les produccions audiovisuals i facilitar els rodatges a tot Catalunya.
 - Assessorar els municipis en la tramitació i gestió de permisos i taxes.
 - Treballar per aconseguir unes mateixes pautes en la gestió dels rodatges en els municipis que formen part de la xarxa.
 - Promoure l'intercanvi d'experiències entre les oficines fílmiques de la xarxa de la BCFC i proporcionar marcs de diàleg. Per tal de facilitar aquest objectiu, s'organitzen conjuntament jornades de formació relacionades amb l'operativitat, l'intercanvi de dades, etc. Segons Júlia Goytisoló¹, directora de la BCFC: «és important que es coneguin i posin en comú les problemàtiques». Aquestes jornades són de trobada anual i estan organitzades en tres parts: la primera, està dedicada a un tema (un exemple seria el cas de la població de Mura amb els films *Pa Negre* i *Bruc*); la segona, està aplicada als municipis i és el seu torn de paraula a través de la roda de preguntes i inquietuds sobre un estudi de cas (un exemple seria el cas de la filmació de la sèrie *Ventdelplà* a la població de Breda o el del rodatge del film *Biutiful* a les ciutats de Badalona i Santa Coloma de Gramenet). La tercera i última està dedicada a un dinar conjunt per enfortir la relació entre els responsables de cada oficina.

¹ Entrevista de l'autora amb Júlia Goytisoló (directora de la BCFC) i Mar Vilà (coordinació Paralel 40), oficina de la BCFC a Barcelona el 26 de gener de 2012



Aquestes jornades són valorades positivament entre els membres de les oficines fílmiques de la BCFC. Les reflexions de Montse Sauquet Llonch², responsable de la *Film Office de Sabadell*: «M'han ajudat molt les trobades organitzades per la BCFC per establir contactes, conèixer gent d'altres municipis, veure com aquests treballaven i anar agafant exemples per poder millorar els nostres processos» així ho confirmen notablement.

- c) Promoció internacional de la indústria audiovisual i dels espais de rodatge del territori
- Presència i trobades a festivals i mercats nacionals i internacionals en què s'està present a l'estand del cinema espanyol, es distribueix la *Guia de Producció Audiovisual*, s'assisteixen a diverses conferències i s'organitzen reunions amb productores, revistes especialitzades o altres organitzacions. La BCFC és present cada any al *Cannes Film Festival*, al *Berlin International Film Festival* i al *Festival Internacional de Cine Donostia-San Sebastián*, entre altres. Tot i així, la BCFC creu que s'ha de començar a pensar amb nous mercats com l'asiàtic i/o donar un major impuls als mercats nord-americans.
 - Elaborar la *Guia de Producció Audiovisual de la Barcelona-Catalunya Film Commission*. Actualment hi ha publicades tres edicions d'aquesta guia que es realitza cada dos anys. Tal i com es menciona a la mateixa *Guia de Producció* (2011), es tracta d'una publicació consolidada en el sector i coneguda entre els professionals catalans que s'utilitza com instrument per a la seva feina. Aquesta guia correspon a una de les funcions principals que estaven descrites a l'apartat "Les Comissions Fílmiques" d'aquesta mateixa investigació, i el seu contingut s'apropa molt als apartats de què havia de constar, segons l'última guia publicada de l'any 2011: una breu descripció de la *Barcelona-Catalunya Film Commission* i de les entitats i institucions audiovisuals a Catalunya i a Espanya; la informació que cal omplir per demanar un permís; els espais amb condicions especials (litoral, estacions de tren, autopistes, carreteres, parc naturals, embassaments, centres religiosos, estacions de bombers, museus); les necessitats especials (rodatges amb animals, explosius, uniformes oficials); els espais gratuïts per filmar o amb condicions especials; les normes en termes de càtering; una exhaustiva guia amb tots els membre de la xarxa classificats per tipus d'espais, amb el contacte responsable de cada oficina, la ubicació en el mapa de Catalunya i una imatge que representa el municipi; les normatives i legislació laboral d'assegurances, transport i duanes.

² Entrevista de l'autora amb Montse Sauquet Llonch (responsable de la *Film Office de Sabadell*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 5 de juny de 2012



- Promocionar Catalunya com escenari natural per atraure i acollir importants rodatges nacionals i internacionals a la indústria catalana.
- Difondre les dades sobre l'activitat audiovisual i relacionar-se amb els mitjans.

És convenient remarcar que les funcions que s'han descrit i les persones que treballen a la BCFC destinen els seus esforços a aquestes funcions i no es dediquen a altres serveis dels municipis com succeeix amb les oficines filmiques. Aquest aspecte s'ampliarà en l'apartat "Professionalització de les oficines" dins del capítol "Les Film Office Catalanes" d'aquesta investigació.

5.2.3.2. Comunicació i promoció

La comunicació i promoció que es porta a terme a la *Barcelona-Catalunya Film Commission* es pot percebre per diferents àmbits i canals. Tal i com s'ha llegit, són presents als festivals i mercats nacionals i internacionals per promoure Catalunya com espai de rodatge, i elaboren la *Guia de Producció Audiovisual de la Barcelona-Catalunya Film Commission*. Però aquestes no són les úniques vies de comunicació, ja que també compten amb la pàgina web, utilitzen les noves plataformes de comunicació com les xarxes socials i organitzen esdeveniments com un concurs de videoclips.

a) Pàgina web

La pàgina web (<http://www.bcncatfilmcommission.com/>) és un portal clar i senzill. Està estructurada en tres columnes —les dels seus extrems són fixes—, dividida en vuit apartats i amb accessos directes amb informació per rodar a la ciutat de Barcelona, un llistat amb les pel·lícules que s'han rodat a Catalunya, i diverses formes de contacte.

Els vuit apartats en què està dividida són: inici, localitzacions, professionals i empreses, rodar a Catalunya, rodar a Barcelona, finançament i legislació, premsa i actualitat i BCFC.

▪ Apartat "Inici"

Hi tenim l'accés directe a un **directori de localitzacions** amb l'opció de cercar per paraula clau, província, municipi o escollir entre disset categories de localització (agricultura, ramaderia i pesca, aigua, construccions històriques i religioses, cultura i lleure, edificis institucionals i serveis al ciutadà, elements arquitectònics, empresa, indústria i comerç, esports, habitatge, infraestructures, mitjans de transport, paisatge natural i urbà, pobles singulars, subsòl i típic de Barcelona o Catalunya).



Cadascuna d'aquestes localitzacions inclou l'adreça, el municipi i la província on està ubicat, el telèfon, una adreça de correu electrònic, una fotografia, un enllaç per com arribar-hi i l'opció d'imprimir aquesta informació.



Fig. 6 Finestra "Inici" de la web oficial de la BCFC - Font: BCFC

També inclou un **directori d'empreses audiovisuals i una base de dades de professionals** del sector a Catalunya. El cercador té una estètica i funcionalitat semblant a la del directori de localitzacions. Cadascun d'aquests dos directoris permet cercar a través d'una paraula clau, província, municipi, carrer i escollir entre diverses categories. Pel directori d'empreses, es permet escollir entre set categories: associacions i organismes oficials, comunicació, distribució, exhibició, formació, postproducció i producció. Pel directori de professionals, es permet escollir entre nou categories: direcció, realització i guió, producció, fotografia, càmera i il·luminació, direcció artística, actuació, edició i/o postproducció, música i so, informatius i complementaris.

Els tres directoris vistos fins ara —localitzacions, empreses audiovisuals i professionals del sector— permeten l'opció d'inscriure's a través d'un formulari que s'ha d'omplir amb un seguit de camps obligatoris.

En el cas de les localitzacions cal facilitar el nom d'una persona de contacte, l'adreça postal, el municipi, la província, el telèfon, l'adreça electrònica, el nom de la localització, escollir una categoria de la localització i fer-ne una breu descripció. Pel directori d'empreses cal facilitar el nom de l'empresa, l'adreça, el municipi, el codi postal, el telèfon i seleccionar i fer una breu descripció de l'activitat de l'empresa.



Pel directori de professionals és necessari el nom complert, la data de naixement, l'adreça, el telèfon, el municipi, el correu electrònic i seleccionar l'activitat que es desenvolupa. Tanmateix, hi ha un espai per redactar la informació complementària que es cregui convenient —amb l'opció d'escriure-ho en tres idiomes (català, castellà i anglès)—i l'obligació d'indicar les referències dels últims tres treballs realitzats amb el títol, el gènere, l'any i el canal d'emissió. L'emplenament d'aquesta taula queda exclosa per a meritoris i per a professionals inscrits dins de la categoria de serveis complementaris.

En aquest apartat, s'inclou un *banner* que enllaça amb un mapa interactiu per tal de consultar tots els **municipis adherits a la BCFC**. També hi ha el llistat ordenat alfabèticament amb els noms de tots els municipis. Cadascun d'aquests municipis inclou una imatge de la població que representa, el nom del contacte del responsable de l'oficina fílmica, les diverses formes de contacte (adreça, telèfon, fax, correu electrònic i pàgina web), una breu descripció del territori i/o de l'oficina i un enllaç per tal de consultar les localitzacions del municipi i les que estan incloses en el directori del portal de la BCFC.

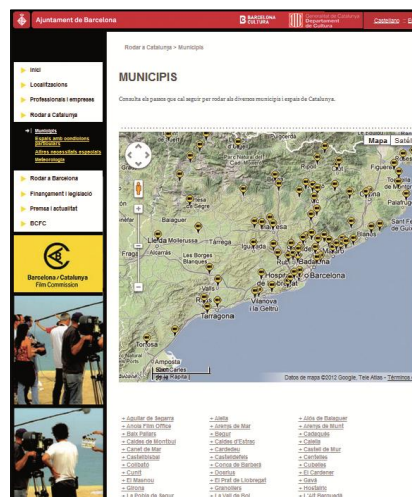


Fig. 7 Finestra de la “Xarxa de municipis adherits a la BCFC” - Font: BCFC

▪ Apartat “Localitzacions”

Hi ha la mateixa informació que s’ha vist en l’anterior apartat; el cercador del directori de les localitzacions i un formulari per proposar una localització.

▪ Apartat “Professionals i empreses”

Succeeix el mateix que en l’apartat anterior. S’hi poden consultar els cercadors dels directoris d’empreses i dels professionals.



- **Apartat “Rodar a Catalunya”**

Està dividit en quatre subapartats: municipis, espais amb condicions particulars, altres necessitats especials i meteorologia.

En el **subapartat “municipis”** es pot consultar el mapa interactiu dels municipis que estan adherits a la xarxa i que s’ha comentat anteriorment.

Al **subapartat “espais amb condicions particulars”** s’hi pot llegir breument els passos que cal seguir per rodar a les platges, als trens i a les seves estacions, a les carreteres i als peatges.

- a. A les platges, l’encarregat de gestionar els permisos de filmació és el *Servei de Costes del Departament de Territori i Sostenibilitat* de la Generalitat de Catalunya. Amb la sol·licitud de permís s’ha d’adjuntar un informe favorable del municipi al qual pertany l’espai on es vol rodar. Aquest informe pot ser el document original adreçat a la productora o un document escanejat amb el registre de sortida de l’ajuntament i adreçat al *Servei de Costes*. Quan la petició s’aprova, el *Ministeri de Medi Ambient* s’encarrega d’emetre l’autorització per poder ocupar l’espai de costa i d’informar al sol·licitant les taxes que haurà d’abonar. Sovint, el termini de resolució és de 15 dies naturals, però es recomana que siguin 20 dies si no s’adjunta l’original de l’informe favorable del municipi on es filmarà. No obstant, cal tenir en compte que durant els mesos d’estiu s’autoritzen filmacions entre l’1 i el 15 de juliol (excepte caps de setmana) i que del 16 de juliol al 31 d’agost, no s’autoritza cap tipus de filmació a les platges de Catalunya.

De vegades, aquests terminis de filmació s’allarguen massa per alguns productors tal i com constaten alguns responsables de les oficines filmiques de Catalunya. Per a Santi Roig, director de la *Sitges Film Office*³: «Cal millorar molt el *Departament de Costes de la Generalitat*. Campanyes molt importants se’n van a rodar fora de Catalunya a causa dels terminis que té el *Departament de Costes* per aprovar un permís».

En el cas de voler filmar en un dels ports de Catalunya —que depenen de *Ports de la Generalitat* o del *Servei de Ports de la Direcció General de Transports i Mobilitat*, excepte el de Barcelona i Tarragona que tenen autoritat portuària pròpia— es recomana posar-se en contacte amb la BCFC per conèixer el gestor responsable o dirigir-se directament a ell si es coneix.

³ Entrevista de l’autora amb Santi Roig (director de la *Sitges Film Office*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 4 de juliol de 2012



- b. Pel que fa als trens i a les seves estacions, cal posar-se en contacte amb el *Gabinet de Relacions Institucionals* en el cas dels *Ferrocarrils de la Generalitat* (FGC). En el cas de la xarxa de trens de Renfe, s'ha de contactar amb ADIF si es vol rodar a una de les estacions de França, Sants i Passeig de Gràcia o amb Renfe per la resta d'estacions i per l'interior dels combois. En el cas de les filmacions a l'interior dels combois és necessari omplir els formularis corresponents, enviar el guió sencer o les seqüències que es volen filmar i no rodar en trens amb passatgers per motius de drets d'imatge. En el cas de les filmacions a les estacions de tren és necessari enviar un breu dossier explicatiu de la producció. En aquest cas, les taxes es fixen segons el tipus d'estació, el temps d'ocupació i la complexitat del rodatge.
- c. En el cas de les carreteres, es força complicat portar-hi a terme un rodatge per la nombrosa afluència de trànsit. Tot i aquest inconvenient, es poden sol·licitar permisos amb 30 dies d'antelació al *Servei Català de Trànsit*. Aquest organisme s'encarrega de tramitar el permís amb els Mossos d'Esquadra i el titular de la via (*Ministeri de Foment, Serveis Territorials de Carreteres* i diputacions provincials). En el cas de les autopistes i peatges, cada empresa privada que les gestiona aplica diferents criteris.

Al **subapartat "altres necessitats especials"** es poden conèixer breument les normatives vigents per poder sobrevolar ciutats, rodar amb explosius o fer rodatges amb animals.

- a. Per sobrevolar ciutats cal comunicar-ho al centre de control de l'aeroport de Barcelona perquè tinguin constància de la presència d'aparells biturbina als seus radars.
- b. En el cas dels rodatges amb explosius, s'ha de demanar una autorització a la *Subdelegació de Govern de la Guàrdia Civil* i quan s'obtingui, s'ha de notificar a l'entitat gestora de l'espai on es rodarà i a les autoritats corresponents (*Guàrdia Urbana, Policia Local i/o Mossos d'Esquadra*) que hi seran presents. Cal fer esment, que per rodar amb uniformes oficials dels diversos cossos de seguretat a Catalunya, s'ha d'obtenir una autorització de l'entitat que correspongui.
- c. En rodatges amb animals, cal tenir en compte diverses condicions indispensables: tenir la documentació de l'animal; obtenir una autorització de la *Direcció General del Medi Natural i Biodiversitat* per escenes fictícies de crueltat, maltractament o sofriment animal; adquirir un permís de l'ajuntament o del titular per ocupar espai públic o privat, contactar amb la *Secció Territorial de Ramaderia i Sanitat Animal* per constatar que els aspectes de sanitat i benestar estan en regla, i tenir un document sanitari de trasllat (*Certificat Sanitari de Moviment*) atorgat per l'oficina comarcal corresponent o pels serveis territorials de la província del *Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural* de la Generalitat.



Al **subapartat “meteorologia”** es pot llegir una breu descripció sobre el clima que hi ha a Catalunya i consultar la predicció a curt termini a través d'un enllaç directe al *Servei Meteorològic de Catalunya*.

- **Apartat “Rodar a Barcelona”**

Està dividit en cinc subapartats: sol·licitud de permisos, espais amb gratuïtat, espais amb condicions especials, altres necessitats i meteorologia.

Al **subapartat “sol·licitud de permisos”** es poden emplenar els dos formularis (“registre de producció” i “sol·licitud d'espai”) necessaris per demanar permisos a la ciutat de Barcelona i visitar el portal de tràmits online de l'Ajuntament mitjançant un enllaç directe que hi redirigeix. Tant el “registre de producció” com la “sol·licitud d'espai”, s'han d'omplir per a cada producció i per a cada espai sol·licitat, ja que són imprescindibles per tramitar els diversos permisos.

Cal dir que des de la BCFC s'informa clarament que qui dóna l'autorització és l'administració o el titular de l'espai sol·licitat i que ells no poden aprovar o denegar cap permís de rodatge.

Pel “registre de producció” és necessari indicar el títol de la producció, els noms del director o realitzador i del cap de producció, el nom, adreça i contacte de la companyia productora o escola —la mateixa informació si existeix una productora associada— el nom, formes de contacte i càrrec de les persones o estudiants responsables del seguiment de permisos. També cal escollir el tipus de producció (cinema, televisió, vídeo, spot publicitari, sessió fotogràfica o altres), el nom i el número de pòlissa de la companyia asseguradora per la responsabilitat civil i d'accidents, el número total de dies de rodatge o de sessió fotogràfica, el pressupost total de la producció i la proporció del que s'inverteix en el territori. També és imprescindible el nom i càrrec del responsable del rodatge, la sinopsi, la distribució prevista de la producció (sales d'exhibició, canals d'emissió, països, etc) i mencionar com s'ha conegut la BCFC.

Per la “sol·licitud d'espai” és necessari indicar el tipus de sol·licitud (rodatge, fotografia, visita localització), els serveis (aparcament vehicles, col·locació de grups electrògens, il·luminació o altres com la seguretat i la neteja), el títol, la companyia productora, el telèfon i el fax de la producció, el nom de la localització, les dates i horaris d'ús d'aquest espai —fins i tot les dates alternatives per causes meteorològiques adverses o d'ocupació de l'espai—, una sinopsi de l'escena a rodar amb la descripció de l'acció que es rodarà i l'especificació concreta de la zona on es rodarà, el nombre de persones de l'equip implicades en l'escena (equip tècnic, actors de repartiment, extres, presentadors i el nombre total de persones), el nom i càrrec del responsable del rodatge i, com a complementari, indicar el material necessari per a l'escena (càmera, trípode, il·luminació, grua, *travelling*, decorat, entre altres) i si l'escena que es rodarà inclou infants, animals, efectes especials, armes de foc i/o explosius.



Al **subapartat “espais amb gratuïtat”** hi ha una breu explicació dels espais que són gratuïts com la via pública, els parcs i jardins i les instal·lacions municipals.

