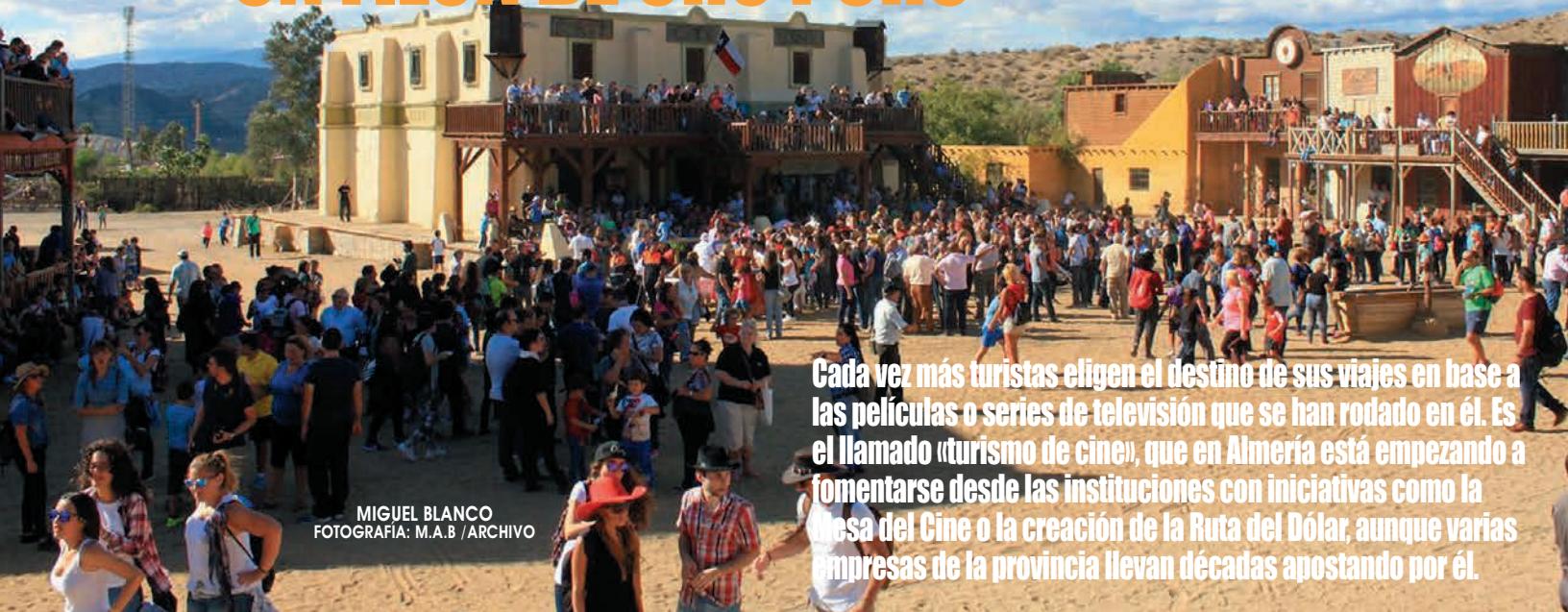


# TURISMO DE CINE UN FILÓN DE ORO PURO



MIGUEL BLANCO  
FOTOGRAFÍA: M.A.B /ARCHIVO

**L**a prestigiosa red social turística TripAdvisor lo destacaba en su último informe de 'Tendencias de Viaje', presentado en junio de 2016: hasta un 20% de viajeros se decantan por un destino turístico porque lo han visto en una serie de televisión o en una película. Un porcentaje que en el caso de los japoneses asciende al 33%. Además, es un tipo de turista joven, con recursos y dispuesto a realizar varios de estos viajes al año. Esto supone una oportunidad para una provincia como Almería, platón natural de multitud de rodajes en los últimos cincuenta años, que además puede presumir de playas espectaculares y de horas de sol anuales para hacer aún más atractiva su oferta.

