




LA ACTIVIDAD DE LAS FILM COMMISSION EN LA EURORREGIÓN GALICIA-NORTE DE PORTUGAL Y SU PARTICIPACIÓN EN LA SERIE AUGA SECA

THE ACTIVITY OF THE FILM COMMISSION IN THE GALICIA-NORTH PORTUGAL EUROREGION AND ITS PARTICIPATION IN THE AUGA SECA SERIES

-  **Talia Rodríguez-Martelo:** *Universidade de Vigo. España.*
-  **Julia Fontenla-Pedreira:** *Universidade de Vigo. España.*
-  **Fernando Vasco Ribeiro:** *Universidade do Porto. Portugal.*

Cómo citar el artículo:

Rodríguez-Martelo, T., Fontenla-Pedreira, J. y Vasco Ribeiro, F. (2022). La actividad de las *film commission* en la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal y su participación en la serie Auga Seca. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 27, 76-88. <https://doi.org/10.35742/rcci.2022.27.e267>

RESUMEN

Las *film commission* nacen con dos objetivos clave: por un lado, uno comercial, conseguir el mayor número de rodajes audiovisuales en un determinado lugar y por el otro, uno técnico, intentando suplir las necesidades de esas producciones. En su esencia, las *film commission* traen consigo resultados que posicionan el territorio en el imaginario de su público objetivo, aportando publicidad directa y gratuita al lugar en el que se desarrolla y por consiguiente, un beneficio económico. La promoción de las producciones audiovisuales conjuntas entre las televisiones públicas de Galicia (CRTVG) y Portugal (RTP) ha adquirido una gran importancia en la última década en la región transfronteriza Galicia-Norte de Portugal gracias a sus similitudes lingüísticas y culturales que las convierten en comunidades hermanadas. Además de difundir el territorio transfronterizo a través de diferentes localizaciones, esta promoción implica abrir nuevos mercados que la posicionen como destino turístico de primer orden, y con ello la formación de la marca Eurorregión Galicia-Norte de Portugal. Se trata de dar visibilidad al denominado Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular y Turismo de Galicia a través de iniciativas audiovisuales (ya sean series o producciones cinematográficas) que se posicionen en el mercado y consigan el interés de las diferentes audiencias. En este sentido, las *film commissions* se han convertido en una herramienta para poner en valor los recursos audiovisuales técnicos y profesionales de estas zonas emergentes. Se realiza un recorrido a través de diferentes proyectos audiovisuales ya materializados entre las *film commissions* de Galicia y Portugal en los últimos años, prestando especial atención a casos de éxito, como la serie recientemente emitida “Auga Seca” en la plataforma HBO con el fin de analizar todos los elementos relativos a la promoción del territorio, cultura, lusofonía y posicionamiento de la marca Eurorregión Galicia-Norte de Portugal. Por otro lado, se analizan los estatutos de creación de las televisiones públicas CRTVG y RTP para comparar la promoción del idioma y el territorio en las producciones audiovisuales de ambos canales y países. Esta investigación trata de demostrar la hipótesis de un



aumento progresivo de acuerdos de colaboración y coproducción entre productoras audiovisuales gallegas y portuguesas, y en concreto entre los canales públicos CRTVG y RTP. Del mismo modo crece el interés por parte de las audiencias lo que, se traduce en un aumento de las producciones en todos sus formatos.

Palabras clave: Film Commission; Audiovisual; Promoción; Series; Televisión.

ABSTRACT

Film Commissions are born with two key objectives: on the one hand, a commercial objective, to achieve the greatest number of audiovisual shootings in a certain place, and on the other hand, a technical objective, trying to supplant the needs of these productions. In essence, film commissions bring results that set the territory in the imagination of its target audience, providing direct and free publicity to the place where it is developed and, consequently, an economic benefit. The promotion of joint audiovisual productions between the public television of Galicia (CRTVG) and Portugal (RTP) has acquired great importance in the last decade in the Euroregión Galicia-Northern Portugal thanks to their linguistic and cultural similarities that make them twinned communities. In addition to disseminating the cross-border territory through different locations, this promotion involves opening new foreign markets that position it as a major tourist destination, and with it the development of the Galicia-North Portugal Euroregion brand. The aim is to give visibility to the so-called Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular and Turismo de Galicia through audiovisual initiatives (whether series or film productions) that introduce themselves in the market and raises the interest of different audiences. In this sense, film commissions have become a tool to promote the technical and professional audiovisual resources of these emerging areas. This study aims to realize a tour through different audiovisual projects already materialized between the film commissions of Galicia and Portugal in recent years, paying special attention to successful cases, such as the recently aired series "Auga Seca" on the HBO platform in order to analyze all the elements related to the promotion of the territory, culture, lusophony and positioning of the brand "Euroregion Galicia-North of Portugal". Moreover, the creation statutes of the public television channels CRTVG and RTP are analyzed in order to compare the promotion of language and territory in the audiovisual productions of both channels and countries. This research tries to prove the hypothesis of a progressive increase of collaboration and co-production agreements between Galician and Portuguese audiovisual production companies, and specifically between the public channels CRTVG and RTP. In the same way, the interest of the audiences is growing, which translates into an increase of productions in all formats.

