



**INDUSTRIA DE LOS RODAJES: APROXIMACIÓN GENERAL Y
RETOS (*):
DOC-T-20247/01**

Jesús J. Cambra Fierro (Universidad Pablo de Olavide)

Rafael Bravo Gil (Universidad de Zaragoza)

(*) Documento de trabajo preparado como base para articular las líneas de trabajo de la Cátedra.

INDUSTRIA DE LOS RODAJES: APROXIMACIÓN GENERAL Y RETOS

Sumario:

I. LA INDUSTRIA DE LOS RODAJES: CONCEPTO Y CÍRCULO VIRTUOSO.

II. LA ECONOMÍA DE LOS RODAJES COMO FENÓMENO GLOBAL.

III. EL SISTEMA DE INCENTIVOS FISCALES EN ESPAÑA: BREVE APROXIMACIÓN.

IV. LOS RODAJES COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA.

**V. SOSTENIBILIDAD Y CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO EN LA INDUSTRIA DE
LOS RODAJES.**

**VI. RETOS Y POSIBILIDADES DE DIGITALIZACIÓN EN LA INDUSTRIA
AUDIOVISUAL.**

VII. COMENTARIOS FINALES

La industria de los rodajes se ha consolidado en las últimas décadas como un sector de creciente relevancia económica, cultural y territorial. Más allá de su dimensión creativa, la producción audiovisual genera impactos significativos en el empleo, la inversión, la proyección internacional de los destinos y el desarrollo de infraestructuras especializadas. En este contexto, numerosos países y regiones compiten activamente por atraer producciones mediante incentivos fiscales, apoyo institucional y la promoción de sus localizaciones como escenarios cinematográficos. Este capítulo ofrece una introducción general al funcionamiento de esta industria y a los principales factores que explican su desarrollo. En primer lugar, se analiza el concepto de industria de los rodajes y el denominado círculo virtuoso asociado a su impacto económico. A continuación, se examina la dimensión global del sector y el papel de los incentivos fiscales, con especial atención al caso español. Posteriormente se aborda la relación entre producción audiovisual y promoción turística, así como las estrategias que permiten articular de forma efectiva el vínculo entre cine y turismo. Finalmente, se presentan algunos de los principales desafíos y oportunidades del sector, en particular los relacionados con la sostenibilidad, la conservación del patrimonio y los procesos de digitalización que están transformando la industria audiovisual.

I. LA INDUSTRIA DE LOS RODAJES: CONCEPTO Y CÍRCULO VIRTUOSO

Diversos destinos han logrado convertir el cine en un motor de crecimiento económico. Además del conocidísimo caso de Nueva Zelanda con *El Señor de los Anillos*, el caso de Croacia es especialmente interesante. La ciudad de Dubrovnik, que fue utilizada como escenario para *Juego de Tronos*, experimentó un aumento significativo de turistas que querían ver en persona el "Desembarco del Rey". Sin embargo, esta popularidad también puede traer consigo ciertos problemas de masificación, que incluyen la sobrecarga de infraestructuras y un impacto negativo en la calidad de vida de los residentes. En España, lugares como Andalucía han logrado atraer rodajes de alto perfil, como *La Casa de Papel* y *Star Wars*, gracias a la colaboración activa de las *Film Commissions* locales. Estos ejemplos muestran cómo el cine puede transformar la imagen de un destino y generar un importante flujo económico, pero también ponen de manifiesto la necesidad de gestionar adecuadamente los efectos secundarios, como la masificación y la preservación del patrimonio local.

A pesar de la relevancia del fenómeno, hasta el momento han sido muy escasos los autores que han abordado su estudio de una manera rigurosa. Más allá de algunos informes técnicos elaborados por empresas de consultoría, recomendaciones generales promovidas por las diferentes *films commissions* o *film offices* a nivel operativo, tan solo podemos destacar el manual "*Cine y Turismo: Un nueva estrategia de promoción*", escrito por Carlos Rosado y Piluca Querol allá por el año 2006. Sin embargo, estos autores se centraron exclusivamente en el ámbito turístico, dejando de lado otra serie de elementos de gran interés. A nivel internacional podemos destacar, como ejemplo de manual de buenas prácticas, el trabajo "*The complete film production, Handbook*", de Eve Light-Honthner, editado por primera vez en 1997 por *American Film Market*, y cuya versión actualizada más reciente corresponde a una cuarta edición que data de 2019. Sin embargo, este manual toma se centra solamente en aspectos operativos referidos al contexto estadounidense. Así, a día la literatura sigue careciendo de un cuerpo de literatura que aborde el estudio de la industria de los rodajes y su impacto en la economía desde un punto de vista estratégico.

Para disponer de un marco de análisis adecuado debemos tomar como referencia la denominada **industria de los rodajes**. Esta industria se refiere al conjunto de actividades, servicios, empresas y profesionales involucrados en la producción de obras audiovisuales como películas, series, documentales, comerciales y más. Es una rama específica de la industria audiovisual que abarca desde la preproducción hasta la postproducción y distribución de contenidos filmados.