- a. En el cas de la via pública, l'*Oficina d'Informació i Tràmits* de la *Guàrdia Urbana* és qui concedeix els permisos per rodar a Barcelona. Des de la BCFC s'intenta que totes les produccions no publicitàries no paguin taxes per rodar als carrers i places de Barcelona. En el cas de produccions publicitàries, la taxa actual de rodatge es situa al voltant dels 570€ per jornada o fracció i de més de 315€ per jornada de fotografia publicitària. Des de la BCFC recomanen adreçar-se directament a l'*Oficina d'Informació i Tràmits* de la *Guàrdia Urbana* en el cas de produccions publicitàries. Per produccions de deu persones com a màxim, i un equip de càmera lleuger, es permet sol·licitar un permís general per desplaçar-se per tots els carrers i places de la ciutat, des de les vuit del matí i fins a les deu de la nit. Els terminis per als permisos de filmació a la via pública són entre cinc i vuit dies hàbils segons la complexitat del rodatge.
- b. En el cas dels parcs i jardins, el *Departament de Medi Ambient* de l'Ajuntament de Barcelona és l'encarregat d'atorgar els permisos de rodatge, juntament amb un document que especifica les condicions dels rodatges autoritzats. Segons la complexitat del rodatge, es pot demanar un dipòsit mínim de 600€ i unes taxes establertes per jornada que oscil·len entre els 570€ per a rodatges i els 320€ per a sessions fotogràfiques.
- c. Per a rodar a les instal·lacions municipals de la ciutat de Barcelona, la BCFC —tal i com intenta amb les filmacions a la via pública— promou que les filmacions no publicitàries puguin obtenir una reducció total o parcial en les taxes d'ocupació d'edificis públics. Cada sol·licitud s'estudia de forma individual, segons l'espai i el tipus de rodatge. No obstant, les produccions publicitàries han d'abonar les taxes dels espais escollits.

Al **subapartat “espais amb condicions especials”** s'hi poden llegir breument els diversos espais públics que tenen unes condicions especials en el moment de demanar el permís de rodatge; com les platges, els transports metropolitans de Barcelona, els trens i les seves estacions, les carreteres, els centres penitenciaris i els centres religiosos.

- a. En el cas de les platges, els procediments i la normativa establerta es pot consultar a l'apartat anterior de “Rodar a Catalunya”.
- b. *Transports Metropolitans de Barcelona* (TMB) és l'entitat que gestiona l'organització de rodatges per al metro de Barcelona, autobusos urbans, Bus Turístic, Funicular i Tramvia Blau a través d'una sol·licitud amb deu dies d'antelació. Les taxes varien segons les característiques de cada filmació, excepte en projectes d'estudiants que són gratuïtes.



- c. Els procediments i la normativa establerta per rodar als trens i a les seves estacions es pot consultar a l'apartat anterior de "Rodar a Catalunya".
- d. El procediments i la normativa establerta per rodar a les carreteres catalanes es pot consultar a l'apartat anterior de "Rodar a Catalunya".
- e. No és possible rodar a l'interior dels centres penitenciaris de Barcelona per problemes de seguretat i privacitat, tot i que es pot acceptar la filmació per a documentals o reportatges televisius. Per rodar a l'exterior es necessita l'autorització de la *Guàrdia Urbana* i l'aprovació del centre penitenciari. Tot i aquests impediments, la BCFC ofereix la seva experiència per cercar alternatives d'espais.
- f. Per a rodar a un centre religiós de Catalunya o Barcelona, s'ha de contactar amb l'arquebisbat de la demarcació corresponent, a través d'un permís que adjunti una sinopsi del guió i de l'escena que s'hi vol rodar.

Al **subapartat "altres necessitats"** s'informa de les normatives, obligacions i/o prohibicions sobre l'aparcament de vehicles, un possible servei de càtering i els serveis urbans i el manteniment.

- a. La *Guàrdia Urbana* de Barcelona és l'encarregada de valorar i autoritzar les necessitats d'aparcament per al rodatge. La productora és la responsable de fer la reserva dels espais.
- b. Està prohibit organitzar un càtering als carrers o places de Barcelona i es recomana disposar d'un espai tancat per a poder-ho oferir.
- c. És necessari sol·licitar els serveis de la *Guàrdia Urbana* per tancar carrers o impedir l'accés als vianants a un indret qualsevol. Les despeses originades pel rodatge en termes de serveis urbans, manteniment i subministraments (*Guàrdia Urbana*, neteja viària, aigua, llum, gas, etc) els ha de pagar la productora de la filmació.

El **subapartat "meteorologia"** és el mateix que en el cas de l'apartat de "Rodar a Catalunya".

▪ Apartat "Finançament i legislació"

Està dividit en tres subapartats: finançament, legislació i taula salarial conveni.

En el **subapartat "finançament"** es permet consultar les possibilitats que existeixen pel finançament del rodatge, entre els quals hi ha els ajuts de l'*Institut Català de les Indústries Culturals* (ICIC), els de l'*Institut de la Cinematografia i les Arts Audiovisuals* (ICAA) i els ajuts provinents d'Europa.

En el **subapartat "legislació"** es pot consultar la legislació vigent en referència a transports i duanes, legislació laboral i fiscal, drets de l'obra audiovisual i de propietat industrial, assegurances i legislació per a produccions estrangeres.



En el **subapartat “taula salarial conveni”** hi ha un enllaç directe per poder consultar els convenis col·lectius de la *Indústria de Producció Audiovisual*.

- **Apartat “Premsa i actualitat”**

Està dividit en sis subapartats: notícies, filmografia, estadístiques de filmació, taulell d’anuncis, agenda i enllaços.

Al **subapartat “notícies”** hi ha recollits els últims titulars i breus notícies emeses des de la BCFC. També s’inclou un enllaç per consultar la *newsletter* més actual.

Al **subapartat “filmografia”** hi ha l’arxiu dels rodatges fets a Barcelona i permet usar un cercador a través de paraules clau i/o sobre l’estat del rodatge (arxiu, rodatge o preproducció).

El **subapartat “estadístiques de filmació”** mostra les xifres pertinents a l’activitat de la BCFC.

El **subapartat “taulell d’anuncis”** ofereix l’oportunitat de publicar convocatòries, demandes de professionals o serveis per a qualsevol rodatge.

El **subapartat “agenda”** inclou un cercador que permet consultar els principals festivals audiovisuals previstos a Catalunya a través de paraules clau, el nom d’un municipi, província i marca temporal.

Al **subapartat “enllaços”** es poden consultar nombroses adreces de portals web d’interès classificades per localitzacions, institucions i organismes audiovisuals, festivals, indústria cinematogràfica espanyola i revistes i portals.

- **Apartat “BCFC”**

Dividit en quatre subapartats: qui som, logotips, preguntes freqüents i guia de producció audiovisual.

El **subapartat “qui som”** permet llegir una breu descripció de la BCFC i consultar els noms dels responsables i formes de contacte de l’equip de la BCFC.

El **subapartat “logotips”** inclou l’opció de descarregar el logotip de la BCFC ja que és una condició marcada per la pròpia comissió fílmica catalana, en el que es demana incloure’l en els títols de crèdits de les produccions en què han col·laborat, com també en el cas de les entitats públiques o privades que també hagin col·laborat en el rodatge.

El **subapartat “preguntes freqüents”** és útil per a respondre ràpidament els dubtes més freqüents de la BCFC.

El **subapartat “guia de producció audiovisual”** permet descarregar el manual de rodatge i el directori d’empreses.



Les diverses formes de contacte del portal web de la BCFC inclouen una bústia de suggeriments, un plànol amb la ubicació de l'oficina, l'opció de valorar els serveis de la BCFC, el mapa interactiu amb els municipis adherits a la xarxa de la BCFC i els enllaços a les xarxes socials (*facebook* i *twitter*). La bústia de suggeriments redirecciona al *Departament de Cultura* de l'Ajuntament de Barcelona i permet fer una consulta en relació amb el rodatge de pel·lícules o sobre la pàgina web. L'opció de valorar els serveis que s'ofereixen des de la BCFC permet fer una valoració des de dos punts de vista diferents: valoració professional i valoració ciutadana.

En el cas de la valoració professional és necessari incloure el nom complet, l'empresa i la producció del que fa la valoració, especificar el tipus de gestió realitzada, valorar el nivell de satisfacció de la utilitat de la web i del tracte ofert pel personal de l'oficina, l'agilitat en la gestió i la valoració de les gestions realitzades, especificar com es va conèixer la BCFC, si es tornarien a sol·licitar els serveis que s'ofereixen des de l'oficina i indicar els aspectes que es creu que cal millorar. En el cas de la valoració ciutadana, es redirecciona al mateix espai del *Departament de Cultura* de l'Ajuntament de Barcelona.

b) Noves plataformes de comunicació: les xarxes socials

Pel que fa a les xarxes socials, la seva presència a *Facebook* i *Twitter* es correspon amb gairebé 400 i 700 seguidors respectivament. Les publicacions a *Facebook* són habitualment per reconèixer i felicitar premiats amb els quals la BCFC ha participat o per mostrar amb imatges i explicar els rodatges per a pel·lícules o espots que s'estan portant a terme a Catalunya. La seva periodicitat en les publicacions respon a les notícies i produccions cinematogràfiques d'aquell moment. D'aquesta manera, no sempre hi ha un nombre fix de publicacions diàries o setmanals. Tot respon a l'actualitat professional de la BCFC. El mateix succeeix amb el *Twitter*, amb un perfil semblant al que s'empra en el *Facebook*. En aquesta xarxa social es publiquen notícies relacionades amb rodatges en què la BCFC hi col·labora —o hi ha col·laborat— i reben un reconeixement nacional i/o internacional, mostren imatges de rodatges que s'estan portant a terme, notícies d'actualitat del món cinematogràfic i sobre la BCFC i les diferents oficines filmiques de Catalunya i es comparteixen publicacions d'altres usuaris de *Twitter* que creuen que són d'interès pels seus seguidors.

c) Organització d'un esdeveniment: concurs de videoclip

Per últim, es farà esment d'un esdeveniment que van organitzar aquest any 2012 per dirigir un certamen de concurs de videoclip, juntament amb *Barcelona Turisme* i el *Patronat de Turisme de la Costa Brava*.



Aquest concurs formava part del festival “Pròxims” i proposava als participants l’elaboració d’un videoclip rodat a qualsevol lloc de Catalunya per a la cançó “Declaració de principis” del grup musical català “La iaia”. Les condicions eren que s’havia de mostrar els valors de l’indret escollit com a destinació turística, gastronòmica i musical durant l’estiu. El jurat estava format per representats de la BCFC, el festival “Pròxims” i la productora *Canada*. Entre els premis figuraven diners en metàl·lic, nits d’hotels i activitats relacionades amb el turisme. Els clips guanyadors es van projectar el 19 de juliol de 2012 al Poble Espanyol, el 4 d’agost a Begur i el 17 d’agost a Sant Feliu de Guíxols dins del festival “Pròxims” (Barcelona Cultura. Ajuntament de Barcelona, 2012).

5.2.4. La xarxa de Barcelona-Catalunya Film Commission

5.2.4.1. Orígens

A través del conveni entre l’Ajuntament de Barcelona i la Generalitat de Catalunya, es va crear una xarxa d’oficines filmiques de referència arreu de Catalunya. Un projecte integrador creat per oferir i compartir les mateixes pautes, eines de coordinació i promoció territorial necessàries a tots els municipis catalans que estiguessin interessats en acollir rodatges en el seus termes municipals.

Aquest projecte vol promoure Catalunya en l’àmbit nacional i internacional com a plató cinematogràfic i donar suport als ajuntaments, a la indústria audiovisual i als seus professionals, amb la finalitat d’aconseguir inversions exteriors i interiors. Al principi, aquesta xarxa el formaven els municipis i indrets on més es rodava.

5.2.4.2. Actualitat

Actualment hi ha més de 160 municipis que estan adherits a la xarxa de la BCFC (segons dades del balanç anual de 2011 facilitat per la BCFC). No obstant, en algunes comarques qui s’ha adherit a la xarxa no són els municipis, sinó els consells comarcals, els consorcis de turisme o promoció turística, els patronats comarcals, diversos consorcis i mancomunitats municipals o intermunicipals. D’aquesta manera, pobles petits o amb pocs habitants s’uneixen per poder formar part de la xarxa i gaudir dels processos i les pautes compartides per la BCFC. (Barcelona-Catalunya Film Commission, 2011) i (Barcelona-Catalunya Film Commission, 2012).

5.2.4.3. Adhesió i abandonament a la xarxa BCFC

Els municipis que han acollit un rodatge en algun indret del seu terme habitualment s’adhereixen a la xarxa de forma totalment gratuïta. Des dels seus ajuntaments es creu oportú adherir-s’hi per tal d’acollir més rodatges.



Aquest interès és conseqüència dels avantatges i beneficis que els municipis han percebut dels rodatges que han acollit i del qual Montse Sauquet Llonch⁴, responsable de la *Film Office de Sabadell* en va fer constància: «Responsables de la Film Commission de Barcelona van entrevistar-se amb la regidora de Promoció Econòmica i li van explicar el projecte. L'Ajuntament de Sabadell va veure en la Film Office una manera de donar a conèixer la ciutat promocionant la seva imatge, la seva història, el turisme i promovent el desenvolupament econòmic.»

De vegades, la BCFC es posa en contacte directament amb els municipis quan hi ha una producció interessada en un terme municipal concret o després d'acollir un rodatge.

L'Hospitalet Film Office és un clar exemple en què —amb les produccions de *Tapas* al 2005 i *Cobardes* al 2008— s'havien realitzat funcions pròpies d'una oficina fílmica sense que existís aquesta entitat formalment al municipi.

Segons Rosa M. Muga⁵, cap de secció de promoció cultural de l'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat, l'oficina fílmica del seu municipi es va adherir a la *Barcelona-Catalunya Film Commission* després que es possessin en contacte directament amb ells. D'aquesta manera, la seva incorporació es va formalitzar el 2008 després d'haver coordinat diversos rodatges.

A partir d'aquest moment és quan les oficines fílmiques i la BCFC es posen en contacte per formalitzar la seva incorporació a la xarxa, després de diverses entrevistes i reunions. Aquestes reunions serveixen perquè els municipis coneguin el projecte i perquè els responsables de la BCFC orientin als responsables de les diverses oficines sobre què fer i com actuar, tal i com va exposar la coordinadora de l'oficina de Sabadell.

Cal mencionar el cas d'una oficina fílmica que ha anat creixent al costat de la BCFC. Es tracta de la *Terrassa Film Office* que va començar el seu trajecte l'any 2003 i que es va sumar al projecte de la xarxa de municipis a causa de les funcions semblants en què treballaven. Segons Pere Claveria⁶, director del *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* a Terrassa, el treball diari que realitzaven els va encaminar a conèixer ciutats i entitats que treballaven en la mateixa direcció que ells, com la BCFC.

Per a les oficines fílmiques que formen part de la xarxa de municipis, la BCFC és un referent en termes de gestió i coordinació perquè faciliten compartir unes mateixes pautes d'actuació.

⁴ Entrevista de l'autora amb Montse Sauquet Llonch (responsable de la *Film Office de Sabadell*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 5 de juny de 2012.

⁵ Entrevista de l'autora amb Rosa M. Muga (cap de secció de promoció cultural de l'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 31 de maig de 2012

⁶ Entrevista de l'autora amb Pere Claveria (director del *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* a Terrassa), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 16 de juliol de 2012



Elena Torrent Busquets⁷, coordinadora d'*El Prat Film Office* en fa una valoració molt positiva dels quatre anys que la seva oficina porta adherida a la xarxa: «Hem pogut compartir amb altres municipis experiències i dubtes, hem participat i après de les jornades de gestió i promoció dels rodatges en el territori i, sobretot, hem pogut veure quins procediments i protocols, que actualment portem a terme, han de millorar-se per ser més eficaços en la seva gestió».

Aquesta reflexió engrescadora d'una de les film office que més rodatges acull —tendència a l'alça ja que l'any 2011 va atendre un 54,16% més de rodatges que l'any anterior— contrasta amb les oficines fílmiques que decideixen abandonar la xarxa per diverses raons. Tot i les dificultats que poden patir aquestes oficines hi ha dues raons principals que empenyen als municipis a abandonar la xarxa de la BCFC: la poca voluntat política i l'absència de rodatges en el seu territori.

Sovint, els responsables de les oficines fílmiques dediquen molts esforços i hores a captar rodatges, però malauradament no sempre en reben. Aquest desgast en la manca de concreció d'un rodatge fa que es decideixin a abandonar la xarxa. Però aquest no és l'únic motiu, i la voluntat política hi té un paper força important. La implicació del poder polític i les administracions municipals en un projecte com és la construcció i gestió d'una film office és essencial perquè aquest municipi en rebi els seus avantatges i beneficis. Si els ajuntaments i les persones que hi són responsables —tant al departament on hi ha adherida l'oficina fílmica com la persona que la coordina— no hi mostren interès i no s'impliquen amb el projecte, aquesta oficina acaba deteriorant-se i, en alguns casos, desapareixent. I és que no és d'estranyar que dues de les oficines fílmiques que més rodatges acullen, la del Prat de Llobregat i la de Terrassa, rebin el suport de l'Ajuntament i del poder polític a través d'unes polítiques intenses de promoció de rodatges.

⁷ Entrevista de l'autora amb Elena Torrent Busquets (coordinadora d'*El Prat Film Office*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 25 de juny de 2012.