Keywords: Film commission; Audiovisual; Promotion; Series; TV.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Las film commission y la promoción territorial

El turismo y el cine han convivido en íntima relación desde los inicios del espectáculo del séptimo arte. Tal es así, que no sería posible enumerar todos los destinos turísticos que determinadas películas han puesto de moda. No solo ciudades de renombre como París, Roma o Nueva York que son archiconocidos decorados cinematográficos, si no lugares más recónditos que han adquirido una fama inesperada (o esperada) a partir de una aparición concreta. Algunos conocidos ejemplos de este fenómeno podrían ser Maya

Bay en las Islas Phi Phi de Tailandia a partir de La Playa (Macdonald, 2000), Nueva Zelanda tras El señor de los anillos (Jackson, 2001) o el andén 9 y $\frac{3}{4}$ de la saga de Harry Potter (Columbus, 2001) en la estación de metro de King's Cross en Londres. Más reciente es el caso de los diferentes escenarios alrededor del mundo de la serie Juego de tronos (Benioff y Weiss, 2011-2019) que en España ha supuesto un notable incremento del turismo en San Juan de Gaztelugatxe.

Durante las últimas décadas, la facilidad para viajar debido al abaratamiento de los medios de transporte, unido todo ello a cierto fetichismo cinematográfico y a la renovada pasión por las series, surgida a raíz de plataformas como Netflix o HBO, han supuesto un revulsivo para un cierto tipo de turismo asociado con el consumo audiovisual y los parajes espectaculares. La gran pantalla y la pequeña pantalla, además de ofrecer entretenimiento, tienen una gran capacidad de conexión emocional e inmersiva con los espectadores que puede ser traducida en impulsos de compra y consumo. En este sentido, el deseo de compartir el espacio simbólico y físico de determinados productos audiovisuales puede ser un potente motor de activación de turismo, sobre todo cuando se trata de destinos menos transitados y recónditos que además ofrecen el atractivo extraordinario de tratarse de lugares exclusivos.

En esta sinergia entre el ámbito audiovisual y el turístico, las film commission son entidades que pueden llegar a tener gran relevancia y decantar la balanza en la elección entre unos lugares u otros dependiendo de su posicionamiento y estrategia de desarrollo. Las film commission son en su definición entidades que se crean desde una triple vertiente: para proveer servicios especializados en materia audiovisual, con una vocación de servicio público y como agencias de promoción territorial (González-Bennet y Nieto-Malpica, 2013). Sus objetivos estratégicos consisten en atraer el mayor número de rodajes a un territorio concreto y facilitar los servicios necesarios para ello con profesionales locales. Normalmente también funcionan como directorios especializados y facilitadores en el acceso a determinados espacios. Son entidades que nacen ligadas a la administración, a pesar de que su gestión puede ser pública o privada. Por ello, se definen como servicio público, debido a que están concebidas para generar actividad en su ámbito de actuación (Sarabia y Sánchez, 2019).

Idealmente, el planteamiento de instaurar una film commission o film office nace de la coyuntura de varias cuestiones. Por un lado, que el territorio tenga parajes de interés, ya sean urbanos o naturales, que exista un tejido empresarial audiovisual y, por otra parte, que haya capacidad operativa de acoger este tipo de proyectos (Nieto-Malpica *et al.*, 2019). Aquí, nuevamente el negocio audiovisual y el turístico se dan la mano, ya que dicha capacidad operativa también se refiere a las instalaciones de alojamiento y manutención derivadas de cualquier rodaje de cierta envergadura. Si existe esta capacidad, también se puede tratar de un enclave relevante para el desarrollo turístico. De esta forma, se captan nuevos segmentos de público y se dinamiza el negocio local mediante el turismo cinematográfico (Osácar, 2016 como se citó en Sarabia y Sánchez, 2019).