En su estructura podemos identificar una serie de componentes clave:

- **Producción**, que incluye las empresas y personas responsables de la planificación, financiación y ejecución de proyectos audiovisuales, desde grandes productoras como *Warner Bros.* o *Netflix*, a pequeñas productoras independientes.
- **Servicios técnicos** que abarcan el alquiler de equipos, diseño de sets, efectos especiales, iluminación, y sonido.
- **Actividades de logística y soporte**, que engloban a servicios de alojamiento, transporte, catering y otros servicios que facilitan el desarrollo de los rodajes.
- **Profesionales creativos y técnicos**, tales como guionistas, directores, actores, operadores de cámara, editores y otros expertos involucrados en la creación de contenido.
- **Incentivos gubernamentales**, definidos por políticas públicas que atraen producciones internacionales mediante beneficios fiscales o apoyo logístico, como las deducciones fiscales que, como veremos en el primer capítulo de este manual, en España pueden oscilar en un intervalo del 30-54% para producciones internacionales.
- **Impacto económico y cultural**, a través de la generación de empleo directo e indirecto, dinamizando las economías locales y promoviendo la identidad cultural y turística de las zonas en las que se desarrollan los rodajes.

Se trata de un ecosistema en el que interactúan sistemas de incentivos fiscales y factores económicos. Además, la dotación de infraestructuras y la logística juegan un papel esencial: la disponibilidad de estudios de rodaje, equipos técnicos y personal cualificado se convierten también en elementos importantes. Adicionalmente, tener accesos sencillos a las localizaciones, ya sea mediante carreteras, aeropuertos o puertos también es un factor a tener en cuenta. La diversidad de paisajes y localizaciones también puede marcar la diferencia; los destinos que ofrecen una combinación de escenarios naturales y urbanos, como montañas, playas, ciudades históricas y desiertos, tienen una ventaja competitiva evidente.

Observando el conjunto de actividades vinculadas a esta industria, se pone de manifiesto que la industria de los rodajes es relevante no solo como un posible motor económico, sino también como una plataforma para proyectar la cultura e identidad de una zona, región o país al mundo. Así, para profundizar un poco más en las ideas anteriores tomaremos como referencia el denominado **círculo virtuoso de la economía de los rodajes**, término acuñado en España por **Carlos Rosado Cobián**, que hace referencia a la interacción entre un conjunto de factores para generar impacto económico y social positivo vinculado a la producción audiovisual en una región o país, a través de un ciclo sostenible de

beneficios. Este concepto considera cómo la industria audiovisual, especialmente los rodajes de cine y televisión, dinamizan la economía local, desarrollan el talento, promueven el turismo, y fortalecen la infraestructura cultural de las zonas capaces de captar dichos rodajes.

Tomando como referencia la propuesta de Carlos Rosado (2022)¹, los elementos fundamentales de este círculo virtuoso son:

- **La inversión de las productoras en rodajes**, lo que genera empleo directo (actores, técnicos, personal de producción) e indirecto (servicios locales como transporte, alojamiento, restauración, etc.).
- **El impacto económico:** Asumiendo que los rodajes impactan en las economías locales, a través de los ingresos de empresas relacionadas con la producción y los servicios.
- **El fortalecimiento de la infraestructura**, debido a que, para facilitar los rodajes, las regiones suelen desarrollar instalaciones y servicios específicos (estudios de grabación, equipos técnicos, etc.), que pueden ser reutilizados en producciones futuras.
- **El desarrollo del talento y empleo sostenible.** A medida que la industria crece, se forma y retiene talento local (guionistas, directores, técnicos), lo que mejora la competitividad de la región en el mercado audiovisual.
- **La promoción del turismo:** Las locaciones utilizadas en las producciones atraen turistas, especialmente si la película o serie se convierte en un éxito global. A este fenómeno turístico se le denomina *screen tourism* o turismo cinematográfico.
- **La reinversión:** Los beneficios económicos y culturales motivan más rodajes y mayor inversión en el sector, completando el círculo virtuoso.

Así, en conjunto, podemos afirmar que este concepto del círculo virtuoso de la economía de los rodajes tiene impactos clave en múltiples niveles. Este modelo es particularmente efectivo en regiones que implementan incentivos fiscales o facilidades para atraer producciones, como sucede en países con políticas de “*tax rebate*” o descuentos fiscales para atraer rodajes internacionales.

¹ Curso de Verano “*Economía de los rodajes: cine y turismo*”. (Ed. I), Olavide en Carmona, julio 2022.

II. LA ECONOMÍA DE LOS RODAJES COMO FENÓMENO GLOBAL

En la industria audiovisual, el término *runaway productions* hace referencia a aquellas producciones cinematográficas o televisivas que se realizan fuera del país de origen de sus productores. Este fenómeno suele responder a razones económicas, fiscales o logísticas, ya que muchas veces filmar en destinos extranjeros resulta más rentable o conveniente. Ejemplos de ello son las grandes producciones de Hollywood que eligen rodar en Europa, Asia o América Latina, así como series y películas internacionales que buscan escenarios más económicos o exóticos.