Taula 1 Municipis adherits a la BCFC (Barcelona-Catalunya Film Commission, 2011)

Província Barcelona	Província Girona	Província Lleida	Província Tarragona
<ul style="list-style-type: none"> - Aguilar de Segarra - Alella - Anoia Film Office – Oficina: Igualada (Consell Econòmic i Social de la Comarca de l’Anoia) Formen part: Calaf, Capellades, Castellolí, El Bruc, Igualada, La Pobla de Claramunt i Santa Margarida de Montbui - Arenys de Mar - Arenys de Munt - Barcelona - Caldes d’Estrac - Caldes de Montbui - Calella - Canet de Mar - Cardedeu - Castellbisbal - Castelldefels - Centelles - Collbató - Cubelles - Dosrius - El Cardener – Oficina: El Cardener (Consorti de Promoció Turística del Cardener) Formen part: Callús, Castellnou de Bages, Navàs, Sant Mateu de Bages, Sant Salvador de Guardiola i Santpedor - El Masnou 	<ul style="list-style-type: none"> - Begur - Cadaqués - Girona - Hostalric - L’Escala - Lloret de Mar - Olot - Roses - Salt - Sant Joan de les Abadesses - Sant Joan Les Fonts - Sant Pere Pescador - Ter-Brugent - Oficina: La Vall del Ter-Brugent (Consorti del Ter-Brugent) Formen part: Amer, Anglès, Celler de Ter, Osor i Susqueda - Torroella de Montgrí - Tossa de Mar - Vall de Camprodon–Oficina: Camprodon (Mancomunitat de Municipis de la Vall de Camprodon) Formen part: Camprodon, Llanars, Molló, Sant Pau de Segúries, Setcases i Vilallonga de Ter 	<ul style="list-style-type: none"> - Alòs de Balaguer - Alt Urgell – Oficina: La Seu d’Urgell (Consell Comarcal de l’Alt Urgell) Formen part: Coll de Nargó, La Seu d’Urgell, Les Valls d’Aguilar, Montferrer-Castellbó i Valls de Valira - Baix Pallars - Oficina: Gerri de la Sal - Castell de Mur - Conca de Barberà – Oficina: Montblanc (Consell Comarcal de la Conca de Barberà) Formen part: Barberà de la Conca, Blancafort, Conesa, Forès, L’Espluga de Francolí, Les Piles, Llorac, Montblanc, Passanant i Belltall, Pontils, Santa Coloma Queralt, Sarra, Savallà del Comtat, Solivella, Vallclara, Vallfogona de Riucorb, Vilanova de Prades i Vimboldi i Poblet - L’Alta Ribagorça – Oficina: El Pont de Suert (Patronat Comarcal de Turisme de l’Alta Ribagorça) Formen part: Pont de Suert i Vilaller - La Pobla de Segur - Lleida - Peramola - Solsona - Sort - Tornabous, El Tarrós, La Guàrdia d’Urgell – Oficina: Tornabous 	<ul style="list-style-type: none"> - Alt Camp – Oficina: Valls(Consell Comarcal de l’Alt Camp) Formen part: Alcover, Bràfim, Cabra del Camp, El Pla de Santa Maria, Figuerola del Camp, Montferri, Nulles, Pont d’Armentera, Querol, Rodonyà i Valls - Cornudella de Montsant - Cunit - L’Ametlla de Mar - Reus - Salou - Tarragona - Tortosa



Província Barcelona	Província Girona	Província Lleida	Província Tarragona
<ul style="list-style-type: none"> - El Prat de Llobregat - Gavà - Granollers - L'Alt Berguedà – Oficina: Berga (Consorti de Turisme de l'Alt Berguedà) Formen part: Bagà, Berga, Borredà, Castellar del Riu, Guardiola de Berguedà i La Pobla de Lillet - L'Hospitalet - Les Masies de Voltregà - Lluçanès – Oficina: Santa Creu de Jutglar (Consorti del Lluçanès) Formen part: Alpens, Lluçà, Prats de Lluçanès i Sant Boi de Lluçanès - Manlleu - Manresa - Mataró - Montgat - Mura - Parc Fluvial del Llobregat-Oficina:Gironella (Consorti del Parc Fluvial del Llobregat) Formen part: Gironella i Puig-reig - Portes del Montseny – Oficina: Seva (Consorti de Turisme de Portes del Montseny) Formen part: El Brull, Santa Eulàlia de Riuprimer i Tona - Viladrau - Rajadell - Rubí 		<ul style="list-style-type: none"> - Vall de Boí - Valls d'Àneu – Oficina: València d'Àneu (Consorti de Turisme de Valls d'Àneu) Formen part: Alt Àneu, Espot, Esterri d'Àneu i La Guingueta d'Àneu 	



Província Barcelona	Província Girona	Província Lleida	Província Tarragona
<ul style="list-style-type: none"> - Sabadell - Sant Andreu de Llavaneres - Sant Boi de Llobregat - Sant Cugat del Vallès - Sant Esteve Sesrovires - Sant Quirze del Vallès - Sentmenat - Sitges - Talamanca - Terrassa: Parc Audiovisual de Catalunya - Vall de Sau Collsacabra – Oficina: Rupit i Pruit (Consorti per a la Promoció Turística de la Vall de Sau Collsacabra) Formen part: Folgueroles, Rupit i Pruit, Sant Julià de Vilatorrada, Santa Maria de Corcó- L'Esquirol, Tavèrnoles, Tavertet i Vilanova de Sau - Vall de Tenes – Oficina: Santa Eulàlia de Ronçana (Mancomunitat Intermunicipal de la Vall de Tenes) Formen part: Bigues i Riells, Lliçà d'Amunt, Lliçà de Vall i Santa Eulàlia de Ronçana - Vallès Oriental – Oficina: Granollers (Consorti de Turisme del Vallès Oriental) Formen part: Montornès - Vic - Viladecans - Vilafranca del Penedès 			



5.3. Les Film Office catalanes

5.3.1. Orígens de les Film Office catalanes

Els orígens i motivacions de les diverses oficines fílmiques és força ampli i variat. La majoria d'oficines comparteixen el fet que es necessitava regular i donar resposta a les sol·licituds de rodatge que anaven rebent els ajuntaments i l'evolució i creixement del nombre de sol·licituds. En altres casos, el fet de pertànyer a un espai de creació artística i audiovisual constant els va impulsar a crear una oficina fílmica, i en d'altres casos, la finalitat d'obtenir un impacte econòmic màxim —després de regular i promocionar el seu municipi— era un objectiu primordial pel seu territori.

Ajuntaments com L'Hospitalet (amb oficina fílmica des de 2007) o Girona (amb oficina fílmica des del 2008), creien que era necessari regular i coordinar els rodatges que acollia el seu municipi. El mateix va succeir en casos com el de la *Sitges Film Office* que creu que regular els rodatges i promocionar-los és important per obtenir el màxim impacte econòmic i promocional al territori.

Hi ha oficines que en el moment d'explicar els motius de la seva creació incorporen termes com la finestra única dirigida al professional que s'adreça al servei municipal. És el cas de Meritxell Roig⁸, coordinadora de la *Tarragona Film Office*, que comenta que des del 2010 l'oficina es gestiona directament des de l'Ajuntament a través de l'empresa municipal de *Desenvolupament Econòmic*, tot i que anteriorment i a partir del 2008, funcionava de forma externa a l'Ajuntament com a oficina subcontractada.

Encara que ja s'hagi mencionat que és important coordinar i promocionar els rodatges, també ho és conèixer quines accions s'han realitzat prèviament per tal de formalitzar una oficina d'aquestes característiques. La responsable dels rodatges a Sabadell i membre del departament de comunicació menciona que li van encarregar la creació d'una oficina fílmica al municipi. Després de reunir-se amb els responsables de la BCFC, va realitzar una anàlisi i estudi sobre el perquè en el passat s'havien fet rodatges a Sabadell i actualment ja no n'acollien.

⁸ Entrevista de l'autora amb Meritxell Roig (coordinadora de la *Tarragona Film Office*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 6 d'agost de 2012



Montse Sauquet⁹ va observar que els rodatges es dirigien tots a la via pública i que no tenien cap protocol concret: «Conjuntament amb via pública vam establir un protocol i una taxa coherent per a rodatges publicitaris, unes normes, vam penjar l'enllaç de la BCFC relacionat amb el meu contacte com a *film office de Sabadell* a la pàgina web de l'Ajuntament, i vam establir els passos perquè totes les peticions seguissin un mateix tràmit».

El *Prat Film Office* és una oficina jove ja que es va crear el maig d'aquest any 2012. Tot i que des del 2008 s'havia ofert un servei de finestra única en què es gestionaven les peticions de les productores mitjançant el nom de l'Ajuntament del Prat —i a través del Departament de Premsa i Comunicació del Prat—, no és fins aquest any que s'ha formalitzat la seva construcció com a *El Prat Film Office (EPFO)*. Segons Elena Torrent¹⁰, coordinadora d'*El Prat Film Office*, es va proposar a la Junta de Govern Local del municipi la creació d'un programa d'actuació per a la promoció de les produccions audiovisuals a causa de l'augment en l'acolliment de rodatges que estaven desenvolupant des del *Departament de Premsa i Comunicació*. Del desplegament del programa se'n responsabilitzen les persones que formen part del *Gabinet de Premsa i Comunicació* designades per l'Ajuntament de la ciutat com a interlocutores amb la xarxa de la BCFC. Realitzen l'aplicació de les actuacions necessàries per créixer com a *El Prat Film Office*. Segons la seva coordinadora, l'increment de les produccions acollides, el tipus de gestió que s'ofereix a les productores i una àmplia experiència i treball de quatre anys, feien necessària la creació d'*El Prat Film Office*.

Els inicis de la *Terrassa Film Office* es remunten al 2003, i és que aquest municipi acull el *Parc Audiovisual de Catalunya*; un espai industrial impulsat el 2004 per la Generalitat de Catalunya i l'Ajuntament de Terrassa a la disposició del sector per donar un impuls a la producció de Catalunya. El *Parc Audiovisual de Catalunya* és el resultat del projecte *Terrassa Ciutat Audiovisual*. Aquest projecte intenta impulsar el sector, oferir possibilitats en l'àmbit formatiu teòric i pràctic, acollir festivals, fires i mercats i proporcionar oferta lúdica, recreativa i divulgativa. Actualment, l'oficina fílmica d'aquest municipi forma part d'aquest parc que està allotjat en un edifici emblemàtic de 50.000 m²; l'Hospital de Torax.

⁹ Entrevista de l'autora amb Montse Sauquet Llonch (responsable de la *Film Office de Sabadell*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 5 de juny de 2012.

¹⁰ Entrevista de l'autora amb Elena Torrent (coordinadora d'*El Prat Film Office*), mitjançant una consulta a través de correu electrònic, el 14 de juliol de 2012



5.3.2. Professionalització de les oficines

Tot i que les funcions que realitzen les oficines fílmiques són força semblants a les funcions que es realitzen des de la BCFC —i de les comissions fílmiques en general— hi ha un parell de diferències evidents: la dedicació parcial de les persones responsables i coordinadores de les oficines envers als membres de la BCFC, i que les oficines fílmiques estan adherides a la BCFC.

Pere Claveria¹¹, director del *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* a Terrassa, confessa que les tasques de les oficines fílmiques no han tingut un canvi gaire gran respecte a anys enrere, exceptuant les metodologies utilitzades i les formes de comunicació. Per a ell, les oficines fílmiques intenten mantenir els seus objectius fundacionals basats en la seva prestació d'ajudar a les productores gratuïtament per resoldre tot allò que necessitin per dur a terme la seva feina.

Actualment hi ha tres tasques principals en què coincideixen majoritàriament les oficines fílmiques que més rodatges capten en el seu territori: filtrar i atendre les produccions, oferir assistència en la tramitació de permisos i coordinar els diferents serveis municipals.

Les dues primeres van molt relacionades i es basen en informar a la productora sobre les gestions, els tràmits necessaris i les condicions establertes per a realitzar un rodatge en el seu territori. Montse Sauquet¹², responsable dels rodatges a Sabadell, és l'encarregada de decidir quines produccions es poden fer segons el que s'estableixi en el seu protocol i consensuant determinats casos amb via pública i policia municipal. Confessa que qui redacta els permisos i cobra les taxes en el cas de rodatges localitzats a la via pública és el Departament de via pública, tot i que en rodatges localitzats en espais interiors és ella qui decideix juntament amb el responsable d'aquell equipament. No obstant, el departament responsable dels equipaments és qui redacta el permís i en cobra la taxa pertinent quan es tracta d'un llargmetratge o sessió fotogràfica publicitària.

Per a aquest estudi s'ha pogut accedir a un model d'informe de mobilitat¹³ per ús acadèmic provinent de la *Girona Film Office* i relatiu a les ocupacions de via pública i necessitats pel rodatge a Girona de la pel·lícula *Tengo ganas de ti* dirigida per Fernando González Molina i interpretada per Mario Casas, María Valverde, Carme Elías i Clara Lago.

¹¹ Entrevista de l'autora amb Pere Claveria (director del *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* a Terrassa), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 16 de juliol de 2012.

¹² Entrevista de l'autora amb Montse Sauquet Llonch (responsable de la *Film Office de Sabadell*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 5 de juny de 2012.

¹³ L'informe de mobilitat de les escenes rodades a la ciutat de Girona de la pel·lícula *Tengo ganas de ti* es pot consultar íntegrament en els documents annexos d'aquest estudi.



Aquest informe de mobilitat conté la coordinació de diversos departaments i responsables de l'Ajuntament de Girona (Cultura, Mobilitat i Via Pública, Brigades municipals i Circulació) i es divideix en diversos apartats: antecedents, fets i consideracions sobre la sol·licitud del rodatge, reserves d'espais on s'especifica el lloc, la data i l'horari, advertiments dels talls en la circulació de vehicles i vianants i les anotacions de les necessitats de la brigada municipal en temes d'enllumenat i lampisteria.

La coordinació dels diferents departaments municipals —ja sigui Via Pública, Medi Ambient, Policia Local, Urbanisme o altres departaments municipals— i d'entitats públiques o privades titulars de localitzacions afectades en un rodatge, és una tasca primordial per a totes les oficines i varien segons les necessitats de cada producció. Per aquest motiu, en alguns casos és necessari planificar-se amb altres entitats dels municipis tal i com va mencionar la responsable d'*El Prat Film Office*, Elena Torrent¹⁴. De vegades la seva oficina es coordina amb el *Parc Agrari del Baix Llobregat*, el Consorci o la *Mancomunitat de la Plana del Galet*, entre altres.

Tot i aquestes tasques que comparteixen totes les oficines fílmiques, n'existeixen d'altres que queden repartides entre les diferents oficines. Una d'aquestes tasques és la de donar suport en la recerca de localitzacions. Alguns dels coordinadors de les oficines catalanes mencionen que proposen i assessoren localitzacions i ofereixen possibles solucions i alternatives als problemes que es plantegen durant la producció o davant de les peticions dels localitzadors. En altres casos, com explica la coordinadora d'*El Prat Film Office*, s'ofereix a les productores que ho sol·licitin un catàleg de localitzacions amb les seves descripcions pel que fa a la gestió de les autoritzacions. Des d'aquesta oficina també es prepara un catàleg d'empreses locals relacionades amb l'activitat del sector audiovisual o empreses del sector hotelier o restauració que també poden ser interessants per a les productores.

De vegades, l'assessorament i seguiment s'amplia durant tot el procés de logística de les produccions, incloent l'assistència als rodatges. El director de la *Sitges Film Office*, Santi Roig¹⁵, afirma que quan la filmació es dona per acabada s'intenta promocionar el rodatge i Meritxell Roig¹⁶, coordinadora de la *Tarragona Film Office*, afegeix que la seva oficina dóna suport en la comunicació i difusió mitjançant les xarxes socials i el gabinet de premsa de l'Ajuntament. Des d'*El Prat Film Office* també es comparteixen aquestes tasques publicant als mitjans locals les produccions que es filmen al territori mitjançant les seves imatges promocionals.

¹⁴ Entrevista de l'autora amb Elena Torrent Busquets (coordinadora d'*El Prat Film Office*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 25 de juny de 2012.

¹⁵ Entrevista de l'autora amb Santi Roig (director de la *Sitges Film Office*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 4 de juliol de 2012

¹⁶ Entrevista de l'autora amb Meritxell Roig (coordinadora de la *Tarragona Film Office*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 6 d'agost de 2012



En alguns casos, les tasques són tan properes durant tota la producció audiovisual que es decideix estrenar el llargmetratge en el municipi de l'oficina fílmica. Això és el que li va succeir a la *Tarragona Film Office* amb la producció independent *Ghost Track* dirigit per Fabrizio Rossetti i en què l'actor català Fermí Reixach forma part del repartiment en les seqüències rodades al Circ i a l'Amfiteatre de Tarragona: «La *Tarragona Film Office* va assistir en la producció, en l'obtenció de permisos, en la reserves d'espais i vam estar presents durant el rodatge pel que els fes falta. D'alguna forma hem seguit en contacte amb el director, mostrant interès per la seva pel·lícula. Quan em va dir que ja la tenia quasi muntada i que volia estrenar-la li vaig proposar de fer-ho aquí, ajudant-lo a organitzar l'esdeveniment, com a amfitrions i amb la col·laboració d'*Ocine* que és on s'estrenarà» segons va mencionar Meritxell Roig¹⁷. Després de l'estrena es va mantenir en cartellera durant una setmana a la ciutat de Tarragona.

En alguns casos, també es fa un seguiment de l'impacte des del punt de vista de promoció i s'elabora un registre dels rodatges, segons paraules del director de la *Sitges Film Office*.

Per últim, mencionar tasques que fan referència a les accions que es realitzen des de les pròpies oficines per promocionar-se. Pel que fa a la seva relació amb el rodatge, habitualment es negocia amb les productores la presència de l'oficina fílmica als crèdits o la ubicació de l'oficina a la pàgina web de la productora, entre altres acords publicitaris. Des de les pròpies eines de què disposen, es promociona l'oficina a través de les pàgines web i de les xarxes socials i potencien el contacte amb la BCFC actualitzant periòdicament el dossier de localitzacions i la informació que conté la *Guia de Producció Audiovisual*, segons es confirma des del *Prat Film Office*.

Totes aquestes tasques que es fan des de les oficines fílmiques de Catalunya no són exclusives per a la majoria d'elles, ja que es dediquen a altres feines administratives lluny de les pròpies tasques de les seves oficines. Montse Sauquet¹⁸, la responsable dels rodatges a Sabadell, confessa el següent: «Jo imagino una *film office* com a una oficina amb suficient autonomia com per decidir, tramitar i redactar permisos. I a més, el meu ideal és que només es dediqués a això. Com en el cas de la majoria de municipis, nosaltres, a part de la *film office* tenim altres feines dins de l'Ajuntament, depenem d'altres departaments. En segons quins moments et dona la sensació que tan sols fas d'interlocutor entre la productora i/o el localitzador i els departaments». En la mateixa direcció creu que seria interessant per a l'oficina fílmica disposar de més independència i no dependre tant dels altres departaments. Creu que d'aquesta forma es podrien agilitzar els tràmits.

¹⁷ Entrevista de l'autora amb Meritxell Roig (coordinadora de la *Tarragona Film Office*), mitjançant una conversa per correu electrònic el 12 de juny de 2012

¹⁸ Entrevista de l'autora amb Montse Sauquet Llonch (responsable de la *Film Office de Sabadell*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 5 de juny de 2012.



Probablement és una reflexió que comparteixen molts responsables de les oficines filmiques catalanes i és que alguns comentaris tenen raonaments semblants com el de la coordinadora d'*El Prat Film Office* en què menciona que no hi ha cap persona que treballi en exclusiva en el programa que han desplegat aquest any. En aquest cas, la coordinadora hi treballa com a tècnica del departament de comunicació i una de les tasques que ha de realitzar és la coordinació i gestió de l'oficina. També reflexiona sobre la dedicació parcial de la tècnica que gestiona el projecte i creu que seria interessant, per a la mateixa oficina, dedicar-hi més temps. El mateix succeeix quan Rosa M. Muga¹⁹, cap de secció de promoció cultural de l'Hospitalet de Llobregat, comenta que només hi treballa una sola persona i a temps parcial, ja que ho comptabilitza amb la resta de feines del departament. La *Tarragona Film Office* creu que una debilitat pròpia de l'oficina podria ser la manca d'un equip propi, fet que pot provocar una sobresaturació de feina en diverses ocasions ja que només hi treballa una sola persona. No obstant, també reconeix que existeixen col·laboradors entre els altres departaments que ajuden en certes ocasions com seria la recerca d'allotjament o de serveis de guiatge a través del *Patronat de Turisme*.

Segons aquestes reflexions es conclou que la majoria d'oficines estan gestionades per una sola persona, fet que limita molt el seu potencial. És interessant recordar la conceptualització del terme *film office* o oficina fílmica d'aquest estudi, en què es comentava que alguns dels perfils professionals que hi ha en una oficina són el *film commissioner*, el *location manager* i el *location scout*. En el panorama català actualment la persona responsable de cada oficina realitza els tres perfils professionals al mateix temps per tal de coordinar i gestionar la seva oficina d'una forma òptima.