Esta relación funciona en ambos sentidos, es decir: lugares que ya se encuentran explotados de una forma eficiente como lo son, por ejemplo, destinos clásicos como Madrid, Lisboa o Londres, ofrecen decorados idóneos ya que son reconocibles, accesibles y atractivos para los espectadores y los profesionales audiovisuales, en este caso pueden ver reforzada la estrategia turística planteada de forma previa al

acogimiento de un rodaje importante. En el sentido opuesto, lugares no tan intensivamente explotados, pero con cierta capacidad para el desarrollo turístico pueden verse potenciados al suscitar interés a partir de la aparición en una determinada serie o película. En este caso, es la producción audiovisual la que fuerza el desarrollo de una estrategia comercial turística más amplia. De esta forma, las film commission tienen una labor estratégica que podría ser muy determinante ya que la captación de rodajes puede traer consigo la posibilidad de sentar un pilar sobre una estrategia de desarrollo turístico mayor que la planteada sin esa promoción adicional, de igual forma que puede ocurrir con festivales de música o cine, por ejemplo. Las film commission se organizan en redes agrupadas de forma geográfica, como la *European Film Commission Network* dentro de la cual está la *Spain Film Commission* que desarrolla su actividad a través de la plataforma "*Shooting in Spain*"¹ y que agrupa hoy en día 31² oficinas a lo largo de todo el país.

1. 2. La coproducción audiovisual como alianza estratégica

La coproducción audiovisual consiste en el acuerdo de colaboración resultante entre diferentes entidades para la realización de un proyecto audiovisual. Uno de los requisitos principales es que los integrantes del acuerdo sean de distintos países, a partir de ahí el acuerdo puede tomar diversas fórmulas únicas o combinadas: aportación conjunta de capital y/o aportación de recursos técnicos y humanos (Peira, 2016).

La coproducción como fórmula habitual se inicia en los años cincuenta en la mayoría de países europeos. Se trata así de poner en práctica una estrategia competitiva para hacer frente a la hegemonía estadounidense, compartir riesgos y costes y aumentar el tamaño del mercado potencial de las películas uniendo a las audiencias de las nacionalidades implicadas. De esta forma, las coproducciones responden a la necesidad de encontrar sistemas de financiación más ventajosos resultantes de la unión de recursos económicos, incentivos fiscales y la asociación de empresas productoras (Kanzler y Simone, 2019, p. 7). Esta posibilidad resulta clave cuando se trata de países con recursos limitados o con mercados limitados. Por ejemplo, en el caso europeo, la audiencia potencial de un país determinado es muy baja en comparación con la capacidad real y efectiva de otros mercados, como por ejemplo Canadá, aunque sólo sea en términos de población. Se escaparía de esta ecuación mencionar el mercado estadounidense ya que sus características en este terreno exceden cualquier comparativa. Por ello, es interesante establecer este tipo de colaboraciones para intentar ampliar el número de espectadores mediante la conexión cultural o geográfica (Gómez *et al.*, 2013).

Inicialmente los acuerdos de coproducción debían cooperar en al ámbito artístico del proyecto audiovisual, pero la flexibilización de los requisitos de la fórmula para aprovechar las bondades del sistema permite que las colaboraciones tengan únicamente naturaleza económica o que se colabore en todos los campos de la producción. Sin embargo, también existen inconvenientes como la segmentación lingüística que encarece las producciones, o la necesaria homogeneización artística y cultural para hacer los productos audiovisuales más comerciales y transfronterizos (Pardo, 2007).

¹ www.shootinginspain.info

² <http://www.shootinginspain.info/es/red-spain-film-commission>

1. 3. La coproducción galaico-portuguesa

La colaboración audiovisual entre España y Portugal tiene su origen a principios del pasado siglo. Las primeras obras fueron producidas de forma puntual sin estrategia conjunta cuya búsqueda trata de suplir necesidades del rodaje más que como proyecto internacional. Antes de la Guerra Civil española se realizan algunas películas interesantes tanto por el aspecto económico (producciones de gran envergadura dada la capacidad de ambos países en ese momento), como por la difusión de alguno de estos filmes, como *Bocage / Las tres gracias* (Leitão, 1936) que siendo modestas las audiencias en España y Portugal, encuentra una gran acogida en Brasil (Peira, 2016).

Durante la etapa franquista y de forma homóloga en el salazarismo portugués se producen varias coproducciones hasta 1949. Muchos de estos filmes, como el de *Inés de Castro* (Leitão de Barros, 1944) tienen una clara vocación propagandística con el fin de ilustrar el acuerdo Ibérico. Sin embargo, a pesar de las similitudes de las dos dictaduras, los recelos de ambos países impiden que las colaboraciones sean muy numerosas y no se mantienen en el tiempo. El mercado potencial que podría invocar la producción hispano-portuguesa entre la Península y Latinoamérica no parece tener mucha relevancia y la experiencia con las audiencias españolas y portuguesas se traduce en falta de interés de unos hacia los otros (Sempere, 2012).