En este contexto, los territorios compiten activamente por atraer estas producciones internacionales. Para ello, los destinos deben ofrecer una combinación de factores atractivos que faciliten la realización de los rodajes. Uno de los elementos más relevantes es la existencia de sistemas de incentivos fiscales competitivos. España, por ejemplo, dispone de un sistema general de incentivos que presenta algunas particularidades relacionadas con los regímenes forales del País Vasco y Navarra, así como con el régimen fiscal especial de las Islas Canarias. En teoría, estos instrumentos no solo fomentan la llegada de grandes producciones como *Fast & Furious* o *Assassin's Creed*, sino que también contribuyen a impulsar el desarrollo de infraestructuras y servicios vinculados a la producción audiovisual.

Además de los incentivos fiscales, otros factores también influyen en la capacidad de un territorio para captar rodajes. Entre ellos destacan la disponibilidad de infraestructuras técnicas, la existencia de profesionales cualificados, la accesibilidad logística y la diversidad de localizaciones. En este contexto, el apoyo institucional desempeña un papel fundamental. En particular, las *Film Commissions* se han consolidado como actores clave en la atracción de producciones internacionales. Estas entidades funcionan como oficinas de enlace entre la industria audiovisual y los destinos turísticos, promoviendo las ventajas de rodar en su territorio mediante eventos, ferias y redes internacionales. Asimismo, facilitan la gestión de permisos, coordinan la relación con proveedores locales y ofrecen servicios de *location scouting* para identificar localizaciones adecuadas.

En España, el papel de las *Film Commissions* ha sido especialmente relevante. Por ejemplo, la *Andalucía Film Commission*, pionera en nuestro país, ha sido determinante para atraer grandes producciones internacionales como *Juego de Tronos*. Este éxito se debe, en gran medida, a su capacidad para facilitar el acceso a localizaciones, coordinar con las autoridades locales y promover la región en los principales circuitos de la industria audiovisual.

Una vez captadas las producciones, es posible observar diversos impactos económicos en los territorios que acogen los rodajes. En primer lugar, se produce un **impacto económico directo** asociado a la generación de empleo y al consumo local. Las producciones audiovisuales requieren una amplia gama de servicios que incluyen técnicos, proveedores especializados, transporte, alojamiento, restauración y otros servicios auxiliares. Según el trabajo de Mainar-Causapé et al. (2023)², en España cada millón de euros invertido en rodajes puede generar hasta 72 empleos en actividades diversas, además de producir efectos indirectos e inducidos que benefician a múltiples sectores de la economía local.

Asimismo, los rodajes pueden estimular la inversión en infraestructuras culturales y audiovisuales. En España, iniciativas como el *Plan Spain Audiovisual Hub* han impulsado la construcción de estudios modernos y la formación de talento técnico especializado. Este tipo de inversiones contribuye a mejorar la competitividad del sector y favorece la atracción continuada de producciones nacionales e internacionales.

A medio y largo plazo, los rodajes también pueden generar impactos relevantes en el ámbito turístico. Las localizaciones que aparecen en películas y series tienden a convertirse en destinos de interés para los visitantes, dando lugar al denominado turismo de pantalla o *screen tourism*. Este fenómeno se ha observado claramente en numerosos destinos. En España, por ejemplo, series como *Juego de Tronos* contribuyeron a incrementar el turismo en lugares como Sevilla o el País Vasco. De manera similar, el éxito de *El Señor de los Anillos* impulsó significativamente el turismo en Nueva Zelanda. La presencia de estas producciones no solo atrae visitantes, sino que también contribuye a proyectar internacionalmente una imagen favorable de los territorios en los que se ruedan.

Además de estos efectos directos y turísticos, el gasto asociado a los rodajes genera un importante **efecto multiplicador en la economía**. Los impactos se extienden a sectores como la construcción, la tecnología, el diseño o los servicios profesionales. En consecuencia, cada euro invertido en rodajes puede generar valor añadido bruto que trasciende la propia industria audiovisual y beneficia al conjunto de la economía local y nacional.

En este contexto, la competencia entre territorios por atraer producciones internacionales se ha intensificado notablemente en los últimos años. Los destinos no solo compiten mediante paisajes atractivos o localizaciones singulares, sino también a través de incentivos fiscales, infraestructuras especializadas y apoyo institucional. Una simple visita al *Marché du Film* del *Festival de Cannes* permite observar cómo numerosos países y regiones

² Curso de Verano “Economía de los rodajes: cine y turismo”. (Ed. II), Olavide en Carmona, julio 2023.

participan en una auténtica “guerra de incentivos fiscales”, cuya sostenibilidad económica a largo plazo ha sido objeto de debate.

En consecuencia, el análisis de la economía de los rodajes debe abordarse desde una perspectiva estratégica y holística. Si bien la captación de producciones puede generar beneficios económicos, sociales y culturales relevantes, también es necesario considerar posibles efectos negativos, como el impacto ambiental de los rodajes, la masificación turística posterior o la existencia de beneficios meramente temporales cuando no se diseñan estrategias de desarrollo a largo plazo.