Per últim, cal fer esment del fet que dues oficines que tenen realitats professionals diferents de tota la resta. Per una part, hi ha la *Sitges Film Office*, i per l'altre, el *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* a Terrassa. A Sitges disposen d'un equip de dues persones amb feines dividides i en què cada persona és responsable d'unes tasques concretes. Una persona s'encarrega de les feines més rutinàries de generar els informes imprescindibles per fer un permís i informar a tots els departaments o institucions. L'altra és la responsable que atén a les productores, realitza el treball de camp i organitza les reunions necessàries amb els departaments, institucions, empreses o entitats privades que estan implicades.

¹⁹ Entrevista de l'autora amb Rosa M. Muga (cap de secció de promoció cultural de l'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 31 de maig de 2012



A Terrassa també hi ha una sola persona, però el seu director assegura que és suficient ja que creu que no és tan important qui lideri l'oficina, sinó les persones que no hi pertanyen però que mostren un interès especial en participar-hi: «Per a nosaltres és molt important la participació i complicitat de totes les persones dels diferents departaments i institucions que són capaces de donar una solució encertada, fàcil i en un temps mínim». També reconeix que el fet de pertànyer al *Parc Audiovisual de Catalunya* ha estat favorable en termes de promoció i visualització ja que reben un recolzament que abans no haguessin imaginat.

Segons el Grupo Celtic (2003) la coordinació en les organitzacions amb poc personal no ha de ser cap problema si es treballa amb un mètode en què els mecanismes de coordinació siguin senzills. També afegeixen que la burocràcia en el cas de les comissions fílmiques que depenen d'administracions municipals i regionals hauria de ser mínima i estar coordinada des de la pròpia comissió. Si no fos possible, també asseguren que la burocràcia ha d'entendre la rapidesa que necessiten les oficines ja que han de respondre davant de clients i ciutadans. Certament és el que reflexionen molts coordinadors de les oficines fílmiques catalanes; més agilitat i més poder de decisió.

Tanmateix, des d'algunes oficines es reclama el reconeixement públic del seu treball. Pere Claveria²⁰, director del *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* a Terrassa reflexiona sobre aquest aspecte: «Posteriorment valoren les repercussions que aquest rodatge té sobre el cinema, publicitat, etc. I a més, sobre el turisme a la regió. Però mai es menciona ni es promou que una *film office* o un localitzador puguin gaudir d'un premi a qualsevol festival».

5.3.3. Comunicació interna i externa

La comunicació en qualsevol empresa o organització és un aspecte primordial perquè els clients o membres que en formin part coneguin què fa l'organització i quins són els seus projectes i resultats. Per aquest motiu, la comunicació interna i externa de les oficines fílmiques és un element prou important a tenir en compte: per la relació i coordinació amb els diferents responsables i departaments dels municipis, per donar-se a conèixer a les productores i aconseguir que filmin en el seu municipi i perquè la ciutadania sàpiga que és una oficina fílmica i què obtenen pel seu territori. Cada oficina disposa d'estratègies i instruments diferents segons els seus objectius actuals o futurs.

²⁰ Entrevista de l'autora amb Pere Claveria (director del *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* a Terrassa), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 16 de juliol de 2012.



Segons Laura Merino²¹, coordinadora de la *Girona Film Office*, la comunicació interna de l'oficina es basa en parlar amb cada àrea que es vegi implicada en una producció i en guardar la documentació a l'arxiu.

Pel que fa a la comunicació externa, es realitzen memòries d'activitat, un directori d'empreses (comerços, hoteleria, hostaleria, etc), notes de premsa, càstings públics per implicar a la població de Girona i, per últim, es reparteixen avisos informatius als veïns que poden veure afectada la seva rutina a causa d'un rodatge. De vegades, la productora prefereix visitar personalment als veïns afectats uns tres dies abans de la gravació per presentar-se i explicar-los en què consistirà la jornada de filmació.

Actualment, aquesta oficina disposa d'un espai online que forma part de l'àrea de cultura de la pàgina web de l'Ajuntament de Girona (<http://www2.girona.cat>).

Es pot llegir un breu text explicatiu de les possibilitats cinematogràfiques de la ciutat, juntament amb tres imatges representatives, enllaços corresponents a la xarxa de la BCFC i dels documents necessaris per a la tramitació de sol·licituds de rodatge o sessió fotogràfica²². Tanmateix, també s'ha cregut oportú destacar els enllaços del *Cinema Truffaut* de la ciutat (sala que ofereix cada setmana una pel·lícula en versió original) i del *Museu del Cinema*, únic a Catalunya.

Des del *Departament de Premsa, Màrqueting i Comunicació del Parc Audiovisual de Catalunya*, l'oficina fílmica fa comunicació puntual de tot allò en què participa, tot i que comenten que no sempre respon a les expectatives que busquen els diferents mitjans en determinats moments. Tenen un espai web que depèn de la web del *Parc Audiovisual de Catalunya* (www.parcaudiovisual.cat). Aquest lloc web que forma part de la secció "Serveis" està formada per un breu text informatiu de l'oficina, imatges representatives d'alguns rodatges filmats a Terrassa, enllaços a la BCFC, a la *Spain Film Commission*, al seu dossier promocional i al contacte del director de l'oficina fílmica. També s'inclou un interessant cercador per facilitar la selecció de localitzacions a la ciutat de Terrassa, ordenat per categories i amb l'opció de demanar informació de cadascuna d'elles. Tanmateix, també conviden a proposar localitzacions per tal d'ampliar la seva base de dades.

²¹ Entrevista de l'autora amb Laura Merino (coordinadora de la *Girona Film Office*), oficina de cultura de l'Ajuntament de Girona, el 7 de març de 2012

²² Els documents necessaris per a la tramitació de sol·licituds de rodatge o sessió fotogràfica a la ciutat de Girona es poden consultar íntegrament en els documents annexos d'aquest estudi.



A Sitges no es realitzen esdeveniments o comunicats de premsa ja que, en aquest cas i segons el seu director, són els mitjans els que se'n fan ressò quan el rodatge és molt espectacular o compta amb la presència d'alguna celebritat. Tenen pàgina web pròpia (www.sitgesfilmoffice.cat) d'estètica clara i senzilla i dividida en set apartats diferents: Sitges Film Office, Serveis SFO, Localitzacions, Formularis i requisits, empreses, informació d'interès i notícies. Els dos primers apartats inclouen breus textos introductoris sobre què es fa a la *Sitges Film Office*, es facilita un contacte telefònic, l'opció de registrar-se a un butlletí informatiu i un llistat dels serveis que ofereixen (base de dades de localitzacions, contacte amb empreses del sector audiovisual, directori de professionals, calendari de festes i actes per programar els rodatges, tancament de carrers, reserva d'espais a la via pública i servei de neteja).

A l'apartat "localitzacions" es faciliten vuit imatges de diferents espais públics i privats del municipi ordenats per tipus de referència i nom de l'espai.

A "Formularis i requisits" hi ha l'opció d'omplir un formulari amb les dades bàsiques de l'empresa productora (persona de contacte, NIF, població, adreça, país, telèfon i adreça electrònica), dades de la localització (títol, tipus de producció, dia planificat de rodatge, horari, equip tècnic i material i sinopsi), espai necessari per l'estacionament de vehicles (camió, furgó, autocar, generador, entre altres) i les necessitats que requereix el rodatge (reserva d'espai, tall de trànsit, restricció de vianants, *travelling*, grues) amb un espai per escriure les observacions pertinents.

L'apartat "empreses" inclou un llistat de les tipologies d'empreses que poden participar en un rodatge i facilitar els treballs de producció (equips de producció, muntadors, lloguer de vehicles, decoradors, maquillatge, traducció, estudis de so, càtering, agències de comunicació i vint-i-quatre tipologies més). Si es desitja posar-se en contacte amb alguna de les empreses, cal fer-ho a través de la *Sitges Film Office*.

A "informació d'interès" s'inclou un calendari on s'especifiquen les festivitats locals per tal de no coincidir amb el rodatge, i a "notícies" s'inclouen unes breus notes de premsa relacionades amb l'activitat a l'oficina i amb produccions que s'han portat a terme al municipi.

Cal mencionar, però, que la pàgina web no està actualitzada. Des de la *Sitges Film Office* confessen que cal millorar l'apartat d'internet, disposar d'una web efectiva i tenir prou pressupost per realitzar un recull de les aparicions en els mitjans de comunicació (clipping) sobre les produccions que s'han realitzat a la *Sitges Film Office*.

Pel que fa a la *Tarragona Film Office*, s'està fent difusió de la seva feina a través dels mitjans de comunicació, les xarxes socials i l'organització d'esdeveniments com estrenes de pel·lícules rodades o parcialment rodades a Tarragona.



No tenen una pàgina web pròpia, ja que depenen de la web de l'Ajuntament de Tarragona (www.tarragona.cat). En aquest espai es fa una breu descripció de què és la *Tarragona Film Office*, s'especifica el contacte de la persona responsable i s'adjunten les sol·licituds i procediments establerts per a rodar o fer una sessió fotogràfica a la ciutat. També s'inclouen dos enllaços a una galeria d'imatges i al perfil de l'oficina a *Facebook*.

El *Prat Film Office* ha treballat amb els mitjans de comunicació més propers de l'oficina per donar-se a conèixer entre la ciutadania del municipi. D'aquesta manera, la seva oficina ha aparegut diverses vegades a la revista municipal *El Prat*, l'emissora de ràdio i la televisió municipal, el bloc de l'alcalde i les xarxes socials (*twitter* i *facebook*). Tot i així, no han obviat els mitjans de comunicació més generalistes i ha aparegut diverses vegades en premsa.

Actualment no tenen cap espai web propi i ni tant sols formen part de la pàgina principal de l'Ajuntament. Tot i així, han confirmat que properament es posarà en marxa el web d'*El Prat Film Office* i que en una segona fase es podrien incloure entrevistes a actors, actrius o directors que hagin rodat a la ciutat, curiositats sobre els rodatges, invitacions a pre-estrenes dels llargmetratges, entre altres.

Per últim, comentar dues oficines que actualment no disposen de cap pàgina web i tampoc s'ha confirmat que estigui entre els seus objectius a curt termini (almenys pel que fa referència a les entrevistes realitzades en aquest estudi). Es tracta de les oficines dels municipis de l'Hospitalet i Sabadell.

A l'Hospitalet publiquen notes de premsa coincidint amb algun rodatge i a finals d'any aporten les dades totals dels rodatges fets al municipi. La cap de secció de promoció cultural afirma que s'hauria de fer un plantejament més ambiciós del servei, ja que fins l'actualitat el seu objectiu només ha sigut donar servei a les produccions. Creu que seria interessant que es realitzés més comunicació perquè es donés a conèixer molt més el servei i millorar i ampliar l'oferta d'espais privats. També opina que s'hauria de controlar la producció que es fa a la ciutat per disposar d'un arxiu audiovisual que fos disponible per a les biblioteques públiques.

Pel que fa a la ciutat de Sabadell, es confirma que no fan accions per donar a conèixer la seva oficina. No obstant, quan es van adherir a la BCFC es va fer una roda de premsa per comunicar-ho a la ciutadania, es va publicar al diari de la ciutat (*Diari de Sabadell*) i es va comunicar per *Ràdio Sabadell*. Aquesta oficina —com la de la ciutat de Girona— confirma que a moltes productores els agrada informar als ciutadans i/o els comerços de la zona on es farà un rodatge perquè puguin saber amb què es poden trobar.



No obstant, també comenta que a moltes productores no els agrada gaire que es difongui què estant fent abans de començar. Per aquest motiu, quan Sabadell ha acollit algun rodatge més espectacular del que és habitual, han hagut de comunicar-ho un cop ja ha estat rodat.

Tot i que no disposen de cap espai web, a la pàgina de l'Ajuntament de Sabadell es pot localitzar la nota de premsa de l'adhesió de l'oficina a la BCFC i dos formularis d'informació i localització de rodatge.

Cal mencionar que contactar amb algunes de les oficines esmentades no va ser fàcil. Primer es va necessitar emplenar un formulari d'informació o enviar una consulta a través de correu electrònic de l'ajuntament pertinent. Aquest fet es donava perquè aquestes oficines no disposen de cap enllaç en què es faciliti el contacte directe. En altres casos, només s'anota el nom del responsable i la forma de contactar-hi, sense disponibilitat de consultar altres opcions.

5.3.4. Debilitats i fortalezes

La majoria de les oficines filmiques celebren que el seu treball ajudi a difondre i promocionar les seves ciutats i territoris com a platós cinematogràfics, promoure el sector empresarial i de serveis i incentivar la producció cultural als seus municipis. Creuen, però, que per aconseguir-ho és essencial conèixer el propi territori així com els departaments de les administracions de què formen part i els processos que s'han de portar a terme per filmar als seus municipis. Per aquest motiu, celebren la complicitat existent entre aquests departaments, tal i com va mencionar el director del *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* de Terrassa a l'entrevista que se li va realitzar. No obstant això, de vegades és difícil coordinar els diferents serveis municipals, segons comenta la responsable de l'oficina de l'Hospitalet.

Algunes oficines destaquen la importància de conèixer les necessitats de les productores i el tracte proper que els ofereixen per resoldre les necessitats o problemes que puguin sorgir, tal i com van destacar les coordinadores de les oficines d'El Prat i Tarragona.

En aquest cas, un altre aspecte important a tenir en compte està relacionat amb la gestió dels permisos i l'agilitat per aconseguir-los. Sitges destaca la rapidesa que poden oferir a les productores i afirma que de vegades poden concedir un permís en poques hores. Aquesta fortaleza és oposada a les paraules de la coordinadora d'*El Prat Film Office* quan confessa que el termini administratiu per autoritzar les filmacions sempre és superior al que la productora planifica. Sitges ofereix una disponibilitat gairebé total durant els set dies de la setmana i se'ls pot contactar des de les 6 del matí i fins a les 12 de la nit.

Probablement, el fet que l'oficina de Sitges estigui formada per dues persones és una raó prou explicativa per oferir aquest servei d'horari extensiu.



Tal i com reclamen les coordinadores de l'oficina de Tarragona i d'El Prat respectivament, la sobreesaturació de feina per la falta d'un equip és la debilitat d'algunes oficines, així com la dedicació parcial dels responsables que les gestionen.

De vegades, aquests problemes i debilitats s'originen amb el tipus de recolzament que reben des de les administracions. Algunes oficines perceben que no s'acaba de creure internament en les potencialitats que ofereix el servei i que han de convèncer la voluntat política per canviar-ho. Creuen que al tractar-se d'una entitat pública, de vegades hi ha interessos molt variats i sovint és difícil evolucionar com a *film office*. Actualment, i en aquest sentit, se li ha de sumar el fet que estem enmig d'una actual crisi econòmica i que moltes oficines no poden comptar amb un pressupost propi per gestionar i desenvolupar els seus programes, eines per a treballar-hi i/o serveis. De vegades, això condueix a una poca visibilitat interna i/o externa de la feina d'aquestes oficines. En sentit oposat, hi ha oficines que celebren comptar amb el recolzament de l'organització per fer créixer el projecte, segons es destaca de les paraules de la coordinadora d'El Prat.

La voluntat política, la crisi econòmica i l'absència d'incentius fiscals són tres termes que engrandeixen les debilitats de les oficines fílmiques catalanes i que s'ampliarà en els propers capítols d'aquest estudi.

5.3.5. Fites aconseguides i objectius a curt i llarg termini

Algunes de les oficines destaquen el creixement continuat del nombre de rodatges acollits en el seu municipi i que ajuden a augmentar la projecció de la mateixa ciutat, tal i com es va argumentar des de la *Tarragona Film Office*. No obstant aquest optimisme, la responsable dels rodatges a Sabadell considera que de moment el que es grava a la seva ciutat són produccions petites. Des de Terrassa senyalen el seu mètode de treball i les reduïdes taxes per rodar a la seva població com una de les principals raons perquè moltes productores no dubtin en rodar a la seva ciutat. Per a la ciutat de Tarragona és molt important seguir atenent a les productores i treballar com fins ara per intentar donar resposta al màxim nombre de sol·licituds per rodar a la seva ciutat.

La majoria de les oficines coincideixen en argumentar que disposar de més instruments seria beneficiós per a les seves tasques. Al *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* a Terrassa consideren que caldria disposar de més eines per poder oferir els seus serveis d'una forma molt més ràpida. Exposen la figura d'un fotògraf permanent a l'oficina que es dediqués a fotografiar noves localitzacions i actualitzar les imatges dels espais que ja existeixen en el seu directori.



Des de la *Film Office de Girona* s'ha mencionat l'interès d'actualitzar i atorgar utilitat a la seva pàgina web. S'està estudiant incloure un mapa interactiu en què els propis ciutadans puguin penjar fotografies, encara que siguin els seus habitatges particulars. D'aquesta manera, es pot ampliar considerablement les possibles localitzacions d'espais privats. També cal mencionar que s'està intentant crear una ruta cinèfila amb realitat virtual per a web i mòbil.

Una de les oficines més joves, *El Prat Film Office*, va planificar un pla estratègic el 2010 per complir uns determinats objectius que afectaven a l'estructura interna de l'oficina: definició de procediments i protocols, competències d'autoritacions i coordinació entre departaments. Amb aquests objectius complerts es va poder crear el programa EPFO (El Prat Film Office) per a l'any 2012. Actualment, els seus objectius es centren en donar a conèixer el catàleg de localitzacions de la ciutat, l'existència de la seva oficina per atraure més filmacions, explicar a la ciutadania quines tasques realitzen a través de la pàgina web que estrenaran properament i contractar empreses de la ciutat quan les produccions necessitin els seus serveis.

De la mateixa manera que es busca que les productores contractin empreses autòctones, la *Sitges Film Office* està intentant que productores estrangeres que habitualment roden al seu municipi s'acabin instal·lant a la ciutat.



5.4. Catalunya Film Friendly i el posicionament institucional

El terme *film friendly* està relacionat amb les facilitats i la bona predisposició d'administracions i habitants per poder acceptar rodatges que no siguin rebutjats ràpidament. De vegades això succeeix quan es creu que alguns rodatges no es poden permetre perquè poden entorpir la vida diària de la població o perquè es tracta de produccions filmades en monuments o edificis de valor patrimonial. Una regió és coneguda com a *film friendly* quan s'estudia cada sol·licitud de rodatge en detall i s'intenten trobar solucions a projectes que mostren característiques i/o elements complicats.

Segons Carlota Guerrero, coordinadora de Catalunya de la BCFC a l'article "*Los municipios catalanes interesados en acoger rodajes se doblan en un año*" (M. Pauné, 2011), els productors roden allà on els resulta més fàcil i possible, encara que hi hagi un altre lloc que els agrada més però que els ha suposat més complicacions per poder realitzar un rodatge. En aquest mateix article comenta que a les ciutats molt denses la gent està cansada d'embussos de trànsit diaris i carrers tallats, però que als habitants d'un poble els fa il·lusió acollir un rodatge perquè coneixen alguns dels figurants i es converteix en l'atracció d'aquell dia.