A partir de la transición, se estrechan lazos con el país vecino y se materializa un acuerdo de colaboración para proyectos audiovisuales que data del año 1989. Tal y como se recoge a través de Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), España y Portugal realizan 64 coproducciones entre 1978 y 2009 (Ciller y Beceiro, 2013). Un número muy bajo para los treinta y un años del período mencionado, sobre todo si se compara esta cifra con el resto de países europeos con los que España tiene acuerdos bilaterales y teniendo en cuenta que la mayor parte de esas colaboraciones se encuadran en las últimas décadas.

Uno de los pasos importantes para consolidar esta relación audiovisual bilateral es el Acuerdo sobre las relaciones cinematográficas entre el Reino de España y la República de Portugal que data de 1990 (BOE, 1990).

En el nuevo siglo, las relaciones hispano-lusas en materia económica y comercial proliferan de forma extraordinaria y sólo entre el año 2000 y el 2009 se han realizado más de treinta coproducciones entre España y Portugal (Gómez *et al.*, 2009).

Parte de estas coproducciones se realizan entre Portugal y Galicia. A finales del siglo XX y principios del XXI se intensifican las relaciones comerciales y para definir esta cuestión en el ámbito audiovisual surge la Lei Audiovisual de Galicia de septiembre de 1999 en la que se recoge la consideración del sector audiovisual como estratégico. De esta forma, se va perfilando la Eurorregión Galiza-Norte de Portugal como territorio preferente para el intercambio y la coproducción (Ledo, 2003).

En el año 2006 se estrena *De Profundis* (Casal, 2006) de Miguelanxo Prado, una coproducción perteneciente al género de animación. En 2010 se realiza la película *Assalto ao Santa María*, una película portuguesa con participación gallega. También en este mismo año se filma la coproducción entre Galicia y Portugal; *Onde está a felicidade?* (Amorós y Comesaña, 2013; Gómez *et al.*, 2009).

La Eurorregión cuenta entre los trabajos más recientes la serie de éxito *Vidago Palace* (Oliveira y Coira, 2017), primera coproducción entre las televisiones públicas de Galicia y Portugal (Íñiguez, 2017), cuyos resultados animaron a continuar con el sistema de coproducción hasta llegar a *Auga Seca* (Nogueira, 2020). También la serie *Verão M* (Carvalho y Sequeira, 2018) de producción portuguesa y con participación de RTVG que la emitió en su segundo canal (Grela, 2018). En 2020 se realizó el proyecto de *stop motion O Meu Avó* (Cine&Tele Online, 2020) de Caretos Film A.I.E. que es una coproducción entre Portugal, Galicia y Francia.

2. Objetivos y metodología

La presente investigación parte de la existencia de una creciente colaboración entre Galicia y Portugal en el terreno audiovisual y trata de forma exploratoria de analizar este fenómeno poniendo especial énfasis en uno de los proyectos audiovisuales de éxito. Desde una perspectiva descriptiva, el estudio se marca como objetivo principal de analizar el caso concreto de la serie *Auga Seca* (Blanco y López, 2020) y otros objetivos secundarios como explorar los diferentes proyectos realizados en la denominada Eurorregión Galicia y Norte de Portugal durante la última década tomando como referencia el ejemplo seleccionado para ilustrar debidamente como se materializan este tipo de acuerdos.

Los datos que han servido para sustentar el marco teórico, así como para exponer el estudio de caso proceden de la revisión de fuentes secundarias a través de portales de acceso como Google Scholar y la base de datos de artículos científicos especializados Scopus. También artículos de prensa convencional y digital, así como de la búsqueda y comprobación de información relativa a la serie de televisión *Auga Seca* (Blanco y López, 2020) para trazar una completa perspectiva de esta producción como unidad de análisis ejemplo de la reciente colaboración entre Galicia y Portugal en materia audiovisual.

3. Resultados

Auga Seca es una serie de televisión producida por la empresa gallega Portocabo y la portuguesa SPi. La primera temporada consta de 6 episodios de 50 minutos que fueron emitidos en la RTP (Radio Televisão Portuguesa) y la RTVG (Radio Televisión de Galicia) que participa en la producción del proyecto. Además, figura en el catálogo de HBO España y HBO Portugal. En 2021 se emitirá la segunda temporada también en TVG y RTP en su estreno y posteriormente en HBO. La serie está rodada entre Lisboa y Vigo como localizaciones principales.

Además de los canales de televisión y la plataforma participantes en la producción, el proyecto se benefició de una ayuda de 260.000 euros procedentes de Agadic así como una ayuda a la difusión televisiva gestionada por Europa Creativa (Redacción, La Vanguardia, 2020). Antes de su emisión, la serie fue adquirida por la distribuidora inglesa DCD Rights en el MIP de Cannes (Redacción AV451, 2019). El presupuesto total de la serie asciende a más de un millón de euros y supera los dos millones de euros para la segunda temporada que está pendiente de estreno durante 2021 (Atlántico, 2021).