Una de las últimas iniciativas que se han puesto en marcha para atraer este tipo de turismo a la provincia ha sido la puesta en marcha de la llamada Ruta del Dólar, que recorre los escenarios de la trilogía de westerns de Sergio Leone rodados hace medio siglo en los barrancos del desierto de Tabernas. Con esta ruta, la Junta de Andalucía quiere «aportar un recurso más que contribuya a la comercialización de la zona, a través de un producto novedoso y que cada vez cuenta con un mayor público potencial», explica Alfredo Valdivia, delegado de Cultura, Turismo y Deporte del Gobierno andaluz en Almería. José Díaz, alcalde de Tabernas, asegura que «esta ruta ayudará a seguir consolidando Tabernas y su desierto como un destino turístico, son nuevos recursos que fomentan el incremento del número de visitantes». Además, recuerda que «existe otra ruta, realizada hace años por la mancomunidad de municipios del interior, para la que tenemos previsto realizar folletos informativos».

La ruta, impulsada por la Consejería de Turismo y la Andalucía Film Commission, busca, además de servir de reclamo para el turista de cine, atra-

er más rodajes a la provincia y forma parte de un proyecto más amplio que incluirá rutas de hasta 200 películas rodadas en la Comunidad Autónoma por directores del calibre de Orson Welles, Steven Spielberg o Luis Buñuel. De la Ruta del Dólar, se han editado 3000 ejemplares del mapa-folleto informativo y se difundirá en eventos cinematográficos del nivel del Festival de Cannes o la Berlinale.

El fan de 'Juego de Tronos' también tiene a su disposición ya un mapa que recorre los escenarios de Almería donde se rodaron escenas de la sexta temporada de la serie, editado por el Ayuntamiento de la capital, y que se puede descargar de la web de Turismo de Almería. Precisamente, esta serie es uno de los mayores imanes para el turista de cine, y ha logrado multiplicar el número de viajeros a los lugares donde se ha rodado. Un ejemplo es Dubrovnik, la ciudad croata que se transforma en Desembarco del Rey y a la que llegan 20.000 viajeros al año gracias a 'Juego de Tronos', según explicó Jelka Tepšic, directora de Comunicación de la Tourist Board de esta ciudad, cuando visitó Almería para participar en la reunión de la Mesa del Cine dedicada al turismo. En el caso de Almería, TripAdvisor estima en un 16% el crecimiento en número de visitantes que se puede conseguir gracias a la serie.

## INDUSTRIA Y TURISMO VAN DE LA MANO

Estas iniciativas de las administraciones públicas, junto a las que lleva a cabo la Diputación de Almería desde Filming Almería, forman parte de la puesta en práctica de una apuesta por consolidar la provincia como destino de rodajes que, a su vez, sirvan para fomentar el turismo de cine. Que ambos sectores, el industrial cinematográfico y el turístico, han de caminar de la mano es algo que saben bien los empresarios que llevan años dedi-

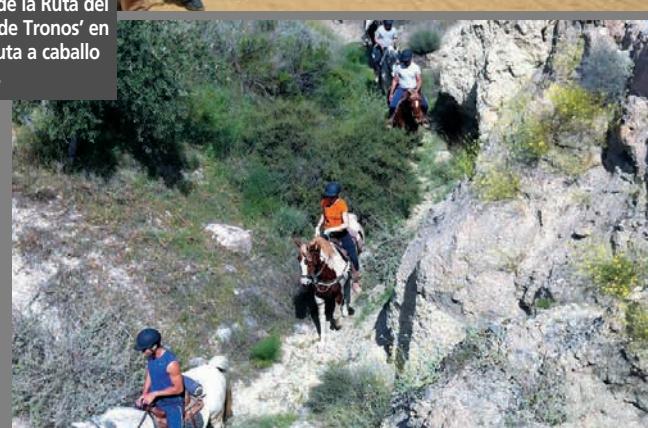
cados a facilitarles las cosas a los que visitan la provincia atraídos por los ecos de los rodajes que ha ido acogiendo en las últimas décadas. Uno de ellos es Rafael Molina, director de Fort Bravo, parque temático y plató de rodajes de westerns desde hace medio siglo. Molina tiene claro que el turista «viene a Almería por dos cosas: por el sol y por el cine», y que, para que el segundo funcione, «solo falta voluntad política y que se pongan a trabajar juntos ofreciendo lo que tenemos, no la mitad de las cosas».