Aquestes paraules són semblants a les que va mencionar Montse Sauquet²³, responsable dels rodatges a Sabadell: «Tenim una ciutat aixecada per obres constantment, els ciutadans estan cansats d'obres i de talls de carrers. De vegades s'ha hagut de dir que no a un rodatge perquè no es pot tallar o limitar més zones».

El director de la *Sitges Film Office* també reconeix que els rodatges no sempre són benvinguts quan entorpeixen la vida quotidiana dels ciutadans o dels seus negocis. En aquest cas, ell recomana tenir-ho molt present per intentar molestar el menys possible. La tasca que fan les oficines filmiques per mantenir la convivència diària entre el personal de rodatge i els ciutadans és important considerar-la, segons el director del *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* de Terrassa. També opina que la ciutadania viu gratament els rodatges que es filmen prop seu i que hi col·laboren. Tot i això, també confessa que el ciutadà de Terrassa no sap exactament què és la *film office* ja que no ha necessitat comunicar-se amb ella i que la confidencialitat de les produccions de vegades no els ajuda: «És cert que en aquest sentit moltes vegades la confidencialitat de la producció fa que les persones, tot i participar-hi, quedin com una mica al marge. De fet, és un punt que haurem de treballar, encara no sé com. No és un inconvenient nostre, forma part del col·lectiu».

²³ Entrevista de l'autora amb Montse Sauquet Llonch (responsable de la *Film Office de Sabadell*), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 5 de juny de 2012.



Segons Fèlix Xunclà²⁴, responsable de la pàgina web de titularitat privada “Pedres de Girona” (www.pedresdegirona.com) que es dedica a la promoció de la ciutat de Girona a través de diverses temàtiques —història, llegendes, turisme, gastronomia, festes i esdeveniments, cinema, etc— creu que en general els gironins no són conscients que a la ciutat s’acullen rodatges.

No obstant, de vegades gràcies a la divulgació feta a través dels mitjans de comunicació i de les celebritats que hi participen (*Tengo ganas de ti* amb Mario Casas i Clara Lago o *Los Pelayos* amb Miguel Ángel Silvestre, Daniel Brühl i Blanca Suárez, entre altres exemples) els ciutadans de Girona s’assabenten que a la seva ciutat també es roden grans produccions. En aquest sentit, la responsable de les filmacions a Sabadell també confirma aquesta percepció de la ciutadania. Diu que tot i que quan s’ha demanat la seva col·laboració la gent sempre ha respost molt bé i amb entusiasme, en línies generals creu que la ciutadania no és conscient de l’existència d’una oficina fílmica a la seva població.

De vegades, és proporcional l’interès de les institucions locals en la seva oficina fílmica, amb el coneixement que en tenen els ciutadans; a més interès, més coneixement i a la inversa. Existeixen algunes veus que opinen que a nivell català no es potencia el sector cinematogràfic i que de moment està darrere d’altres sectors com el teatre o la música amb l’organització d’importants i coneguts festivals.

Des de l’oficina de l’Hospitalet confessen que tenen poca visibilitat interna i externa sobre les tasques que realitzen. Des de la *Barcelona-Catalunya Film Commission* confirmen que és molt important l’interès de les institucions, i per tant, dels ajuntaments que acullen les oficines fílmiques catalanes. Creuen proporcional la implicació del poder polític amb la projecció i rendiment de les oficines, i posen com a exemple l’oficina d’El Prat de Llobregat. El consideren un referent en els últims tres anys i creuen que majoritàriament és perquè s’ha treballat des de l’Ajuntament. La seva coordinadora, Elena Torrent, ho confirma ja que considera que una de les fortaleses de la seva oficina és el recolzament que reben des de l’organització per fer créixer el projecte.

Des de Sitges també celebren el recolzament polític que reben en la gestió de la seva oficina fílmica i ho consideren un objectiu assolit.

El mateix succeeix amb el *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* quan a la seva pàgina web es confirma que Terrassa aposta pel sector audiovisual i per les produccions que trien la seva població per rodar, ja que el cinema és una marca d’identitat del seu municipi.

²⁴ Entrevista de l’autora amb Fèlix Xunclà (responsable de la pàgina web “Pedres de Girona”), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 20 de juny de 2012



Des d'aquesta perspectiva, la *Girona Film Office* reclama el cinema com una altra marca d'identitat de la capital gironina. Fins ara, Girona s'ha convertit en una ciutat de teatre amb el festival *Temporada Alta* i de música amb el *Festival de músiques religioses i del món*, entre altres programacions culturals, però el torn del cinema encara està esperant.

Segons Carlos Rosado, president d'*Andalucía Film Commission*, a l'article *Las Film Commissions ¿Una herramienta eficaz?* (Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, 2012) es necessita un posicionament institucional i la creació d'un escenari de col·laboració amb institucions públiques i corporatives si les localitzacions que pertanyen a la *Spain Film Commission* volen optar a ocupar un lloc important a Europa.



5.5. Movie tourism i iniciatives per a la promoció del territori català

El *movie tourism* és el turisme que es dirigeix a un determinat lloc influenciat per haver sigut l'escenari i/o la localització d'una producció cinematogràfica.

Motín a bordo (The Munity of the Bounty, 1935) va ser una de les primers pel·lícules que va causar aquest fenomen ja que després de la seva estrena, Tahití (sud d'Oceania) es va convertir en una destinació turística important. Aquest fenomen va proliferar una dècada més tard amb l'estrena de flms com *El tercer hombre* (The third man, 1949), *Niagara* (1953), *Atrapa a un ladrón* (To catch a Thief, 1955), *El puente sobre el río Kwai* (Bridge on the river Kwai, 1958), *Laurence de Arabia* (Lawrence of Arabia, 1962) i *Sonrisas y lágrimas* (The sound of music, 1965) (Roesch, 2009).

La pel·lícula *Sonrisas y lágrimas* es va rodar a la ciutat de Salzburg (Àustria) i actualment aquesta localització rep uns 300.000 turistes anuals. Entre aquests turistes, el 70% confirmen que la pel·lícula protagonitzada per Julie Andrews és la raó més important per visitar la ciutat.

A la dècada dels 70 i 80 i amb les produccions de tipus *blockbuster* (pel·lícules que baten rècords de venda i assistència) es va augmentar el fenomen del turisme fílmic, del qual la producció *Tiburón* (Jaws, 1975) n'és un exemple.

Segons Roesch (2009) just després del llançament d'un film, les localitzacions acostumen a atraure un percentatge considerable de visitants i fidels seguidors d'una pel·lícula. Posteriorment, aquest percentatge varia cap a un tipus de turista fílmic no tant fidel i cap a un altre tipus que ho visita com una atracció més del territori. Habitualment, el turisme cinèfil pot ser el principal motiu d'unes vacances, una part d'un viatge organitzat o la visita d'un lloc molt específic a causa d'una escena en particular.

El turisme cinèfil en les localitzacions es pot presentar de diverses maneres (Roesch, 2009):

- Localitzacions molt conegudes abans de la filmació.
La capital francesa París ha acollit pel·lícules com *El código Da Vinci* (The Da Vinci code, 2006) o *Amélie* (Le fabuleux destin d'Amélie Poulain, 2001). "Els realitzadors trien París perquè és un personatge en si mateix i perquè la seva bellesa i patrimoni la converteixen en un plató excepcional" (Rosado Cobián i Querol Fernández, 2006:47).
- Localitzacions convertides en atraccions gràcies a la seva aparició en una pel·lícula.
L'illa de Cefalonia (Grècia) va incrementar en un 75% els seus turistes després del film *La mandolina del Capitán Corelli* (Captain Corelli's mandolin, 2001) amb Nicolas Cage i Penélope Cruz.



- Localitzacions en què interessa un punt específic que atrau l'interès del turisme.
 "Aquests punts són la part central per a les estratègies de màrqueting de les destinacions ja que la importància en el procés de construcció d'imatge d'un lloc o una destinació és primordial" (Roesch, 2009:11). L'Ajuntament de Savannah a Georgia (EUA) es va veure obligat a instal·lar el banc on s'asseia Tom Hanks a la pel·lícula *Forrest Gump* (1994) davant dels nombrosos turistes que el buscaven a la seva població.
- Localitzacions que no tenen res a veure amb l'escenari real.
 Per a molts turistes cinèfils no és necessari veure les localitzacions exactes. L'experiència de ser allà i experimentar en persona aquells llocs ja forma part de l'atmosfera d'una producció determinada.
 La regió de Normandia (nord de França) va percebre que augmentava el turisme nord-americà en un 40% després de la visualització de la producció de Steven Spielberg *Salvar al soldado Ryan* (Saving Private Ryan, 1998), tot i que es rodés a Irlanda.
- Turisme cinèfil que viatja lluny de localitzacions concretes.
 Atraccions i esdeveniments turístics relacionats amb el cinema en què res és real, tot és superficial i l'únic objectiu es centra en gaudir de l'experiència. (*Disneyworld*, ciutats fantasmes de l'oest d'EUA o *Parque Warner* a Madrid, entre altres).

Segons José Antonio Escrivá (president de la Spain Film Commission) a l'article *Las Film Commissions ¿Una herramienta eficaz?* (Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, 2012) el turisme cinematogràfic és un dels objectius a curt termini. Comenta que gràcies a unes ajudes de les *Indústries Culturals*, han desenvolupat un estudi que s'utilitzarà com a instrument quan es vulgui desenvolupar les rutes cinematogràfiques per tot l'Estat espanyol.

Moltes pel·lícules es converteixen en fulletons virtuals de vacances creant una forta influència sobre els destins turístics de la gent. Algunes localitzacions cinematogràfiques s'estan convertint en nous productes turístics (Rosado Cobián & Querol Fernández, 2006).

José Antonio Escrivá confessa que s'han començat a establir relacions amb *Turespaña* (Institut de Turisme d'Espanya) i que hi pot haver possibles col·laboracions amb *Turespaña California*, *Turespaña Mumbai*, *Turespaña Madrid* i amb la xarxa de *Paradors Nacionals*.



5.5.1. Movie tourism a Catalunya

Durant el 2011, 7.390.777 de turistes van visitar Barcelona per vacances, motius professionals o personals. D'aquest nombre total de turistes, el 23,6% provenien de l'Estat espanyol, el 51,2% de la resta d'Europa i el 25,2% el formaven altres països com els Estats Units (8,2%), la resta d'Amèrica (7,7%), el Japó (2,1%) i la resta del món (7,2%). Entre els productes i serveis que ofereix *Turisme de Barcelona*, hi ha el *Barcelona Bus Turístic* amb 2.125.960 usuaris al 2011, el *Barcelona Card* (targeta vàlida fins a cinc dies naturals consecutius que ofereix transport públic gratuït, entrada lliure en determinats museus i espais culturals i 280 € de descomptes en entrades a una altra sèrie de museus, espais culturals, espectacles, comerços, oci, restaurant, etc. El seu preu oscil·la entre els 22.50€ i els 42.30€) amb 160.662 targetes venudes i els *Walking Tours* amb 16.345 usuaris al 2011. Des del 1998 (amb 1.500 usuaris) i fins al 2011, han augmentat en més de 14.000 persones els turistes que han escollit aquestes rutes durant les seves vacances.

Tal i com indica el nom, els *Walking Tours* són visites guiades a peu organitzades per *Barcelona Turisme*, el responsable de la promoció turística a Barcelona. *Barcelona Turisme* va ser creat el 1994 i està integrat per la *Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació*, la *Fundació Barcelona Promoció* i l'Ajuntament de Barcelona amb els objectius de consolidar el turisme, atreure'n de nou i rendibilitzar l'oferta comercial de la capital catalana.

Actualment, existeixen 22 tipus diferents de *Walking Tours*: *Barcelona Walking Tours* (Gòtic, Gourmet, Picasso, Marítim, Modernisme), *Barri Gòtic nocturn*, *La nova Barcelona*, *Tours arquitectònics*, *La Barcelona bonèmia*, *Tour de la Guerra Civil*, *Tour guiat Park Güell*, *Tour Sagrada Família*, *Tour literari a Barcelona*, *Tour de tapes Barcelona*, *Chocolate tour*, *Tour de compres*, *Marxa nòrdica*, *Running Tours Barcelona*, *Birdwatching al Parc de Collserola*, *Collserola Scenic Tour*, *Ruta a peu al voltant del Tibidabo*, i per últim, el que més interessa en aquest estudi, la *Barcelona de Cinema*. (Tots els detalls d'aquests *tours* es poden consultar a la pàgina web <http://www.barcelonaturisme.com/BCNSHOP-Turisme-Barcelona>).

El *Walking Tour de Barcelona de Cinema* permet conèixer les localitzacions on han estat rodades algunes de les escenes de les següents pel·lícules: *Todo sobre mi madre* (1999), *Salvador* (2006), *Una casa de locos* (2002), *Vicky, Cristina, Barcelona* (2008), *El embrujo de Shangai* (2002) i *El perfume* (2006).



El recorregut del *tour* s'inicia al Monument a Colom i segueix pel Moll de la Fusta, Plaça del Duc de Medinaceli, Plaça de l'església de la Mercè, Plaça Reial, l'Herbolari del Rei (1823), la Rambla, Carrer Ferran, Plaça Sant Just, Plaça Sant Jaume, Plaça Sant Felip Neri, Catedral, Quatre Gats i fins al Palau de la Música Catalana. Té una durada de dues hores i s'acompanya amb anècdotes d'actors, directors, situacions de rodatge i fotografies per il·lustrar cada localització amb l'escena corresponent. Les sortides estan programades en castellà, anglès i francès, tot i que només es garanteixen en castellà i anglès, des del mes de gener i fins al setembre. El preu de cada entrada és de 14 €.



Fig. 8 Web oficial de Walking Tour de Barcelona de Cinema - Font: Barcelona Turisme

Aquest *Walking Tour* de *Barcelona de Cinema* i l'enllaç a la pàgina web de *Barcelona Movie Walks* —que s'ampliarà en el proper punt d'aquest capítol— són els únics testimonis cinematogràfics en els informes i espais webs de *Barcelona Turisme*. Segons una portaveu²⁵ d'*Estudis i Estadístiques de Barcelona Turisme*, aquest organisme no pot facilitar informació sobre el turisme que visita Barcelona influenciat per alguna producció cinematogràfica. Asseguren que des del *Programa de Cultura de Turisme de Barcelona* no disposen de les dades demanades tot i que l'aportació sobre aquesta demanda es remet al seu programa.

El Programa de Cultura i Lleure neix per atraure nous visitants amb interessos culturals i d'oci, aconseguir rendibilitat del bon posicionament de l'oferta cultural i de lleure de Barcelona, generar un pla d'activitats relacionat amb la cultura i l'oci, fomentar la creació de productes turístics, implicar el sector cultural i d'oci en les accions de *Turisme de Barcelona*, donar a conèixer l'oferta cultural i de lleure a través dels suports i publicacions de *Turisme de Barcelona* i canalitzar la demanda cap als establiments que s'integrin en el programa.

²⁵ Consulta de l'autora amb Estudis i Estadístiques (Barcelona Turisme), mitjançant la conversa a través de correu electrònic durant el mes de juny de 2012.



Els membres que en formen part són un grup d'equipaments culturals de la ciutat de Barcelona de diferents especialitats (museus i centres d'exposició, espais d'interès arquitectònic, música, teatre i dansa, oci i altres espectacles i diversos promotors).

Com ja s'ha comentat, el cinema no es comptabilitza ni es té en compte a cap més espai de la pàgina web de *Barcelona Turisme* ni als seus estudis. De fet, a la síntesi de l'informe sobre les estadístiques de turisme a Barcelona i província (Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, 2012) especifiquen el nombre de visitants als llocs d'interès ordenats pel top 10 dels llocs més visitats, pels museus i col·leccions, centres d'exposicions, espais d'interès arquitectònic, espais de lleure i els transports singulars més visitats, però no s'especifica cap localització amb interès pel turisme cinèfil.

Pel que fa a la resta de Catalunya, Girona es planteja crear un servei de ruta cinematogràfica amb realitat virtual per a web i mòbil, tot i que de moment només és un objectiu que no té data de llançament programada.

5.5.2. Iniciativa pública: Barcelona Movie Walks

Turisme de Barcelona i *l'Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme CETT-UB* van crear el portal web *Barcelona Movie Walks* com una proposta de rutes temàtiques cinematogràfiques sobre pel·lícules rodades a Barcelona amb la possibilitat d'ampliar-ho amb informació sobre la ciutat i el cinema. Cal esmentar que aquest portal disposa del suport de la *Barcelona-Catalunya Film Commission*.

Actualment hi ha les rutes detallades per a sis pel·lícules en què hi ha escenes rodades a Barcelona: *Vicky Cristina Barcelona* (2008), *Salvador* (2006), *Todo sobre mi madre* (1999), *El perfume* (2006), *L'auberge espagnole* (2001) i *Manuale d'amore 2* (2006).

Barcelona Movie Walks

Home Barcelona Movie Walks Films Atraccions Idioma Contacte

/ Inici / Barcelona Movie Walks / La Barcelona de Woody Allen Versió per a imprimir

LA BARCELONA DE WOODY ALLEN

SINOPSIS: Laissy (Bianca Nadi) (la Còmica (Sandra Bullock)) són dos amants molt afortunats que viuen a Barcelona per primer cop des de la seva separació. Ella està amb el Còmic (Woody Allen), un dels més famosos del món, però s'observa reflexionant sobre les seves respectives expectatives de vida a partir de l'enccontre casual amb una peculiar parella catalana actriu i actor. (Text complet de la sinopsis a la pàgina web)

FITXA TÈCNICA		FITXA ARTÍSTICA	
Director:	Woody Allen	Guió:	Woody Allen
Guionista:	Woody Allen	Director de Fotografia:	John Bailey
Productor:	Stephen Tenenbaum	Productor Executiu:	John Bailey
Productor Executiu:	Stephen Tenenbaum	Productor Executiu:	John Bailey
Fotògraf:	John Bailey	Productor Executiu:	John Bailey

PRINCIPALS PREMIS

Oscar: Millor actor secundari (Preston Stutz), **Golden Globe:** Millor actor secundari (Preston Stutz), **Boston Society of Film Critics Awards:** Millor actor secundari (Preston Stutz), **Sony:** Millor actor secundari (Preston Stutz), **Independent Spirit:** Millor actor secundari (Preston Stutz), **Prizeo Awards:** Millor actor secundari (Preston Stutz), **Millor actor secundari (Preston Stutz)**

SABIES QUE ...

- Després d'èxits anteriors de Woody Allen amb Madonna, ambdues parees van decidir ampliar la seva col·laboració per a tres noves pel·lícules que es van rodar respectivament entre el 2004 i el 2005. El primer va ser el curtmetratge "The Curse of the Cat" i el segon "The Curse of the Cat".
- El treball a Espanya va començar el 7 de juliol del 2007 i finalitzà el 24 d'agost. Durant la primera setmana d'agost l'equip es va traslladar a Astúries per rodar les escenes que es desenvolupen en aquesta comunitat.
- El 14 de juny del 2008, tres setmanes després d'haver estat nominat a l'Oscar, Woody Allen va rebre el premi "Millor actor secundari" dels "Boston Society of Film Critics Awards". És el tercer actor que ha guanyat aquest premi i el primer que ho ha guanyat a Espanya.