Esta segunda temporada ampliará a 8 episodios que se emitirán de nuevo en la RTP y la RTVG y en HBO España y HBO Portugal. La productora gallega Portocabo está implicada en gran parte de los proyectos de mayor relevancia en la coproducción entre Galicia y

Portugal. Uno de los eventos más importantes en los que se reúnen los profesionales que colaboran de forma asidua en los proyectos audiovisuales es el Encuentro de Coproducción entre Galicia y Portugal (Redacción AV451, 2019).

Uno de los aspectos más relevantes de esta propuesta es la combinación lingüística, ya que la serie está rodada en portugués y en gallego. De esta forma, se refuerza la identidad circunscrita a la eurorregión Galicia y Norte de Portugal tratando de explorar estéticas y referentes culturales mixtos en perfecta simbiosis (Redacción, Cultura de Galicia, 2019).

Tabla 1. *Ficha de la serie Auga Seca*

<i>Ficha de la serie</i>	
Título original:	Auga Seca (TV Series)
Año:	2020
Duración:	6 capítulos, 50 min.
País:	España, Portugal
Dirección:	Alfonso Blanco (Creador), Toño López
Guion:	Alfonso Blanco, Pepe Coira, Carlota Dans, Lidia Fraga
Música:	Elba Fernandez, Xavier Font
Fotografía:	Ricky Morgade
Reparto:	Victória Guerra, Monti Castiñeiras, Sergio Pazos, Eva Fernández, Santi Romay, Cristina Iglesias, Igor Regalla, Joana Santos, Tacho González, Manolo Cortés, Paloma Saavedra, Adrián Ríos, Nacho Castaño
Productora:	Coproducción España-Portugal; Televisión de Galicia (TVG), Portocabo, SPI, Radio Televisão Portuguesa (RTP)
Género:	Serie de TV. Drama. Thriller Crimen

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en Internet Movie Data Base (IMDB)

Sinopsis de la serie: Paulo Duarte que aparece muerto en el puerto de Vigo. Un aparente suicidio que no convence a nadie: ni a su hermana Teresa, ni al inspector Viñas. Teresa decide dejar su vida en Lisboa y mudarse a Vigo para averiguar qué sucedió con su hermano³.

³ <https://www.filmaffinity.com/es/film625771.html> y <https://www.imdb.com/title/tt10495654/>

Figura 1. Cartel promocional de la serie *Auga Seca* (2020)



Fuente: Filmaffinity.com. <https://www.filmaffinity.com/es/film625771.htm>

Otra de las cuestiones de mayor interés cuando se trata de proyectos de coproducción es la que se refiere a la ejecución de la producción. En el caso objeto de estudio, las localizaciones para llevar a cabo el rodaje han sido dos de las ciudades más importantes del ámbito geográfico de la Euroregión Galiza-Norte de Portugal como son Lisboa y Vigo. Además de facilitar la logística para los diferentes equipos de producción, se genera actividad comercial en la zona y la aparición en pantalla, así como las noticias relacionadas con los rodajes actúan como reclamo turístico. La puesta en valor de un determinado lugar como escenario constituye la motivación principal para el establecimiento de una film commission (Sarabia y Sánchez, 2019).

Durante las diferentes fases del desarrollo de la serie - rodaje, promoción y emisión-, se han identificado cuatro film commission en el área de afectación de la producción: Portugal *Film Commission*, Lisboa *Film Commission*, Galicia *Film Commission* y Vigo *Film Office*.

Al realizar un análisis pormenorizado de su actividad en relación a la serie *Auga Seca*, en la memoria de rodajes de la Lisboa *Film Commission* no existe ninguna referencia a la serie⁴, aunque sí recoge el incremento de la inversión (de 10 a 20 millones de euros en rodajes) y que 11 de los proyectos audiovisuales realizados eran series de televisión. En el caso de Portugal *Film Commission* ocurre lo mismo, no existen referencias en la web, pero ambas entidades participan y patrocinan eventos como OnSeries Lisboa⁵, que tuvo su primera edición durante 2020 y *Auga Seca* ha sido uno de los proyectos destacados.

En el caso de las *film commission* de España que intervienen, la Galicia *Film Commission* no ha registrado actividad relacionada y hoy en día su página web está inactiva. En el

⁴https://www.lisboa.pt/fileadmin/cidade_temas/cultura/lisboa_film_commission/filmagens_em_lisboa_balanco_2020.pdf

⁵ <https://www.audiovisual451.com/nace-onseries-lisboa-un-nuevo-evento-internacional-para-la-ficcion-portuguesa/>

caso de la ciudad de Vigo, encontramos dos entidades que responden a la consideración conceptual que delimita nuestro marco teórico, la *Vigo Film Commission*, que centra su actividad en web y redes sociales en sus proyectos formativos, y la *Vigo Film Office*.