En todo caso, para comprender con mayor precisión el impacto económico de la industria de los rodajes resulta fundamental disponer de información más detallada sobre su funcionamiento. Disponer de bases de datos más completas permitiría analizar con mayor rigor el impacto de los incentivos fiscales, las subvenciones y otras políticas públicas sobre la producción audiovisual, así como los efectos a largo plazo del turismo de pantalla en términos de flujos turísticos, renta y empleo.

III. COMENTARIOS SOBRE EL SISTEMA DE INCENTIVOS FISCALES EN ESPAÑA: BREVE APROXIMACIÓN

Los incentivos fiscales representan en nuestro país una herramienta clave para atraer producciones audiovisuales, y fomentar el desarrollo y crecimiento de la industria audiovisual. La regulación de estos incentivos está organizada tanto a nivel estatal como en los territorios forales, siendo fundamental que se ajusten a las normativas de la Unión Europea sobre ayudas de Estado. En particular, tanto el Estado como el País Vasco ha desarrollado políticas específicas para incentivar las producciones audiovisuales mediante deducciones fiscales.

Desde el punto de vista de la normativa actual podemos decir que los incentivos fiscales para las producciones audiovisuales en España están regulados por diversas leyes que varían dependiendo del ámbito territorial. A nivel nacional, la Ley 27/2014, modificada por la Ley 38/2022, regula el Impuesto de Sociedades en el territorio común (todas las comunidades autónomas excepto País Vasco y Navarra). En el País Vasco, se aplican normativas forales específicas en cada uno de sus tres territorios históricos: Álava, Bizkaia y Gipuzkoa. Estas leyes locales están orientadas a promover la cultura mediante beneficios fiscales, como la Norma Foral 37/2013 en Álava, la Norma Foral 11/2013 en Bizkaia y la Norma Foral 2/2014 en Gipuzkoa, todas ellas modificadas en los últimos años para adaptarse a las necesidades actuales.

Una diferencia importante entre la normativa estatal y la foral es que, mientras que la legislación española distingue entre deducciones para producciones nacionales e internacionales, las leyes vascas las agrupan en un único beneficio fiscal, lo que simplifica el proceso para los productores. Además, en ambos casos se define a dos tipos de beneficiarios principales: el productor de la obra y el inversor privado, a quienes se les ofrecen deducciones fiscales para fomentar su participación.

En cuanto a los elementos clave de las deducciones fiscales, debemos tener en cuenta un conjunto de elementos de referencia:

-Elemento subjetivo: Según la Ley de Propiedad Intelectual y la jurisprudencia, el productor es la persona o entidad que asume la responsabilidad de la producción audiovisual, tomando la iniciativa y organizando los recursos. La figura del productor ejecutivo, que se encarga de la ejecución del proyecto sin poseer derechos sobre la obra, solo puede beneficiarse de la deducción fiscal foral si no reside en España ni opera en el país mediante un establecimiento permanente.

- **Elemento objetivo:** Las deducciones fiscales se aplican a las inversiones realizadas en producciones audiovisuales. Esto incluye tanto a largometrajes como cortometrajes y, en el caso de la normativa vasca, también a otros tipos de obras audiovisuales, como series para plataformas digitales y televisión. Mientras que la normativa estatal solo menciona películas, la legislación foral vasca amplía este concepto.
- **Elemento territorial:** La deducción fiscal estatal se aplica en todo el territorio español, excepto en el País Vasco y Navarra, que tienen sus propias normativas fiscales. Es relevante que las Islas Canarias cuenten con un régimen fiscal más ventajoso, lo que incentiva aún más la producción en esta región.
- **Elemento temporal:** En el sistema estatal, la deducción se aplica una vez finaliza la producción de la obra, mientras que en el País Vasco se sigue un sistema basado en el criterio de caja. Esto significa que las deducciones se aplican conforme se realicen los pagos durante la producción, lo que otorga una mayor flexibilidad al productor.

También es preciso hacer consideraciones respecto a la cuantificación de la deducción. La deducción estatal se calcula sobre el coste total de la producción, excluyendo ciertas subvenciones. En términos generales, la deducción es del 30% para los primeros 1 millón de euros de la base imponible y del 25% para el exceso. En el País Vasco, la deducción varía dependiendo del territorio histórico y puede alcanzar hasta un 60% de las inversiones realizadas dentro de su jurisdicción, lo que representa un incentivo significativo para los productores que eligen rodar en esta región. Así dicho, pareciera que los

incentivos vascos son más generosos; sin embargo, mientras que en Álava y Guipúzcoa la deducción máxima es de 10 millones de euros, esta deducción puede llegar, con carácter general, a los 20 millones de euros.

En cuanto a los requisitos formales, indicar que para acceder a las deducciones es necesario obtener dos certificados clave: el certificado de nacionalidad y el certificado cultural de la obra. Se deben solicitar al Ministerio competente, y la resolución se emite en un plazo determinado. El certificado cultural es particularmente importante porque asegura que la obra cumple con los criterios de calidad cultural establecidos.