Fig. 9 Descripció de la ruta de la Barcelona de Woody Allen - Font: Barcelona Movie Walks



Les rutes ofereixen informació en català, castellà i anglès amb els següents apartats de la pel·lícula escollida: sinopsi, fitxa tècnica i artística, principals premis rebuts, un espai reservat per anècdotes, curiositats i detalls de la producció anomenada “Sabies que...” i un mapa amb les localitzacions del rodatge a la ciutat. Cada localització està acompanyada per una llegenda que especifica el seu nom i com arribar-hi amb transport públic.

Des d'aquest mapa es pot accedir a informacions més detallades: història del lloc, informació complementària de la zona on està ubicada la localització, descripció de les escenes rodades en aquest espai, imatges de la pel·lícula per il·lustrar-ho i un nou espai “Sabies que...” reservat per anècdotes i detalls.

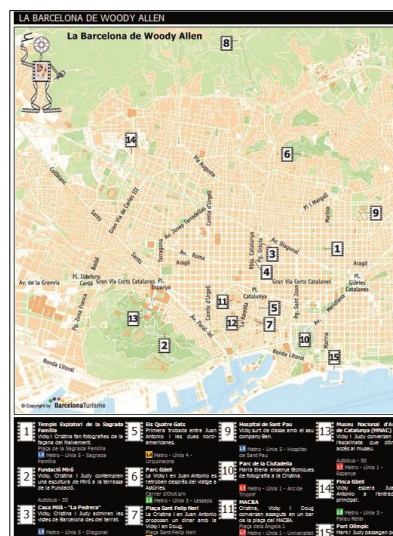


Fig. 10 Descripció de la ruta de la Barcelona de Woody Allen - Font: Barcelona Movie Walks

Tanmateix, quan es visita la informació de les rutes cinematogràfiques, es poden consultar dos apartats que no apareixen a la pàgina principal: films i atractius.

L'apartat “films” inclou dades generals del film (títol original, gènere i pàgina web oficial), dades tècniques (durada, any de producció, any de projecció, localització i ciutat d'estrena, nacionalitat, nombre d'espectadors i facturació), caràtules i empreses involucrades amb la pel·lícula. L'apartat “atractius” recopila un llistat de localitzacions de la ciutat comtal amb informació històrica i descriptiva que podrien ser interessants per transformar-se en escenaris de produccions cinematogràfiques futures.

5.5.3. Iniciativa privada: Una ciutat de cine (Pedres de Girona)

Pedres de Girona és una pàgina web d'iniciativa privada recomanada pel portal *patrimoni.gencat* que va néixer el setembre del 2006 per promocionar la ciutat de Girona en diverses temàtiques culturals i tradicionals a través de la imatge.



Els seus responsables pretenien omplir el buit informatiu visual i quotidià que creien que tenia la capital del Gironès. Actualment disposen d'un fons de 88.000 imatges sense cap tipus de subvenció de cap institució, tot i que mantenen un conveni amb els museus de la ciutat per incorporar a la seva web les activitats que es porten a terme i presentar reportatges sobre els seus fons i instal·lacions. *Pedres de Girona* està dividida en nou apartats: *Pedres de Girona*, *Girona a un clic*, *Girona al plat*, *El mercat del Lleó*, *La comarca del Gironès*, *La Guerra del Francès*, *2a Nit Màgica al Barri Vell de Girona*, *Bloc (La revista de Pedres)* i *Una ciutat de cine*.

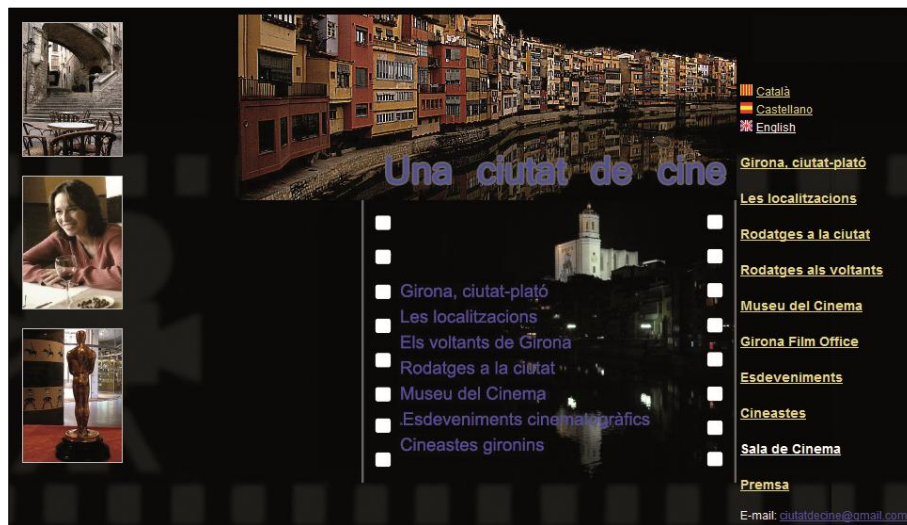


Fig. 11 Web oficial d' "Una ciutat de cine" - Font: Pedres de Girona

Una ciutat de cine conté informació històrica i actual dels rodatges a Girona i comarques, juntament amb activitats relacionades amb el cinema.

Fèlix Xunclà,²⁶ argumentava d'aquesta forma la raó per crear aquest espai de cinema a la pàgina de *Pedres de Girona*: «Trobàvem a faltar una promoció visual dels potencials de Girona en l'entorn cinematogràfic, mostrant hipotètics escenaris urbans i naturals. Un catàleg de la ciutat orientada als col·lectius de creació audiovisual». També afegí que van desenvolupar *Una ciutat de cine* com un al·licient més de la promoció de la ciutat gràcies a la vocació cinematogràfica de Girona i a l'existència del *Museu del Cinema – Col·lecció Tomàs Mallol (C/ Sèquia, 1 de Girona)*.

El contingut d'aquest espai web l'obtenen a través dels mitjans de comunicació i les notes de premsa que associacions, realitzadors, organitzadors i privats els ofereixen. Confessen que mantenen molt bones relacions amb els gestors d'esdeveniments i realitzadors gironins i que realment aquesta és una bona font per incloure informació actualitzada a la web.

²⁶ Entrevista de l'autora amb Fèlix Xunclà (responsable de la pàgina web "Pedres de Girona"), mitjançant un formulari enviat prèviament i respost el 20 de juny de 2012



Pel que fa a la seva relació amb la *Girona Film Office*, mantenen un enllaç que permet que missatges i comunicacions s'enviïn directament a la responsable de l'oficina de Girona ja que creuen que és molt positiu per a la promoció del cinema rodat a la ciutat que existeixi un organisme encarregat de centralitzar la gestió dels rodatges. Anteriorment, els responsables d'*Una ciutat de cine* comenten que rebien missatges relatius a gestions i permisos per a rodatges i espots publicitaris i que ells mateixos es dedicaven a redirigir-los a la coordinadora de la *Girona Film Office*. Tanmateix, Fèlix Xunclà reflexiona sobre la necessitat de potenciar més l'eina de visualització de l'oferta cinematogràfica de Girona com a plató de rodatges, mitjançant noves incorporacions i l'ús de noves eines que puguin relacionar-se amb les activitats i els festivals que s'organitzen, així com aprofitar el fons de què disposa el *Museu del Cinema*.



5.6. Rodatges a Catalunya amb repercussió internacional

5.6.1. Pandora y el holandés errante

Pandora y el holandés errante (Pandora and the Flying Dutchman, 1950) és una adaptació de la llegenda de l'holandès errant que està ambientada en un poble de la costa espanyola en què es descriu la història d'una dona de gran bellesa anomenada Pandora Reynolds (Ava Gardner) que destrueix la vida de tots els homes que s'enamoren d'ella. Tot canvia quan apareix un misteriós mariner anomenat Hendrick van der Zee (James Mason).

Les localitzacions es van centrar a Tossa de Mar (Platja Gran, la Vila Vella, la Mar Menuda, Es Codolar, l'església i la Torre de l'Homenatge), tot i que n'hi va haver algunes a Girona (Plaça de Toros), Palamós (platja de Castell), Platja d'Aro, S'Agaró i Sant Feliu de Guíxols.

Aquesta pel·lícula es va rodar durant la primavera del 1950 després que l'industrial Albert Puig Palau convencés al seu íntim amic i director del film Albert Lewin (*El retrat de Dorian Gray* i *La vida privada de Bel Ami*) per rodar la seva nova pel·lícula a la desconeguda Costa Brava d'aquell moment. També va ser el responsable de modificar-li una mica el guió amb la introducció del personatge d'un torero per tal que el film tingués més acceptació (Moret, 2009).



Fig. 12 Ava Gardner a Tossa de Mar - Font: El Punt Avui

La pel·lícula va tenir un gran ressò entre la premsa rosa del moment, ja que van existir rumors sobre un suposat afer sentimental entre la jove actriu de *Hollywood* Ava Gardner, de 28 anys, i l'actor, torero i poeta Mario Cabré, que interpretava el personatge del torero Juan Montalvo al film. Aquest flirteig va omplir Tossa de Mar de periodistes i la premsa nord-americana de nombroses pàgines. Aquest rumor també va provocar una visita inesperada de Frank Sinatra (la parella d'Ava Gardner en aquella època) a la Costa Brava a causa de la gelosia davant de la suposada relació. (La Vanguardia, 2006)

La pel·lícula va donar feina a molta gent com a figurants (25 pessetes per dia) i també va ser el començament del fenomen del turisme internacional a Tossa de Mar (al film s'anomena Esperanza) després que s'estrenés a diferents països.



Tot i això, al començament no va ser gaire valorada pel públic i esdevingué un fracàs a les taquilles a causa de la seva narració amb personatges de la mitologia grega (Molinas Falgueras, 2009).

Després de la filmació de *Pandora y el holandés errante*, Tossa de Mar va decidir col·locar una estàtua de bronze de l'Ava Gardner amb la següent inscripció: «La pel·lícula que va projectar Tossa de Mar i la Costa Brava arreu del món» (La Vanguardia, 2006). Es va fer per reconèixer la seva trajectòria professional i per agrair-li haver situat la Costa Brava com un destí turístic en el panorama mundial després de l'Europa de la postguerra.

5.6.2. El Perfum

El perfum (Das Parfum - Die Geschichte eines Mörders, 2006) és l'adaptació cinematogràfica de Tom Tykwer basada en el best-seller de l'escriptor Patrick Süskind publicada el 1985 i traduïda a més de 45 llengües.

Aquesta pel·lícula ambientada a la França del segle XVIII, narra la vida de Jean-Baptiste Grenouille que neix enmig del mercat i envoltat de restes de peix. La seva mare l'abandona entre les escombraries i les autoritats el porten en un centre d'acollida per a persones desvalgudes. La seva infantesa es caracteritza pel rebuig que provoca envers els altres, a causa de la seva falta d'olor corporal i de la seva obsessió per les olors. Tanmateix, està dotat per un extraordinari sentit de l'olfacte, qüestió que l'afavoreix per poder treballar a casa del perfumista Baldini i aprendre l'art de destil·lar essències. La seva vida queda marcada per la seva obsessió d'atrapar olors i aconseguir la més bella fragància de tots els temps.



Fig. 13 “El Perfum” al Parc Laberint d’Horta de Barcelona - Font: Barcelona Movie Walks

Aquesta pel·lícula va estar rodada principalment a Barcelona, Girona, Figueres, Besalú, Cantallops, Tamarit i Tortosa durant els mesos de juliol i octubre del 2005, tot i que també es van utilitzar altres localitzacions i estudis de fora de Catalunya.



També es va veure compensat en taquilla amb gran èxit de públic a les sales de cinema d'Espanya, França i Estats Units (Turisme de Barcelona i Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme CETT-UB, 2012).



5.7. Reflexions de la BCFC i de les Films Offices catalanes en temps de crisi

Col-lapse al cinema és com el periodista Bernat Salvà titula un article que reflexa la paralització dels rodatges a Catalunya durant el 2012 i que constata amb l'entrevista a tres associacions de productors: PROA (federació que aplega les diferents associacions de productors), PAC (Productos Associats Audiovisuals de Catalunya) i Pro-docs (associació que aplega els productors catalans de documentals). En aquest article es poden llegir algunes de les reflexions de caire dramàtic dels presidents o vicepresidents d'aquestes associacions, respectivament: Ramon Colom, Jordi Roigé i Valérie Delpierre. Jordi Roigé alerta sobre una aturada extraordinària de la producció i un perill pel fort creixement del sector audiovisual que hi havia hagut últimament a Catalunya. Confessa que les administracions públiques i les televisions estan desconcertades i no saben de quins recursos disposen. Alhora, en aquest article s'alerta de la pujada de l'IVA a la cultura —del 8 al 21%— com un entrebanc a la indústria cultural (Salvà, 2012).

De fet, aquesta situació ha arribat a la BCFC, i Carlota Guerrero²⁷ (coordinadora de Catalunya) ha confirmat la baixada de l'activitat en nombre de rodatges i ha mencionat que probablement s'allargarà entre el segon semestre del 2012 i part del 2013.

Des de la *Terrassa Film Office* afirmen que l'actual situació econòmica no permet fer grans estratègies i creuen necessari trobar noves fórmules que possibiliti a les oficines filmiques ajudar als productors per rodar allà on prefereixin.

Laura Merino²⁸, coordinadora de l'oficina de Girona, confessa que actualment és un moment complicat i que això repercuteix a l'hora de desenvolupar projectes, tal i com va passar amb el projecte de la nova seu de la *Girona Film Office*. A la capital gironina estava previst que el *Cinema Truffaut*, de caràcter municipal (c/ Portal Nou, 7 de Girona), comptés amb dues sales i que l'edifici es convertís en la seu de la *Girona Film Office*. Actualment es tracta d'un projecte aturat i que està pendent, tot i que existeix la voluntat de revisar-ho a llarg termini. La paralització del projecte està a l'espera d'una demanda suficient i a un servei que sigui rendible. Casos semblants succeeixen en altres oficines filmiques quan reconeixen que no compten amb un pressupost propi per a la gestió dels seus programes o per dur a terme diversos serveis o instruments que serien interessants per a elles.

²⁷ Entrevista de l'autora amb Carlota Guerrero (coordinadora de Catalunya de la BCFC), via telefònica el 19 de juliol de 2012

²⁸ Entrevista de l'autora amb Laura Merino (coordinadora de la *Girona Film Office*), oficina de cultura de l'Ajuntament de Girona, el 7 de març de 2012



Davant d'aquest panorama de crisi econòmica, alguns ajuntaments han optat per augmentar les taxes de rodatge a curt termini, ja que segons la BCFC, cada municipi té la seva pròpia ordenança i prou llibertat per fixar les taxes que creguin més convenients. I és que com van assegurar alguns membres de la xarxa catalana d'oficines fílmiques, en moments de crisi s'acostumen a augmentar les taxes. Segons Roberto Cabezas, cap de premsa de la *Ciudad de la Luz*, a l'article *Las Film Commissions ¿Una herramienta eficaz?* (Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, 2012), davant d'aquests inconvenients, les oficines han d'oferir als productors i realitzadors les solucions més imaginatives i eficients.



5.8. Valoració de l'impacte econòmic i social

5.8.1. Instruments d'avaluació i autoavaluació

Barcelona-Catalunya Film Commission realitza memòries trimestrals, semestrals i anuals sobre els tipus de rodatge, procedència i municipis on s'ha rodat, i es fa una avaluació de l'impacte econòmic després de cada rodatge.

Com que aquest estudi no és oficial, moltes produccions no volen facilitar les dades d'impacte econòmic per elaborar l'informe d'avaluació. De les 59 produccions gestionades durant el 2011 —comptant llargmetratges de ficció, llargmetratges documentals, minisèries i tv movies— només 10 produccions van facilitar dades per elaborar l'informe de l'impacte econòmic al territori. En total, aquestes 10 produccions —entre les quals hi ha títols com *Los Pelayos*, *Red Lights*, *Olor de Colònia*, *Tornarem o 14 d'Abril*, *Macià contra Companys*— van deixar uns 15 milions d'euros en despesa directa. Durant el 2010, dels 52 llargmetratges gestionats per la BCFC, només 2 productores en van facilitar les dades.

Els responsables de la BCFC sospiten que això succeeix perquè no existeixen incentius fiscals i les productores no consideren necessari haver de facilitar les dades del que han gastat en el rodatge. Entre el 2007 i el 2011, només 31 produccions han proporcionat les dades d'impacte econòmic. Cada producció fa una inversió mitjana de 1,4 milions d'euros al territori en concepte de guió i música, equip artístic i tècnic, escenografia i vestuari, localitzacions, maquinària de rodatge i transports, hotels, àpats i laboratori entre altres, segons dades facilitades per la BCFC a través del balanç anual del 2011.

Júlia Goytisolo²⁹, directora de la BCFC, considera que és important que la part política sàpiga què s'ha fet i per això són tan importants aquests estudis d'impacte econòmics.

Segons Piluca Querol, directora de l'*Andalucía Film Commission* i vicepresidenta de la *Spain Film Commission*, a l'entrevista *España tiene que ofrecer facilidades fiscales para atraer rodajes extranjeros* (Godino, 2012) fa temps que des de la *Spain Film Commission* s'està treballant en un sistema unificat d'avaluació de l'impacte econòmic dels rodatges. Segons Carlota Guerrero³⁰, coordinadora de Catalunya de la BCFC, es preveu que es publiqui després de l'estiu de 2012.

Fins a l'actualitat, cada oficina fílmica havia analitzat casos puntuals i amb criteris diferents. El director del *Parc Audiovisual de Catalunya Film Office* a Terrassa afirma que actualment no hi ha cap sistema fiable que garanteixi la valoració de la repercussió econòmica d'una producció envers el territori.

²⁹ Entrevista de l'autora amb Júlia Goytisolo (directora de la BCFC) i Mar Vilà (coordinació *Parallel 40*), oficina de la BCFC a Barcelona el 26 de gener de 2012

³⁰ Entrevista de l'autora amb Carlota Guerrero (coordinadora de Catalunya de la BCFC), via telefònica el 19 de juliol de 2012



No obstant, i independentment del tipus de producció, es considera que per a cada producció nacional existeix un retorn de 4€ per euro invertit, i que en el cas de les produccions internacionals, s'estima que hi ha un retorn de 5€ per a cada euro invertit.

Algunes oficines catalanes, tot i que no disposen de cap instrument per mesurar la repercussió dels rodatges acollits al seu territori, usen alguns criteris que els ajuden a valorar el resultat del seu treball.

Segons la coordinadora d'*El Prat Film Office*, es pot tenir una idea de la repercussió a nivell econòmic gràcies a la taxa que es cobra exclusivament en les produccions publicitàries. A nivell social, considera que es pot intuir gràcies a la repercussió que un rodatge pugui tenir en els mitjans o en les xarxes socials. La responsable de la *Tarragona Film Office* en fa una valoració semblant quan comenta que es permet veure la repercussió que ha tingut un rodatge, mitjançant el comptador de reproduccions d'un spot penjat al *YouTube* o pel creixement en la demanda d'una determinada localització a causa d'un rodatge anterior.