Una vez explorados estos ejemplos, la *Vigo Film Office* cumple con todos los requisitos expuestos en el marco teórico sobre los objetivos y acciones que persigue y ejecuta una entidad de este tipo. A través de su página web y sus redes sociales, Facebook y Twitter, con el perfil @vigofilmoffice ha publicado de forma regular contenido sobre la serie centrándose en tres aspectos fundamentales: noticias de rodaje, relaciones con la prensa y otras entidades desarrollando la promoción de la serie y promoción turística y empresarial de la ciudad desarrollando hashtags como #vigoplatódecine o #galciaplatódecine.

4. Conclusiones

El caso objeto de estudio, la serie de Auga Seca ha supuesto un revulsivo para el mundo audiovisual de Galicia y Portugal debido a la organización de la coproducción de equipos mixtos y alianzas empresariales con infraestructuras tan potentes en ambos países al ser un proyecto audiovisual apoyado por las televisiones públicas de cada región y la plataforma HBO. También al enfoque lingüístico en el que han gozado de protagonismo tanto el gallego como el portugués afianzando la identidad propia de cada comunidad y, a su vez, la compartida como Eurorregión Galiza-Norte de Portugal. Por último, destaca su elevado presupuesto siendo una de las series más caras del ámbito geográfico y la primera que HBO incorpora a su catálogo en la que se habla gallego.

Cuando se trata de producciones audiovisuales adscritas a un territorio concreto, la actividad de las *film commissions* es determinante para favorecer la atracción de rodajes hacia un lugar u otro si existe un tejido empresarial considerable. A pesar de que muchas veces las localizaciones están determinadas por el guion, las *film commissions* pueden jugar un papel decisivo para aportar recursos humanos, técnicos o servicios de producción. También pueden tener influencia en la promoción de los productos audiovisuales desarrollados y como destino turístico si el planteamiento estratégico de la entidad así lo establece. En el caso de la serie Auga Seca, de las cuatro posibles *film commissions* con relación directa, solo la *Vigo Film Office* ha elaborado una estrategia de promoción de la serie ligada a la promoción de la ciudad como plató idóneo para rodajes y destino turístico. También es interesante la relación constante establecida con la prensa y con publicaciones especializadas cuyos contenidos son replicados y, además, en muchos artículos la *Vigo Film Office* aparece como entidad consultada para la difusión de información. A pesar de las buenas prácticas, en redes sociales el impacto tiene unos índices muy bajos y ninguna de las comisiones fílmicas estudiadas aparece en los créditos de la serie (en la primera temporada).

Tras analizar el caso de Auga Seca resulta relevante destacar su exitosa trayectoria siendo una de las diez producciones más vistas en Portugal en la plataforma HBO y la confirmación de una segunda temporada avalada por los datos de audiencia (Melchor, 2021). Es por ello, y en relación con la intervención de las *film commission*, que podemos determinar que cuando existe un producto audiovisual interesante y una estrategia de difusión y promoción en la que participan productoras, medios y estas entidades de forma conjunta, las comisiones sirven como apoyo y soporte a la producción y al desarrollo publicitario de la serie. Sin embargo, hoy en día, tanto por las cifras manejadas como por la repercusión mediática, son entidades muy orientadas a recopilar

los agentes que operan en la zona y que no desarrollan todo su potencial según los fines para los que son establecidas. Resulta de interés plantear para futuros estudios cuál la capacidad real de estas entidades atendiendo a sus objetivos estratégicos y partidas presupuestarias, así como su continuidad en el tiempo.