Los incentivos fiscales también benefician a los inversores privados que participan en la financiación de producciones audiovisuales. De acuerdo con el artículo 39.7 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades (LIS), los inversores pueden recibir deducciones fiscales si financian una producción. El productor puede transferir su derecho a la deducción a los inversores, pero para que esto sea válido, debe firmarse un contrato de financiación que se registre ante la Agencia Tributaria.

Los inversores pueden beneficiarse de las deducciones fiscales en función de su participación en la financiación, sin adquirir derechos sobre la obra. Si el productor y el inversor están vinculados, como en el caso de relaciones empresariales cercanas, existen ciertas restricciones para evitar conflictos de intereses.

Finalmente, hay que destacar la deducción por gastos de ejecución en producciones extranjeras. Una de las particularidades de los incentivos fiscales es que también se aplican a producciones extranjeras que se ejecutan parcialmente en España. Esta deducción busca atraer a productoras internacionales a rodar en el país. Los gastos deducibles incluyen los relacionados con personal creativo y proveedores técnicos, siempre que los servicios se presten en territorio español y cumplan con ciertos requisitos.

Para que estos gastos sean deducibles, la producción debe contar con un certificado cultural que demuestre su valor cultural, y deben cumplirse otras condiciones relacionadas con la información sobre la producción y la autorización para usar material gráfico con fines promocionales. Cabe destacar que, a diferencia de las producciones nacionales, los cortometrajes no son elegibles para este tipo de deducción. El derecho a la deducción se genera en el periodo impositivo en que se efectúa el gasto, pero no se aplica hasta que la producción ejecutiva de la obra en España se finaliza. La deducción puede alcanzar hasta un 30% de los gastos, con un límite máximo de 20 millones de euros por producción o 10 millones de euros por episodio, en el caso de series.

Así, podemos decir que los incentivos fiscales en España, tanto a nivel estatal como autonómico, son una herramienta clave para fomentar la industria

audiovisual, tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, la existencia de distintos sistemas entre comunidades autónomas, si bien la Constitución Española reconoce la especialidad de los territorios forales de País Vasco y Navarra, plantea el debate de una posible competencia desleal entre territorios del mismo país. A un sistema ya de por sí complejo se unen diferentes regímenes en función del territorio. La existencia de distintas reglas en función del territorio dentro de un mismo país complica mucho la aplicación del beneficio y promueve incluso un debate constitucional sobre la armonización fiscal en nuestro país.

En todo caso, las deducciones fiscales para productores e inversores sugieren que España puede ser un destino atractivo para rodajes, ofreciendo beneficios significativos en términos económicos. Sin embargo, para tener una visión completa de cuál es la realidad de nuestro país sería recomendable realizar un análisis comparativo con los sistemas de incentivos de otros países, de tal forma que las autoridades competentes pudieran reflexionar sobre la idoneidad de reformular algunas de las líneas que definen la política de “rebate” en España. Además, este análisis deberá completarse con otros elementos tales como coste de la mano de obra, cualificación de técnicos y especialistas, disponibilidad de servicios auxiliares, normativa laboral, etc. para determinar la posible existencia de ventajas (o desventajas) comparativas y competitivas en el ámbito internacional.

IV. LOS RODAJES COMO ELEMENTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

El cine ha demostrado ser mucho más que una forma de entretenimiento; se ha consolidado como una herramienta clave para la promoción turística y el desarrollo económico de los destinos. Su poder radica en su capacidad para conectar emocionalmente con las audiencias, transformando lugares reales en escenarios cargados de significado dentro de una historia. Cuando estos espacios aparecen en la pantalla, se asocian a emociones, narrativas y recuerdos que permanecen en la memoria colectiva de los espectadores. De este modo, los destinos cinematográficos dejan de ser simples localizaciones geográficas para convertirse en elementos narrativos que forman parte de la experiencia audiovisual.

En este contexto surge el denominado *film tourism* o turismo cinematográfico, también conocido más recientemente como *screen tourism* o turismo de pantalla. Este fenómeno hace referencia al conjunto de

desplazamientos turísticos motivados por el deseo de visitar lugares que han aparecido en producciones audiovisuales. La oportunidad de explorar escenarios vistos en películas o series transforma la percepción que los visitantes tienen de los destinos, generando nuevas motivaciones de viaje vinculadas a la experiencia emocional de la narrativa audiovisual.

El cine tiene la capacidad de convertir una localización en un personaje más dentro de la historia. Los paisajes, ciudades o edificios que sirven de escenario dejan de ser meros fondos decorativos para convertirse en parte activa del relato, aportando autenticidad y reforzando la dimensión simbólica del lugar. Como consecuencia, ser elegido como escenario para una producción cinematográfica o televisiva puede ofrecer a un destino una visibilidad internacional sin precedentes.

Un ejemplo paradigmático es el caso de Nueva Zelanda tras el éxito mundial de *El Señor de los Anillos*. Las localizaciones utilizadas en la trilogía despertaron un enorme interés turístico y el país se convirtió en un destino de culto para los seguidores de la saga. De manera similar, la serie *Juego de Tronos* transformó lugares como Dubrovnik, en Croacia, o San Juan de Gaztelugatxe, en el País Vasco, en iconos turísticos asociados a los universos narrativos de la ficción. Otros ejemplos incluyen Skellig Michael, en Irlanda, popularizado por la saga *Star Wars*, o el histórico caso de Almería en España, donde se rodaron numerosas películas del género western.