El boca-orella entre produccions produeix una retroalimentació promocional per a les mateixes oficines filmiques, que reflexa la valoració laboral que les productores en fan d'elles. La responsable dels rodatges a Sabadell en fa una reflexió: «Si treballes bé i [els localitzadors] queden contents, tornen. Si altres localitzadors saben que en un espai si està bé, també s'ho diuen i venen a buscar-te».

5.8.2. L'incentiu fiscal com a dinamitzador per acollir més rodatges

Rosado Cobián & Querol Fernández (2006, p. 69) consideren que “el terme *runaway productions* va sorgir a Estats Units en els anys noranta per nomenar a les produccions americanes que, atretes pels incentius fiscals adaptats sobretot en països com Canadà i Austràlia, van ser traslladades a aquests països”.

A l'estat espanyol està succeint el mateix i un bon nombre de productors estan buscant països on ofereixin millors incentius fiscals per rodar-hi.

Hi ha un fet cert: el nombre de rodatges està disminuint a Espanya a favor d'altres països com França, Alemanya o Malta que sí que ofereixen incentius fiscals, i retornen una part del que les produccions es gasten en el seu territori.

Actualment, aquest aspecte és determinant per a moltes produccions quan han d'escollir una localització per gravar-hi, i segons alguns membres de les comissions filmiques d'Espanya és molt difícil competir-hi.



No obstant, des de la BCFC hi veuen una part positiva. Si hi ha productores que continuen demanant els seus serveis i trien Catalunya per a rodar-hi les seves produccions —sense el reclam dels incentius fiscals— és que el seu treball s'està fent satisfactòriament i ho defineixen com un avantatge respecte a d'altres localitzacions.

Tot i això, creuen que és indispensable oferir incentius fiscals per tenir opcions d'acollir més rodatges i ser més competitius enfront d'altres localitzacions. És per aquest motiu que des de la *Spain Film Commission* s'està elaborant l'estudi d'impacte econòmic al territori juntament amb un estudi de caire jurídic, per presentar-ho a les institucions espanyoles i conscienciar-les dels avantatges que es poden obtenir si s'ofereixen incentius fiscals pels rodatges que triïn una localització del territori espanyol.



Conclusions

Fig. 15 Rodatge "Tornarem" - Font: BCFC



6. Conclusions

La *Barcelona-Catalunya Film Commission*, juntament amb les oficines adherides a la seva xarxa, té una clara finalitat que condueix la majoria de les seves accions: contribuir a estimular i consolidar la indústria cinematogràfica i audiovisual i els serveis que se'n deriven, per tot Catalunya.

Actualment, l'objectiu de contribuir a estimular i consolidar la indústria cinematogràfica i audiovisual està discutit i envoltat per una crisi econòmica i financera que fa més de cinc anys que conviu entre organismes públics, institucions privades i ciutadans. Durant el 2012, aquesta crisi financera també ha provocat una crisi cultural a Catalunya i a Espanya.

Les contínues retallades en els pressupostos de l'estat català i espanyol i les noves propostes de pujar tretze punts l'IVA (del 8 al 21%), així com la poca concreció en les polítiques de subvencions i ajudes per la cultura, estan encaminant la indústria cinematogràfica i audiovisual cap a un objectiu contrari a la consolidació: la debilitació de la feina realitzada durant els últims anys a Catalunya.

Malauradament, aquest estat de debilitat de la producció cinematogràfica s'ha repetit varies vegades durant la història del cinema a Catalunya. En el breu resum històric que està inclòs en aquest estudi, es mencionen dues crisis de producció cinematogràfica que també són originades per diverses crisis econòmiques o polítiques. Les crisis del 1917 i el 1975 van provocar un canvi i un estancament en les produccions realitzades a Catalunya promovent una reducció en el nombre d'espectadors i el tancament d'algunes sales de cinema. Aproximadament, aquestes conseqüències són les que preveuen alguns productors i realitzadors de la indústria catalana com Jordi Roigé president de PAC (Productors Associats Audiovisuals de Catalunya) a l'article *Col·lapse al cinema* del periodista Bernat Salvà quan alerta sobre l'aturada extraordinària de la producció i un perill per l'actual sector audiovisual català. Tanmateix, hi ha hagut obstacles que s'han mantingut durant tota la història del cinema a Catalunya com la pressió de la llengua castellana enfront la llengua catalana o la visualització de les produccions nord-americanes per damunt de les autòctones.

Avui en dia, i davant la poca concreció i la desorientació en les possibles ajudes i subvencions que provenen dels governs, s'està creant un clima de desconcert sobre els recursos de què poden disposar les administracions públiques o les televisions.



De la mateixa manera, i tot que les oficines fílmiques intenten oferir solucions imaginatives i eficients als possibles problemes per desenvolupar projectes audiovisuals, no disposar d'un pressupost propi que serveixi per gestionar els seus programes i serveis és un greu inconvenient.

Tal i com mencionava un dels responsables entrevistats en aquest estudi, aquesta situació econòmica no permet fer grans estratègies que permetin ajudar als productors i és necessari trobar noves fórmules per a poder-ho gestionar.

Sense aquests pressupostos és complicat que les oficines fílmiques puguin ajudar a consolidar i estimular la indústria audiovisual ja que això està limitant els propis projectes de les oficines per falta de finançament i suport institucional. Aquest suport és una eina fonamental per engrandir i fer créixer les oficines.

Els organismes municipals, els governs nacionals i estatals han d'arriscar en les seves polítiques culturals si volen que les oficines fílmiques creixin. Si un servei que depèn de l'administració pública no concedeix part del seu pressupost a aquest àmbit, molt probablement no evolucionarà. Actualment la voluntat política busca el benefici i la rendibilitat del servei d'aquestes oficines i per aconseguir-ho no hi dedica l'interès que es mereixen. Això es transmet en el fet de si es creu internament en les potencialitats de les mateixes oficines i en les dels seus responsables.

Malauradament per les mateixes oficines, no disposar d'una persona o un equip dedicats exclusivament en els seus programes de difusió, promoció i acolliment de rodatges, origina una mateixa frustració entre els seus responsables per no disposar de suficientment autonomia, poder de decisió i temps dedicat. Alguns coordinadors confessen que en diverses ocasions tenen sobresaturació de feina i que és difícil poder-ho comptabilitzar amb altres feines del departament dels ajuntaments en què pertany el responsable de l'oficina fílmica (habitualment en departaments de comunicació i cultura).

S'ha constatat que molts ciutadans no coneixen el treball de les oficines fílmiques ni saben que existeixen. Alguns coordinadors ho relacionen amb el fet que la majoria dels ciutadans no han tingut la necessitat de dirigir-se a les seves oficines, ni tenen una projecció pública com poden tenir altres figures del sector audiovisual o cinematogràfic com els directors de cinema, actors, disseny de vestuari, maquillatge o efectes especials -entre altres perfils professionals- en què es valoren les seves repercussions en la producció o gaudeixen d'un guardó o reconeixement públic pel seu treball en la citada producció.

En aquest aspecte, caldria millorar la comunicació tan interna (ajuntaments i administracions públiques) com externa (municipis, sector empresarial i ciutadans) perquè les oficines fílmiques deixessin de ser un servei desconegut que s'ofereix des dels ajuntaments.



D'aquesta manera, es podria millorar la percepció que tenen alguns ciutadans o perfils polítics sobre la feina que realitzen i la repercussió que se'n deriva en el propi territori.

Alguns municipis intenten resoldre aquest aspecte a través de càstings públics per implicar a la població, concedir entrevistes a emissores de ràdio i televisions locals, actualitzar els projectes en què estan implicats a través de les xarxes socials, incloure un mapa interactiu on els ciutadans puguin penjar possibles localitzacions del seu municipi, etc.

Malauradament, hi ha una eina amb què la majoria d'oficines no poden comptar; la pàgina web. La majoria d'oficines no disposen d'un espai propi a través de la xarxa d'internet. Algunes ni tan sols apareixen en cap secció de la pàgina web de l'Ajuntament. De fet, per a la realització de l'estudi, de vegades es va haver de consultar directament als ajuntaments pertinents sobre quina era la forma de contactar amb les oficines ja que no tenien un espai web ni es disposava de cap enllaç en què es facilités el contacte. En altres casos, només s'anota el contacte del responsable sense disponibilitat de consultar-ne altres opcions.

No obstant aquesta debilitat, algunes oficines mantenen la creació o actualització de la seva pàgina web com un dels seus objectius més immediats, així com disposar d'instruments i eines per poder oferir els serveis d'una forma més ràpida i aconseguir atraure més filmacions i/o que algunes productores estrangeres s'implantin al seu municipi.

La comunicació interna de les oficines fílmiques és important perquè els responsables polítics dels ajuntaments puguin conèixer què s'ha fet i es pugui canviar la voluntat o predisposició que dediquen cap a les oficines.

El gran inconvenient, però, és la falta d'informació que es coneix de les produccions ja que freqüentment no es reben dades que puguin ser útils per avaluar l'impacte econòmic dels rodatges en el territori. Segons els responsables de la BCFC, aquesta desconfiança de les productores en facilitar dades i despeses en les seves produccions té la seva explicació en la inexistència d'incentius fiscals, una petició reclamada reiteradament des de totes les comissions fílmiques i oficines fílmiques. Per què facilitar dades del que s'han gastat si no hi ha cap mena d'incentiu fiscal? Aquesta és la reflexió que en fan els responsables de dites oficines. Els incentius fiscals són la part que es retorna a les produccions que filmen i gasten en un determinat territori, i actualment això a Espanya i a Catalunya no succeeix.

La conseqüència més immediata és la fugida de rodatges cap a països que brinden aquests incentius com França, Alemanya o Malta. Segons els responsables de les comissions fílmiques i oficines fílmiques només la voluntat política pot arreglar aquesta situació. Per conscienciar les administracions espanyoles, des de la *Spain Film Commission* s'està elaborant un exhaustiu estudi d'impacte econòmic i de caire jurídic que detalli els avantatges que es poden rebre.



Afortunadament, i gràcies a les 31 produccions que han facilitat dades del 2007 al 2011 a la BCFC, es calcula que de mitjana cada producció inverteix 1,4 milions d'euros a Catalunya.

Cal tenir en compte que es tracta d'una mitjana de la despesa de la producció en concepte de rodatge com el guió i la música, l'equip artístic i tècnic, l'escenografia i vestuari, localitzacions, hotels i àpats, entre altres, i que no es té en compte els beneficis aportats després del rodatge i de l'exhibició d'aquest film a les sales de cinema d'arreu del món, com podria ser el turisme cinèfil.

Aquest turisme es dirigeix a un determinat lloc influenciat per haver sigut l'escenari i/o la localització d'una producció cinematogràfica. Actualment aquest fenomen no està gaire desenvolupat ni a Catalunya ni a Espanya.

De fet, entre les estadístiques sobre les activitats turístiques i els llocs visitats de *Turisme de Barcelona* no es té constància de l'efecte que té el turisme cinèfil entre els visitants de la ciutat comtal, en cap dada o percentatge. Si s'analitza la repercussió que va tenir la pel·lícula *Pandora y el holandés errante* (1950) amb l'Ava Gardner com a protagonista i la projecció que li va donar a Tossa i a la Costa Brava, és complicat d'entendre com és que encara no es té en compte el turisme cinèfil com una potencialitat del turisme internacional que arriba a Catalunya. De fet, el turisme desenfrenat de la Costa Brava va començar amb aquesta pel·lícula ja que tal i com diu la placa de l'escultura dedicada a l'actriu: es tracta de la pel·lícula que va projectar Tossa de Mar i la Costa Brava arreu del món.

Si l'organisme que promou les activitats culturals i analitza el tipus de turisme no té en compte el turisme que prové influenciat per pel·lícules com *Vicky, Cristina, Barcelona* (2008), és complicat de confirmar que la BCFC pugui contribuir a estimular els serveis que se'n deriven de la indústria cinematogràfica.

Actualment els serveis que se'n deriven es poden relacionar amb les despeses d'hostaleria i hoteleria que s'utilitza en alguns rodatges —ja que no tots ofereixen aquestes dades—, però no es pot conèixer la repercussió que té l'herència d'aquest rodatge a llarg termini i després de la seva exhibició a les sales de cinema.

L'inconvenient que hi ha actualment és que no existeix un estudi oficial ni un sistema fiable que garanteixi la valoració de la repercussió econòmica d'una producció envers el territori i no es pot conèixer realment quin és el seu impacte econòmic.

Sense aquestes dades o informes és difícil assegurar que actualment la BCFC i les seves oficines puguin contribuir a estimular i consolidar la indústria cinematogràfica i audiovisual i els serveis que se'n deriven.



S'ha de confiar en el potencial de les oficines i creure en la capacitat per a fer-ho, però requereixen d'eines i serveis que puguin evidenciar que realment s'està aconseguint per a demostrar-ho a llarg termini. Es necessiten estudis oficials en què totes les produccions hagin de facilitar les dades sobre les seves despeses perquè des de la BCFC es pugui fer un balanç i una mitjana real del que cada producció inverteix en el territori. També és necessari que organismes o entitats que es dediquen a analitzar el turisme considerin el turisme cinèfil com un aspecte per a ser analitzat i avaluat.

Tot això, però, no s'aconseguirà si abans la voluntat política (estatal, nacional o municipal) no creu internament en les possibilitats d'aquestes comissions i oficines fílmiques i aposta per equips i perfils professionalitzats dedicats exclusivament a la promoció i coordinació de rodatges amb capacitat de decisió. És important construir polítiques culturals amb programes estructurats, sòlids i no improvisats amb la conseqüent concessió d'ajudes, subvencions i facilitats o incentius fiscals perquè contribueixi a estimular la indústria cinematogràfica amb produccions internacionals que contracten professionals autòctons del sector audiovisual i afavoreixi que les produccions nacionals continuïn creixent com ho estaven fent fins l'actualitat.



7. Bibliografia

Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España. (2012). Las Film Commissions. ¿Una herramienta eficaz? *Academia. Revista del Cine Español* (188), 19.

AFCI. (2012). *Association Film Commissioners International*. Consultat el 20 / Juliol / 2012, a <http://www.afci.org>

Ajuntament de Girona. (2011). *Girona Film Office: Ajuntament de Girona*. Consultat el 28 / Juliol / 2012, a Ajuntament de Girona: http://www2.girona.cat/ca/cultura_filmoffice

Ajuntament de Tarragona. (2012). *Tarragona Film Office: Ajuntament de Tarragona*. Consultat el 17 / Agost / 2012, a Ajuntament de Tarragona: <http://www.tarragona.cat/lajuntament/conselleries/comerc/tarragona-film-office>

Barcelona Cultura. Ajuntament de Barcelona. (29 / Juny / 2012). *I Concurs de Clips Pròxims – Barcelona-Catalunya Film Comission*. Consultat el 2 / Agost / 2012, a Barcelona Cultura: <http://barcelonacultura.bcn.cat/tinformem/i-concurs-de-clips-proxims-%E2%80%93-barcelona-catalunya-film-comission>

Barcelona Turisme. (2012). *Barcelona de Cine - Barcelona Turisme*. Consultat el 12 / Agost / 2012, a Barcelona Turisme: http://bcnshop.barcelonaturisme.com/Barcelona-de-Cine/_vf-SMIY1yluKQTV1aq49kJP7TmKf3uSuXfL4k0gw9BlwBo4ACrxOllkaiBOvbmngw

Barcelona-Catalunya Film Commission. (2012). Consultat el 25 / Juliol / 2012, a Barcelona/Catalunya Filmcommission: <http://www.bcncatfilmcommission.com/>

Barcelona-Catalunya Film Commission. (2012). *Balanç Anual 2011*. Barcelona: Barcelona-Catalunya Film Commission.

Barcelona-Catalunya Film Commission. (2007). *Guia de Producció Audiovisual de Barcelona i Catalunya*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona i Generalitat de Catalunya.

Barcelona-Catalunya Film Commission. (2011). *Guia de producció audiovisual. Informació institucional i manual de rodatge*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona i Generalitat de Catalunya.

European Film Commissions Network. (2012). Consultat el 25 / Juliol / 2012, a eufcn - European Film Commission Network: <http://www.eufcn.net/>

Gámir Orueta, A., & Manuel Valdés, C. (2007). Cine y Geografía: espacio geográfico, paisaje y territorio en las producciones cinematográficas. (A. d. Españoles, Ed.) *Boletín de la AGE*, 157-190. ISSN: 0212-9426.

Generalitat de Catalunya. (2012). Consultat el 3 / Agost / 2012, a Idescat. Institut d'Estadística de Catalunya: <http://www.idescat.cat/>

Generalitat de Catalunya. (2012). Consultat el 3 / Agost / 2012, a Territori i Paisatge. Urbanisme: <http://www.gencat.cat/temes/cat/urbanisme.htm>



Godino, P. (24 / Gener / 2012). España tiene que ofrecer facilidades fiscales para atraer rodajes extranjeros. *Diario de Sevilla* .

González López, P. (1986). *Història del cinema a Catalunya (I. L'època del cinema mut, 1896-1931)*. Sant Cugat del Vallès: Els llibres de la frontera.

Grupo Celtic. (2003). *Las Comisiones Fílmicas. Un nuevo dispositivo para la promoción audiovisual*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Hernández Ramírez, J. (2004). Turismo inducido. La configuración de la imagen turística de Sevilla a través del cine comercial. A D. R. Congreso Internacional: Patrimonio, Vol.: *II Desarrollo Rural y Turismo* (p. 503-515). Sevilla: Escuela Universitaria Francisco Maldonado de Osuna.

La Vanguardia. (2006). Un gran plató. *Barcelona, una ciudad de vanguardia* . Barcelona: La Vanguardia.

M. Pauné, M. (11 / Gener / 2011). Los municipios catalanes interesados en acoger rodajes se doblan en un año. *La Vanguardia* .

Moab to Monument Valley Film Commission. (2012). Consultat el 20 / Agost / 2012, a Moab to Monument Valley Film Commission: <http://www.filmmoab.com/>

Molinas Falgueras, L. (2009). *Costa Brava plató de cinema*. Girona: Llibreria Ulyssus.

Moret, X. (2009). *Viatge per la Costa Brava - paisatge, memòria, glamur i turisme*. Figueres: BRAU edicions.

Oltra i Costa, R. (1990). *Seixanta anys de cinema català (1930-1990)*. Barcelona: Institut del Cinema Català.