5. Referencias

- Amorós Pons, A. y Comesaña Comesaña, P. (2013). Producción cinematográfica gallega. Panorama y estudio de los efectos de la crisis. *Prisma Social*, (10),433-458. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744534013>
- Atlántico. (2021, 31 de enero). *El rodaje de Auga Seca dejará en Vigo más de un millón de euros*. Atlántico.net. <https://www.atlantico.net/articulo/vigo/rodaje-auga-seca-dejara-vigo-mas-millon-euros/20210131225544819407.html>
- Benioff, D. y Weiss, D. B. (creadores). (2011-2019). *Juego de tronos*. [Serie de televisión]. HBO.
- Blanco, A. y López, T. (Creadores) (2020-2021). *Auga Seca* [Serie de televisión]. Portocabo, SP Televisão, RTP y Televisión de Galicia.
- Boletín Oficial del Estado. (1990). *Acuerdo sobre las relaciones cinematográficas entre el Reino de España y la República Portuguesa y anexo*. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1990-23734
- Casal, P. (Prod.) y Prado, M. (Dir.) (2006). *De Profundis* [película]. Continental Producciones, Desembarco producciones, Zeppelin filmes.
- Carvalho y Sequeira (2018). *Verão M* [Serie de televisión]. Santa Rita Filmes, Skyline Entertainment.
- Ciller Tenreiro, M. C. y Beceiro Ribela, M. S. (2013). Coproducciones cinematográficas en España: análisis y catalogación. *Revista Eptic Online*, 15(2), 234-246.
- Cine&Tele Online. (2020, 10 de agosto). *La Televisión de Galicia participa en siete proyectos audiovisuales*. Cine&Tele. <https://www.cineytele.com/2020/08/10/la-television-de-galicia-participa-en-siete-proyectos-audiovisuales/>
- Columbus, C. (dir.) (2001). *Harry Potter y la piedra filosofal*. [Película]. Warner Bros., Heyday Films, 1492 Pictures.
- Gómez Pérez, F. J., Navarrete-Cardero, L. y Pérez Rufí, J. P. (2013). *Programa IBERMEDIA: 15 años fomentando la coproducción iberoamericana*. XIII Congreso Internacional IBERCOM: comunicación, cultura y esferas de poder, 358-360.
- Gómez Pérez, F. J., Navarrete-Galiano, R., y Pérez Rufí, J. P. (2009). *Las coproducciones cinematográficas hispano-lusas ante el siglo XXI: políticas económico-culturales de apoyo a la cooperación empresarial en materia de producción cinematográfica entre España y Portugal*. 6º Congresso Sopcom, pp. 2897-2909. <https://idus.us.es/handle/11441/29266>

- González-Bennet, D. y Nieto-Malpica, J. (2013). Acción de las comisiones filmicas. La experiencia de Santiago de Compostela Film Commission. *Razón y Palabra*, 85. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199531506018.pdf>
- Grela Barros, P. (2018). *La TVG presenta "Verão M", su coproducción con RTP*. Mundiario. <https://www.mundiario.com/articulo/eurorregion/tvg-presenta-verao-m-coproduccion-rtp/20180529204247123313.html>
- Íñiguez, B. (2017, 22 de marzo). *Presentan en Lisboa "Vidago Palace", la primera coproducción de TVG y la Radio Televisión Portuguesa*. La Voz de Galicia. https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/television/2017/03/22/presentan-lisboa-serie-vidago-palace-primera-coproduccion-tvg-radio-television-portuguesa/0003_201703G22P57992.htm
- Jackson, P. (dir.) (2001). *El señor de los anillos: la comunidad del anillo*. [película]. Wingnut Films, New Line Cinema.
- Kanzler, M. y Simone, P. (Eds.) (2019). Focus 2019. *World Film market trends*. European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/focus-2019/1680994a74>
- Ledo Andión, M. (2003). Variantes na mundialización: Galiza na Lusocom. *Tempo exterior*, (7), 113-118.
- Leitão de Barros (1936). *Bocage/ Las tres gracias*. [Cinta cinematográfica].
- Leitão de Barros (1944). *Inés de Castro* [Cinta cinematográfica]. Faro Producciones Cinematográficas, Filmes Lumiar
- Macdonald, A. (productor) y Boyle, D. (dir.). (2000). *La playa* [película]. 20th Century Studios.
- Melchor, B. (2021). *Empieza en Vigo la grabación de la segunda temporada de la serie de HBO Auga Seca*. El Faro de Vigo. <https://www.farodevigo.es/ocio/2021/02/02/empieza-vigo-grabacion-segunda-temporada-33557970.html>
- Nieto Malpica, J., Rosas Rodríguez, M. E., Martínez Hermida, M. A. y Alhambra Sempere, E. J. (2019). Las Comisiones Fílmicas de España. La experiencia de la Comunidad Valenciana Film Commission (Valencia Region FC). *Razón Y Palabra*, 22(103), 87-121. <https://www.revistarazonypalabra.com/index.php/ryp/article/view/1324>
- Nogueira, R. (2020, 16 de enero). *Auga Seca, um thriller policial entre Lisboa e Vigo*. Publico (PT). <https://www.publico.pt/2020/01/16/culturaipsilon/noticia/auga-seca-thriller-policial-lisboa-vigo-1900602>
- Oliveira y Coira (dir.) (2017). *Vidago Palace* [Serie de televisión]. HOP! y Portocabo
- Pardo, A. (2007). Coproducciones internacionales españolas: ¿estrategia financiera o expresión multicultural? *Comunicación y sociedad*, XX(2), 133-173.
- Peira Postigo, P. (2016) *La colaboración cinematográfica hispano-portuguesa (1943-1949)*. [Tesis, Universidad Complutense de Madrid].