El crecimiento del turismo vinculado a producciones audiovisuales ha llevado a que muchas organizaciones de gestión y marketing de destinos (*Destination Management and Marketing Organizations*, DMMOs) desarrollen estrategias específicas de colaboración con la industria audiovisual. Producciones como *La Casa de Papel* han contribuido a reforzar el atractivo turístico de varias ciudades españolas, demostrando el potencial del contenido audiovisual como herramienta de promoción territorial.

Además, el turismo de pantalla ya no se limita exclusivamente al cine y las series. Otros formatos audiovisuales, como los vídeos musicales o incluso los videojuegos, también están comenzando a desempeñar un papel relevante en la atracción de visitantes. Un ejemplo notable es el incremento de turistas en el centro histórico de Praga tras su aparición en el videojuego *Assassin's Creed*. Estas nuevas formas de exposición mediática amplían las oportunidades de promoción para destinos tanto tradicionales como emergentes.

En este contexto han surgido también nuevas iniciativas orientadas a integrar de forma directa el cine dentro de la oferta turística. Las rutas cinematográficas, que permiten recorrer los lugares donde se filmaron determinadas producciones, se han consolidado como una modalidad turística en crecimiento. Del mismo modo, el marketing experiencial permite diseñar

actividades inmersivas que recrean escenas icónicas o incluso abrir los sets de rodaje al público, ofreciendo a los visitantes la posibilidad de sentirse parte de la historia que han visto en pantalla.

No obstante, para maximizar los beneficios derivados de este fenómeno es necesario adoptar una planificación estratégica que garantice su sostenibilidad a largo plazo. En este sentido, el rol activo de *Film Commissions* ha demostrado ser una de las herramientas más eficaces para articular la colaboración entre la industria audiovisual y los destinos turísticos. Estas entidades no solo facilitan la realización de rodajes, sino que también promueven estrategias que permiten aprovechar su impacto turístico de forma coordinada.

Asimismo, resulta cada vez más importante que los distintos agentes implicados –productores audiovisuales, gestores turísticos y comunidades locales– adopten enfoques de gestión sostenibles que permitan equilibrar los beneficios económicos con la preservación de la autenticidad de los destinos. Experiencias como la de *Yorkshire*, en el Reino Unido, donde se rodaron series como *Downton Abbey*, muestran cómo una gestión coordinada puede contribuir a generar beneficios turísticos duraderos sin comprometer el entorno social y cultural.

Desde una perspectiva académica, el turismo de pantalla constituye un campo de estudio en plena expansión que integra aportaciones procedentes de disciplinas como la geografía cultural, el marketing o los estudios cinematográficos. Más allá de su capacidad para atraer visitantes, el cine y la televisión desempeñan un papel fundamental en la construcción de la imagen y la identidad de marca de los destinos. En muchos casos, la promoción derivada de las producciones audiovisuales puede resultar incluso más efectiva que las campañas publicitarias tradicionales, ya que genera imágenes mentales duraderas y emocionalmente significativas en el público.

V. SOSTENIBILIDAD Y CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO EN LA INDUSTRIA DE LOS RODAJES

Hasta el momento hemos postulado que el impacto económico del turismo cinematográfico es profundo. Los sectores de la hostelería, el transporte, el comercio y los servicios se benefician de la afluencia de turistas que llegan atraídos por los escenarios de sus películas favoritas. Además, el turismo cinematográfico puede llevar a la creación de nuevas infraestructuras y a la mejora de las capacidades técnicas en las regiones que acogen los rodajes. Sin embargo, este fenómeno no está exento de desafíos, especialmente en lo que respecta a la sostenibilidad y la conservación del patrimonio. Si no se gestionan

adecuadamente los flujos turísticos, los destinos pueden sufrir problemas de masificación, que alteran tanto el entorno natural como las dinámicas sociales de la localidad. La popularización de un lugar gracias a una película o serie puede desencadenar una avalancha de turistas, lo que desborda la capacidad de acogida de algunas localidades. El caso de *Dubrovnik* es un claro ejemplo de cómo el aumento desmedido de turistas puede poner en peligro las tradiciones, autenticidad y sostenibilidad de un destino, pudiendo incluso encarecer los servicios y alterar las dinámicas de la comunidad local.

También es preciso prestar atención a la gestión del patrimonio arquitectónico como recurso en rodajes y turismo. Los edificios históricos y singulares son particularmente atractivos para la industria audiovisual debido a su capacidad para añadir autenticidad a las producciones. Iglesias, monasterios, hospitales o cuarteles poseen un gran valor escenográfico y aportan un carácter único a las películas y series. Muchas veces estos espacios son versátiles y pueden representar diferentes épocas o estilos, lo que los hace ideales para recrear tanto historias reales como ficticias. Además, cuando un lugar emblemático aparece en una película o serie suele convertirse en un imán para los visitantes, deseosos de explorar y fotografiar los espacios que han visto en pantalla.