Parc Audiovisual de Catalunya. (2012). *El Parc: Parc Audiovisual de Catalunya, Platós i producció, Terrassa, Barcelona*. Consultat el 12 / Agost / 2012, a Parc Audiovisual de Catalunya, Platós i producció, Terrassa, Barcelona: http://www.parcaudiovisual.cat/c-Contenidos/a-anuncio/cat-MQ/sub-Mzl/id-MTQ/un_projecte_de_ciutat.html

Parc Audiovisual de Catalunya. (2012). *Parc Audiovisual de Catalunya, Platós i producció, Terrassa, Barcelona - Film Office*. Consultat el 12 / Agost / 2012, a Parc Audiovisual de Catalunya, Platós i producció, Terrassa, Barcelona: http://www.parcaudiovisual.cat/c-Contenidos/a-anuncio/cat-Mg/sub-NDk/id-NDc/film_office.html

Pedres de Girona. (27 / Agost / 2012). *Una ciutat de cine: Pedres de Girona*. Consultat el 29 / Agost / 2012, a Pedres de Girona: <http://www.pedresdegirona.com/cine/index.htm>

Porter i Moix, M. (1992). *Història del cinema a Catalunya (1895-1990)*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Riley, R., Baker, D., & Van Doren, C. (1998). Movie Induced Tourism. *Annals of Tourism Research* , 25 (4) .

Roesch, S. (2009). *The experiences of film location tourists*. Bristol: Channel View Publications.



Romaguera i Ramió, Joaquim (dir.). (2005). *Diccionari del cinema a Catalunya*. Barcelona: Enciclopèdia catalana.

Rosado Cobián, C. (2000). Panorama audiovisual de Andalucía: entrevista con Carlos Rosado, director de la fundación audiovisual de Andalucía. (F. Flores Soler, Entrevistador)

Rosado Cobián, C., & Querol Fernández, P. (2006). *Cine y Turismo. Una nueva estrategia de promoción*. Madrid: Ocho y medio.

Salvà, B. (23 / Juliol / 2012). Col·lapse al cinema. *El Punt Avui* .

Sitges Film Office. (2007-2012). Consultat el 14 / Juliol / 2012, a [sitgesfilmoffice.cat](http://www.sitgesfilmoffice.cat): <http://www.sitgesfilmoffice.cat>

Spain Film Commission. (2012). Consultat el 25 / Juliol / 2012, a Spain Film Commission - Rueda en España: <http://www.spainfilmcommission.org/>

Turisme de Barcelona. (2012). Consultat el 12 / Agost / 2012, a Turisme de Barcelona: <http://www.barcelonaturisme.com/BCNSHOP-Turisme-Barcelona>

Turisme de Barcelona i Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme CETT-UB. (2012). *La Barcelona de Woody Allen: Barcelona Movie*. Consultat el 10 / Agost / 2012, a Barcelona Movie: <http://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=6>

Turisme de Barcelona i Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme CETT-UB. (2012). *La Barcelona d'El Perfum: Barcelona Movie*. Consultat el 10 / Agost / 2012, a Barcelona Movie: <http://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=2>

Turisme de Barcelona. (2012). *Professionals Turisme de Barcelona*. Consultat el 13 / Agost / 2012, a Turisme de Barcelona: <http://professional.barcelonaturisme.com>

Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona. (2012). *Estadístiques de turisme a Barcelona i província*. Barcelona: Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona.



8. Annexos



- Exemple d'informe de mobilitat del rodatge de "Tengo ganas de ti" a la ciutat de Girona

Informe Mobilitat

2011

Adreçat a: Laura Merino, tècnica de cultura
Amb còpia a: M. Mercè Teixidor, cap de Mobilitat i Via Pública
 Jordi Vicens, cap de les brigades municipals, Sílvia Sancho, tècnica de circulació
Emès per: Mar Oliva, tècnica de mobilitat
Relatiu a: Ocupacions de via pública i necessitats pel rodatge de la pel·lícula "TENGO GANAS DE TI"

1-Antecedents, fets i consideracions:

En data 21 d'octubre de 2011 la tècnica de cultura Laura Merino sol·licita en nom de la productora ZETA CINEMA S.L. diverses ocupacions de la via pública i diferents necessitats pel rodatge de la pel·lícula "Tengo ganas de ti" que es rodarà a la ciutat durant la nit del 6 al 7 de novembre de 2011.

La sol·licitud fou entrada pel registre d'entrada en data 21 d'octubre amb número de registre 2011048468

2- RESERVES D'ESPAI

A) CAMP BASE (13 CAMIONS)

Passeig Canalejas

De les 9h del dia 6/12 a les 6h del dia 7/12



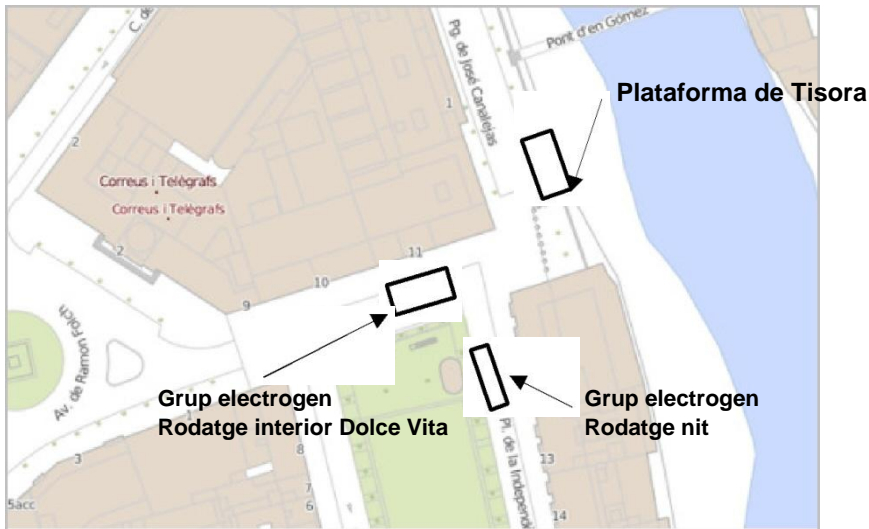
Opció 1: Zona Autobusos



Opció 2: Lateral riu
(aparcament cotxe + c/d)



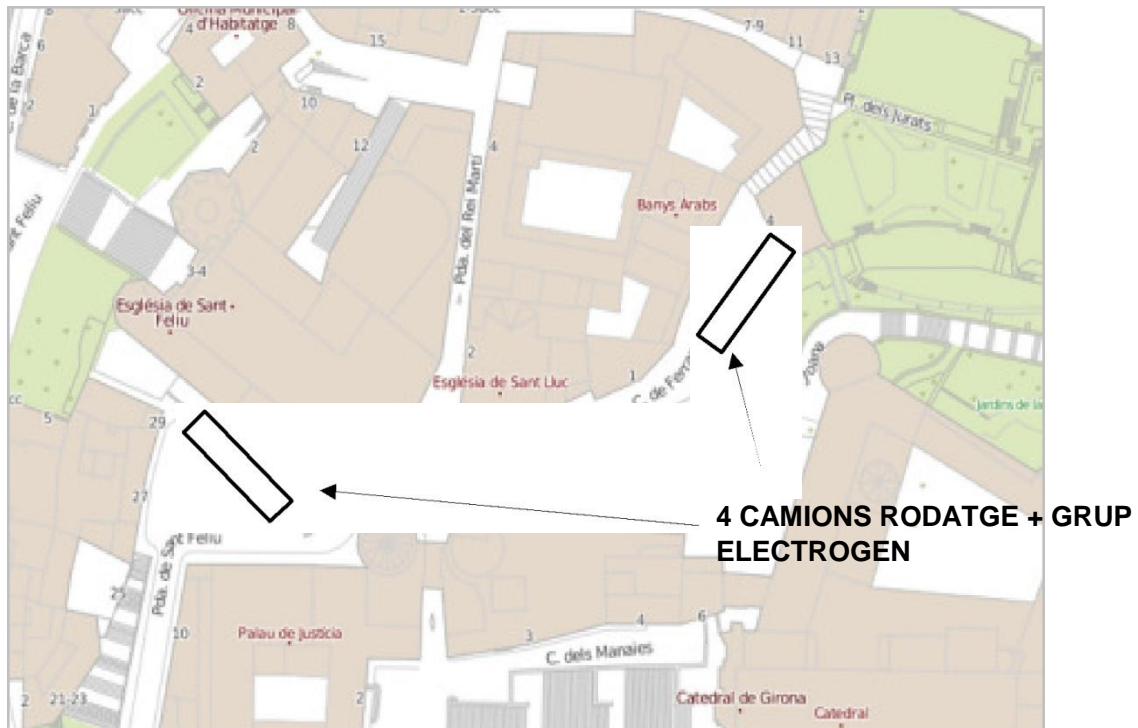
B) ZONA RODATGE PG CANALEJAS/ PONT D'EN GÓMEZ / PL. INDEPENDÈNCIA
De les 9h del dia 6/12 a les 6h del dia 7/12





C) ZONA RODATGE AL PASSEIG ARQUEOLÒGIC

De les 9h del dia 6/12 a les 6h del dia 7/12



3 - TALLS EN LA CIRCULACIÓ DE VEHICLES I DE VIANANTS

- Es tallarà el Pont d'en Gòmez durant el rodatge del Film. Desviar el pas dels vianants
- Talls intermitents al Pg. Canalejas, entre Plaça Independència i carrer Jeroni real de Fontclara, entre les 20h i les 0h
- Talls intermitents al Passeig Arqueològic, entre les 0h i les 3h

4 - NECESSITATS DE LA BRIGADA MUNICIPAL

Enllumenat:

- Apagada i encesa de l'enllumenat públic durant rodatge: Pont d'en Gòmez
Passeig Arqueològic
- Supervisar canvis en l'enllumenat públic del pont de Sant Agustí

Lampisteria:

- Reparar Font del Bisbe (Pg Arqueològic), es necessita que funcioni durant el rodatge



Es proposa:

Autoritzar les ocupacions de via pública i necessitats de la brigada municipal relacionades amb el rodatge d'acord amb la sol·licitud realitzada amb número de registre d'entrada 2011048468.

Girona, 28 de novembre de 2011

**Mar Oliva Mirambell
Tècnica de Mobilitat**



Ajuntament de Girona

Sol·licitud per a rodatges i sessions fotogràfiques a la ciutat de Girona – Girona Film Office

Sol·licitant			
Nom:		NIF:	
Representant			
Nom:		NIF:	
Dades per a notificacions			
Titular de l'adreça:			
Adreça:			
Municipi:		CP:	
Telèfon:		Fax:	
Adreça electrònica:			

ASSUMPTE / DEMANA

EXPLICACIÓ DE MOTIUS (Si cal podeu utilitzar el revers o un full addicional)

Girona, d de 20

Signatura,

AJUNTAMENT DE GIRONA. ALCALDIA – PRESIDÈNCIA

Les vostres dades personals s'incorporaran en els fitxers automatitzats de l'Ajuntament de Girona únicament per a la resolució d'aquesta tramitació. En compliment de la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, podreu exercir-ne el dret d'accés, modificació, cancel·lació i oposició mitjançant sol·licitud expressa adreçada al Registre General de l'Ajuntament de Girona o al Registre Telemàtic habilitat al web www.girona.cat.



Dades complementàries

INFORMACIÓ SOBRE LA PRODUCCIÓ

Títol de la producció:	
Director - realitzador:	
Cap de producció:	
Responsable del rodatge (càrrec):	
Sinopsi de la producció:	
Documentació que s'adjunta:	
Distribució prevista de la producció: (<i>exhibició sales, canals d'emissió, països...</i>)	

CONTACTES

Companyia de producció / escola			
Nom:			
NIF:			
Adreça:			
Municipi:		CP:	
País:			
Telèfon:		Fax:	
Adreça electrònica:			
Web:			
Productora associada (service)			
Nom:			
NIF:			
Adreça:			
Municipi:		CP:	
País:			
Telèfon:		Fax:	
Adreça electrònica:			
Web:			

Les vostres dades personals s'incorporaran en els fitxers automatitzats de l'Ajuntament de Girona únicament per a la resolució d'aquesta tramitació. En compliment de la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, podreu exercir-ne el dret d'accés, modificació, cancel·lació i oposició mitjançant sol·licitud expressa adreçada al Registre General de l'Ajuntament de Girona o al Registre Telemàtic habilitat al web www.girona.cat.



TIPUS DE PRODUCCIÓ

Cinema	<input type="checkbox"/> Curtmetratge	<input type="checkbox"/> Llargmetratge
	<input type="checkbox"/> Documental	
Televisió	<input type="checkbox"/> Programa	<input type="checkbox"/> Sèrie
	<input type="checkbox"/> Reportatge	<input type="checkbox"/> Llargmetratge
	<input type="checkbox"/> Documental	<input type="checkbox"/> Altres
Vídeo	<input type="checkbox"/> Curtmetratge	<input type="checkbox"/> Videoclip
	<input type="checkbox"/> Llargmetratge	<input type="checkbox"/> Vídeo corporatiu
	<input type="checkbox"/> Documental	<input type="checkbox"/> Espot publicitari
	<input type="checkbox"/> Altres	
Fotografies	<input type="checkbox"/> Reportatge	<input type="checkbox"/> Publicitat (producte)
Altres		

COMPANYIA ASSEGURADORA (responsabilitat civil i accidents)

Número de pòlissa:	
--------------------	--

DIES DE RODATGE O SESSIÓ FOTOGRÀFICA AL MUNICIPI

Nombre total de dies:	
-----------------------	--

PRESSUPOST TOTAL DE LA PRODUCCIÓ

Import total:	
---------------	--

PROPORCIÓ DEL PRESSUPOST QUE S'INVERTEIX AL MUNICIPI

Import total:	
Percentatge sobre el pressupost total:	

Les vostres dades personals s'incorporaran en els fitxers automatitzats de l'Ajuntament de Girona únicament per a la resolució d'aquesta tramitació. En compliment de la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, podreu exercir-ne el dret d'accés, modificació, cancel·lació i oposició mitjançant sol·licitud expressa adreçada al Registre General de l'Ajuntament de Girona o al Registre Telemàtic habilitat al web www.girona.cat.



Localització del rodatge

NOTA IMPORTANT: Sense aquesta informació no es podrà tramitar el permís de rodatge i caldrà una confirmació i aprovació final per part de l'Ajuntament que es veurà reflectida al permís de rodatge.

Cal omplir aquesta informació per cadascuna de les localitzacions previstes i anar-les numerant.

Localització de l'escena a rodar					
Número de localització:					
Adreça:					
Data del rodatge:		Data alternativa (imprevistos):			
Tram horari:		Tram horari alternatiu:			
Descripció de l'escena:					
Material de rodatge:					
Núm. de tècnics i actors:					
Estacionament de vehicles					
L'Ajuntament es reserva el dret de proposar una adreça alternativa que es confirmarà en l'autorització de la sol·licitud presentada.					
Adreça:					
Data:		Tram horari:			
Tipus de vehicles:	<input type="checkbox"/> Autocar	Número:		Metres lineals:	
	<input type="checkbox"/> Camió	Número:		Metres lineals:	
	<input type="checkbox"/> Furgoneta	Número:		Metres lineals:	
	<input type="checkbox"/> Generador	Número:		Metres lineals:	
	<input type="checkbox"/> Altres	Número:		Metres lineals:	
	Metres lineals totals:				
Necessitats tècniques a la via pública					
A confirmar amb l'autorització de l'Ajuntament.					
Tall de circulació de vehicles:	<input type="checkbox"/> Cap		<input type="checkbox"/> Parcial		
	<input type="checkbox"/> Intermitent		<input type="checkbox"/> Total		
Data:		Tram horari:			

Les vostres dades personals s'incorporaran en els fitxers automatitzats de l'Ajuntament de Girona únicament per a la resolució d'aquesta tramitació. En compliment de la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, podreu exercir-ne el dret d'accés, modificació, cancel·lació i oposició mitjançant sol·licitud expressa adreçada al Registre General de l'Ajuntament de Girona o al Registre Telemàtic habilitat al web www.girona.cat.



Mobilitat d'elements:	<input type="checkbox"/> Retirada de vehicles	<input type="checkbox"/> Aigua
	<input type="checkbox"/> Desviament de vianants	<input type="checkbox"/> Llum
	<input type="checkbox"/> Mobiliari urbà	<input type="checkbox"/> Altres
	<input type="checkbox"/> Altres	
Especificació:		
Data:		Tram horari:
<i>Travelling:</i> (Especificar zona, característiques tècniques)		
Grues: (Especificar zona i adjuntar documentació tècnica)		
<i>Càmera Car:</i> (Especificar zona i adjuntar documentació tècnica)		
<i>Atrezzo</i> i elements d'escena: (Breu descripció d'aquests elements)		
Elements de la via pública que es poden veure afectats per l' <i>Atrezzo</i> i elements d'escena: (Breu descripció d'aquests elements)		

Obligacions de la productora

1. Complir amb les obligacions legals, laborals i/o contractuals, respecte de les persones i empreses que intervinguin en l'activitat i prendre les mesures necessàries per garantir la seguretat de les persones que hi participin.
- 4 Respectar els horaris i dates establerts en aquesta autorització i garantir el compliment de les disposicions de l'Ordenança General de Convivència Ciutadana i Via Pública.
- 4 Disposar d'una pòlissa d'assegurança que cobreixi els béns mobles i immobles, així com de responsabilitat civil que cobreixi els danys que es puguin ocasionar al llarg de la cessió i lliurar-ne un exemplar a l'Ajuntament.
- 4 Manifestar, mitjançant la signatura d'aquest document pel seu representant, expressament la seva conformitat amb les condicions que aquí es detallen, i amb el pagament de taxes, fiances i permisos, quan s'escaigui.
- 4 La companyia de producció està d'acord a indemnitzar al titular de la propietat pels danys i perjudicis que pugui ocasionar.
- 4 La companyia productora és l'única i absoluta responsable en cas de qualsevol demanda, procés o judici per danys personals o a la propietat que ocorrin o es puguin derivar de l'exercici de les activitats del sol·licitant, els seus treballadors o altres.

Les vostres dades personals s'incorporaran en els fitxers automatitzats de l'Ajuntament de Girona únicament per a la resolució d'aquesta tramitació. En compliment de la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, podreu exercir-ne el dret d'accés, modificació, cancel·lació i oposició mitjançant sol·licitud expressa adreçada al Registre General de l'Ajuntament de Girona o al Registre Telemàtic habilitat al web www.girona.cat.



7. S'hauran de respectar les ordenances municipals en totes les filmacions i sessions fotogràfiques tenint en compte, a més, l'especial protecció dels edificis historicoartístics, parcs i jardins.
8. S'haurà d'entregar una sinopsi de les escenes que es vulguin rodar.
9. El material enregistrat, en qualsevol tipus de suport, que es difongui haurà d'explicitar el lloc d'enregistrament amb la menció "enregistrat amb la col·laboració de l'Ajuntament de Girona".
10. Mostrar el resultat de la gravació a l'àrea de Cultura i Educació de l'Ajuntament, amb caràcter previ a la seva difusió i lliurar-ne una còpia per a l'arxiu municipal un cop finalitzada l'edició.
11. Aquest contracte es pot revocar en qualsevol moment.
12. El sota signant es compromet a lliurar la documentació adjunta requerida en aquest document en el moment de la petició, a no fer-ne cap canvi sense consentiment i/o coneixement de l'Ajuntament; a lliurar tota la documentació que cregui convenient adjuntar i a complir tot els punts que en aquest formulari es detallen.