Portugal Film Commission. (2021). Pic Portugal. www.portugalfilmcommission.com.
<https://pic.portugalfilmcommission.com/>

Redacción, AV451. (2019, 13 de noviembre). *Portocabo, única beneficiaria española de la ayuda MEDIA a TV Programming*. Audiovisual 451.
<https://www.audiovisual451.com/portocabo-unica-beneficiaria-espanola-de-la-ayuda-media-a-tv-programming/>

Redacción, Cultura de Galicia. (2019, 14 noviembre). *El V Encuentro de Coproducción Audiovisual Portugal-Galicia reúne en Arnoia 51 empresas en la búsqueda de nuevos proyectos conjuntos*. Cultura de Galicia.
<https://www.cultura.gal/es/nova/57093/o-v-encontro-de-coproduccion-audiovisual-portugal-galicia-reune-en-arnoia-51-empresas-na-busca-de-novos-proxectos-conxuntos>

Redacción, La Vanguardia. (2020, 29 de enero). *La Xunta aumentará un 25% las subvenciones al audiovisual gallego*. La Vanguardia
<https://www.lavanguardia.com/vida/20200129/473212053808/la-xunta-aumenta-un-25--las-subvenciones-al-audiovisual-gallego.html>

Sarabia Andúgar, I. y Sánchez Martínez, J. (2019). La figura de la Film Commission en la puesta en valor de los recursos audiovisuales técnicos y profesionales de un territorio en España. *Tourism and heritage journal*, 1, 113-132.

Sempere Serrano, I. (2012). Las contradicciones de la colaboración cinematográfica hispano-lusa en los años cuarenta: el ejemplo de Inés de Castro. *Hispanic Research Journal*, 13(4), 317-333.
<https://doi.org/10.1179/1468273712Z.00000000018>

Shooting in Spain. (2021). *Acuerdos de coproducción*.
<http://www.shootinginspain.info/es/acuerdos-de-coproduccion>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Conceptualización: Rodríguez-Martelo, T., Fontenla-Pedreira, J. y Vasco Ribeiro, F.

Metodología: Rodríguez-Martelo, T., Fontenla-Pedreira, J. y Vasco Ribeiro, F.

Validación: Rodríguez-Martelo, T., Fontenla-Pedreira, J. y Vasco Ribeiro, F. **Análisis**

formal: Rodríguez-Martelo, T., Fontenla-Pedreira, J. y Vasco Ribeiro, F. **Curación de**

datos: Rodríguez-Martelo, T., Fontenla-Pedreira, J. y Vasco Ribeiro, F. **Redacción-**

Preparación del borrador original: Rodríguez-Martelo, T. **Redacción-Revisión y**

Edición: Fontenla-Pedreira, J. **Visualización: Supervisión:** Rodríguez-Martelo, T.,

Fontenla-Pedreira, J. y Vasco Ribeiro, F. **Administración de proyectos: Todos los**

autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito.

Financiación: Los resultados de este artículo forman parte de las actividades del proyecto "Medios audiovisuales públicos ante el ecosistema de las plataformas: modelos

de gestión y evaluación del valor público de referencia para España” (PID2021-122386OB-I00).

AUTORES

Talia Rodríguez-Martelo

Talia Rodríguez Martelo, licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (2008) y Máster en Comunicación con Fines Sociales (2009) por la Universidad de Valladolid. Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid en 2019 en la temática de producción cinematográfica periférica y distribución digital. Trabaja en la áreas de investigación de producción audiovisual, contenidos en televisión y plataformas digitales y análisis de campañas de publicidad. Obtuvo el premio Reina Sofía de Investigación y Ensayo 2012 por el trabajo "La comunicación participativa en la prevención de consumo de drogas", en el que se analizaba el índice de recuerdo y eficacia de las campañas de prevención.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8770-4761>

Julia Fontenla Pedreira

Julia Fontenla Pedreira es licenciada en Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela y máster en Lengua y Comunicación en los Negocios por la Universidad de Vigo. Forma parte del grupo de investigación Comunicación Persuasiva (CP2) en el que desarrolla su labor investigadora en las áreas de periodismo, publicidad y comunicación política.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-7633-0394>

Fernando M. Vasco Ribeira

Vasco Ribeiro es doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Minho, máster por la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Oporto y licenciado en Periodismo por la Escuela de Periodismo de Oporto. Ha trabajado como profesor e investigador de "Relaciones Públicas", "Estrategia de Comunicación", "Estudios de Periodismo", "Comunicación Política" y "Relaciones con los Medios" en la FLUP desde 2002, y actualmente es el director del curso del Máster en Ciencias de la Comunicación. Es director del curso de Comunicación Pública y Representación Política en la Escuela de Negocios de Oporto (PBS), así como promotor, en colaboración con colegas de otras dos facultades (FEUP y FCUP) del curso de Innovación Pedagógica sobre "Comunicación de la Ciencia para públicos no especializados".

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8182-9395>