Sin embargo, su uso puede conllevar una serie de riesgos importantes, especialmente si no se gestionan adecuadamente. El uso intensivo de espacios históricos durante un rodaje puede causar un deterioro físico en su estructura, decoraciones o mobiliario debido a movimientos de equipos pesados, instalación de sets o uso inadecuado de materiales. Además, el incremento de visitantes atraídos por la fama del lugar puede poner en peligro su conservación debido al desgaste por una masificación turística posterior. Finalmente, hay que tener en cuenta que pueden surgir posibles conflictos de uso debido a que algunos espacios, como iglesias, hospitales históricos, aún en funcionamiento, tienen usos cotidianos. El cierre temporal para rodajes puede interferir con las actividades de las comunidades locales.

Llama la atención que el aprovechamiento de edificios singulares y espacios históricos como localizaciones para producciones audiovisuales es una práctica habitual. Sin embargo, desde el punto de vista académico y práctico esta línea de actuación todavía presenta importantes lagunas y despierta susceptibilidades entre los propietarios o gestores de estos espacios que exigen, lógicamente, un respeto absoluto al monumento y a su patrimonio asociado.

Por ejemplo, resulta necesario realizar evaluaciones previas rigurosas antes de autorizar el uso de un edificio patrimonial para un rodaje. Esto incluye diagnósticos técnicos para identificar áreas frágiles, la delimitación de zonas permitidas y la implantación de normas estrictas que limiten el número de

personas o equipos técnicos autorizados. También deben establecerse condiciones técnicas que prohíban el uso de materiales potencialmente dañinos, así como garantizar la supervisión constante por parte de expertos en patrimonio. Pero también es cierto que los beneficios económicos derivados del uso de edificios históricos para rodajes pueden convertirse en una herramienta para su conservación. Las producciones audiovisuales pueden contribuir al mantenimiento y restauración de estos espacios mediante tasas de uso o inversiones directas en proyectos de conservación.

Tampoco debemos pasar por alto el posible impacto ambiental de los rodajes. La alteración de ecosistemas sensibles, el consumo elevado de recursos y la generación de residuos son algunos de los efectos adversos que pueden derivarse de una producción cinematográfica mal gestionada. Concretamente, los rodajes en espacios naturales, si no se gestionan correctamente, pueden dañar la flora y fauna locales, alterar el equilibrio ecológico y contribuir a la sobreexplotación de áreas protegidas. El uso intensivo de recursos, como la generación de residuos y el consumo de energía, puede dejar una huella significativa en el medio ambiente. Para mitigar estos efectos, es fundamental adoptar prácticas sostenibles durante todo el proceso de producción. Desde la utilización de energías renovables hasta la implementación de sistemas de reciclaje y la compensación de la huella de carbono, las producciones deben comprometerse con un enfoque más responsable hacia el entorno natural. El alto consumo energético de los rodajes, especialmente debido al uso de generadores y equipos de iluminación, y las emisiones de carbono derivadas del transporte de los equipos y actores, son otros factores que contribuyen al aumento de la huella ecológica de la industria. En definitiva, a pesar de los innumerables beneficios asociados a los rodajes, debemos reconocer que su gestión plantea importantes retos relacionados con la sostenibilidad de su actividad.

Desde el punto de vista del turismo de pantalla, también es necesario apostar por una gestión sostenible tras el rodaje. Una vez que el rodaje ha concluido, el edificio o espacio utilizado puede transformarse en una atracción turística de gran interés. Para evitar problemas de masificación o deterioro del patrimonio, es importante implementar sistemas de reserva previa, limitar aforos y diseñar rutas turísticas que distribuyan los flujos de visitantes.

En definitiva, el uso de edificios patrimoniales en producciones audiovisuales puede representar una oportunidad para generar visibilidad, atraer visitantes y obtener recursos destinados a su conservación. No obstante, para que este proceso resulte verdaderamente beneficioso es imprescindible adoptar estrategias de gestión que prioricen su protección. En este contexto, las *Film Commissions* pueden desempeñar un papel clave promoviendo prácticas

responsables, como la definición de estándares de sostenibilidad en los permisos de rodaje, la educación ambiental de los equipos de producción o el diseño de rutas turísticas que respeten la capacidad de carga de los destinos. Además, los encargados de gestionar los destinos turísticos (DMMOs) también deben asumir su responsabilidad en lo que respecta a una gestión responsable del flujo de visitantes.

VI. RETOS Y POSIBILIDADES DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

La digitalización está cambiando el panorama de la industria audiovisual mediante herramientas como los escaneos tridimensionales y los gemelos digitales, que permiten recrear localizaciones de forma virtual y reducir la necesidad de utilizar espacios físicos. Este fenómeno está transformando profundamente la forma en la que se planean, producen y experimentan muchas producciones audiovisuales. Este proceso abarca desde la planificación previa al rodaje hasta la creación de entornos completamente virtuales.

En la fase de preproducción, tecnologías como los escaneos 3D o los recorridos en realidad virtual permiten a productores y equipos técnicos explorar localizaciones sin necesidad de desplazarse físicamente. Herramientas como *Google Earth Studio* permiten analizar paisajes y ciudades digitalizadas desde cualquier lugar del mundo.

Otra innovación importante es el desarrollo de gemelos digitales, representaciones virtuales precisas de entornos físicos. Estas tecnologías permiten recrear edificios históricos o espacios frágiles para facilitar rodajes virtuales. Un ejemplo destacado es la recreación digital de la *Catedral de Notre Dame*, cuyo diseño original pudo preservarse gracias a escaneos realizados antes del incendio de 2019.

La digitalización también permite rodajes completamente virtuales, como en la serie *The Mandalorian*, que utiliza la tecnología *StageCraft* para proyectar escenarios digitales en tiempo real. Asimismo, el acceso a estas tecnologías está contribuyendo a democratizar la producción audiovisual. Cada vez es más frecuente que proyectos con presupuestos modestos utilicen entornos digitalizados o bases de datos de localizaciones virtuales. Desde el punto de vista creativo, la digitalización amplía las posibilidades narrativas. Películas como *Blade Runner 2049* combinan entornos reales y digitales para crear atmósferas visuales complejas.

Además, estas tecnologías pueden abrir nuevas oportunidades para el turismo. Las localizaciones digitalizadas pueden utilizarse para crear experiencias inmersivas o recorridos virtuales que complementen la visita física a los destinos.

No obstante, la digitalización también plantea desafíos importantes. Los costes iniciales de estas tecnologías son elevados y algunos profesionales del sector consideran que los entornos virtuales pueden carecer de la autenticidad de las localizaciones reales. También surgen cuestiones legales relacionadas con la propiedad intelectual y el uso comercial de representaciones digitalizadas de edificios históricos. En todo caso, esta transición de lo físico a lo digital abre una línea de estudio de gran relevancia para entender el futuro de la industria.

VII. COMENTARIOS FINALES

La actividad vinculada a la industria de los rodajes plantea múltiples retos. Se trata de un sector atractivo en términos económicos (renta, empleo, creación de infraestructura), de desarrollo y transferencia de conocimiento, de fomento de la cultura, de vehículo transmisor de la imagen de localizaciones como posibles destinos turísticos, o de uso, conservación y promoción del patrimonio histórico, cultural y monumental.

Por estos motivos, desde hace un tiempo se observa un interés creciente por conocer en mayor detalle las dinámicas propias del sector. A nivel internacional existe una gran competencia por captar grandes producciones internacionales a través de políticas de incentivos fiscales o a inversiones en infraestructuras especializadas, con la esperanza de recuperar dicho esfuerzo a través del impacto directo e inmediato que la producción tiene en el territorio. Pero también en poder capitalizarlo a medio y largo plazo gracias al turismo de pantalla.

Sin embargo, también hay que tener presente que este fenómeno tiene impacto en el entorno social y natural. Son muchos los retos relacionados con la sostenibilidad y con la preservación del patrimonio que hay que tener en cuenta. Por estos motivos disponer de una serie de buenas prácticas para el sector. Desde un punto de vista operativo existen pautas generales y específicas elaboradas por algunos de los agentes que conforman el ecosistema de la industria de los rodajes: *film commissions*, *film offices*, *DMMOs*, propietarios/gestores de enclaves singulares, etc. Sin embargo, desde nuestro punto de vista, es necesario contar con una visión estratégica de la realidad de la industria y de sus posibles impactos, positivos y negativos, para poder establecer las mejores

prácticas adaptadas a la realidad de un entorno cada vez más dinámico y cambiantes. Para ello será fundamental contar con un cuerpo de conocimiento que aborde desde un punto de vista metódico y riguroso los retos vinculados, entre otros, a:

- Evaluación de los sistemas de incentivos fiscales y otras ayudas a la producción cinematográfica, de pantalla y audiovisual en general. Además, este análisis debe complementarse con un estudio pormenorizado del resto de elementos que definen las posibles ventajas comparativas y competitivas de un destino como referencia para el sector.
- Medición de los impactos económicos reales, a través de los efectos directos en la renta y empleo local. Adicionalmente, hay que considerar otro conjunto de efectos indirectos, y diferidos a medio y largo plazo. Es preciso conocer en detalle los efectos multiplicadores de la actividad de los rodajes en la economía. Para ello será preciso incidir en la necesidad de disponer de más y mejores datos desagregados.
- Turismo de pantalla y su efecto no solamente en la localización como posible destino turístico, sino en la interacción con las comunidades locales, la conservación de monumentos y entornos naturales, o la preservación de la cultura local.
- Uso responsable y conservación del patrimonio histórico y singular, pudiendo establecer de una manera científica distintos protocolos de actuación.
- Diversos retos vinculados a la digitalización y uso de nuevas tecnologías.

En definitiva, pensar en las mejores prácticas a partir de datos objetivos, tras un análisis sistemático y riguroso, validado por la comunidad científica internacional, que tenga en cuenta la situación actual de la industria, pero también sea capaz de anticiparse y adaptarse a los retos futuros.