Cristina Serena, gerente de Malcaminos, empresa especializada en rutas por espacios naturales que han servido de localizaciones de cine, también destaca el cine como el elemento diferenciador de Almería con otros lugares del Mediterráneo bendecidos por el sol. En ese sentido, considera que «si se cuida el turismo en la provincia, se está fomentando el turismo de cine, que es un segmento más», ya que «quien viene, lo hace para ver sitios de cine, a comer bien y a darse un baño en la playa, porque hay variedad de cosas que hacer». Y, para atraer al turista de cine, asegura que «la clave es realizar una política de gestión turística buena y una política de gestión del cine, que no me cabe duda de que se están haciendo grandes esfuerzos en este sentido».

En esta misma postura se alinea Alfredo Valdivia, que afirma que «además de las rutas propiamente dichas, cualquier película rodada en Andalucía es una oportunidad promocional». Valdivia insiste asimismo en que «en el conjunto de la promoción de Andalucía como destino de cine que realizamos de forma continua, tienen presencia los últimos rodajes de éxito que ha acogido la comunidad y Almería en particular, como es el caso de 'Juego de Tronos', 'Exodus' o 'Penny Dreadful'». Esta promoción, recuerda, se suma ade-



Ruta de Malcaminos por lugares de rodaje; presentación de la Ruta del Dólar; 'Juego de Tronos' en la Alcazaba; ruta a caballo de Fort Bravo.



más a la de la provincia como destino de rodajes que se lleva a cabo en foros internacionales.

#### FACILITAR LOS TRÁMITES

En la Diputación de Almería también tienen el cine como objetivo prioritario, tanto en su faceta industrial como en la turística. El responsable del Área de Cultura, Antonio Jesús Rodríguez, explica que «se están promocionando las posibilidades que ofrece la provincia de Almería como plató natural de cine» desde el organismo Filming Almería, que depende de la institución provincial. Esta labor de promoción ha vivido uno de sus momentos cumbre a principios de verano en Miami, con motivo del Film Market, al que acudió una representación almeriense compuesta por Filming Almería y la Cámara de Comercio, y que ha servido para «colocar a Almería en el mapa mundial de la industria del cine».

El diputado destaca asimismo que están «avanzando en la unificación de criterios y facilitando al máximo la tramitación burocrática para aquellas empresas o cineastas que quieren rodar en la provincia de Almería». En esta misma línea, el Ayuntamiento de Almería ha aprobado ya un borrador de ordenanza que «facilitará a las productoras que tengan en un solo documento las con-

diciones que la ciudad plantea para los rodajes y sepan todo lo necesario de manera más fácil y ordenada», explica Lola de Haro, concejala de Promoción de la Ciudad, quien destaca la labor que realiza la Almería Film Office, dependiente del Área de Promoción de la Ciudad, a la hora de «potenciar la capital como destino prioritario para filmar todo tipo de producciones audiovisuales». De Haro también está de acuerdo con la idea de que rodajes y turismo se retroalimentan y afirma, en ese sentido, que «el impulso de rodajes desde el propio Ayuntamiento de Almería supone en sí mismo un polo de atracción de un sector especializado del turismo».

Asimismo, la concejala apuesta por fomentar el turismo de cine con distintas iniciativas encaminadas a convencer al turista de que Almería es su destino. Por ejemplo, las visitas guiadas que «recorren rincones de la ciudad en los que se han realizado rodajes y se explican anécdotas de los mismos, así como de sus protagonistas». Estas rutas, además, son en ocasiones «animadas o teatralizadas e incluyen actividades o van acompañadas por actores caracterizados como Lawrence de Arabia, Indiana Jones u otros personajes cuyas películas fueron rodadas en Almería», comenta De Haro. La Casa del Cine o el Paseo de las Es-

trellas son otros de estos reclamos. Este último cuenta con una 'app' de realidad aumentada con la que el turista puede acceder, desde el móvil, a «información completa sobre los actores, directores y productores allí representados, ver fotos de su paso por Almería e incluso verlos en persona sobre su propia estrella», cuenta De Haro.

#### EL PERFIL DEL TURISTA

Estas iniciativas ayudan, pero profesionales del gremio como Rafael Molina reclaman que se tenga en cuenta los distintos tipos de turistas de cine que llegan a la provincia. Por eso, recomienda que, en el caso del Desierto de Tabernas, se realice «un mapa, con las rutas aconsejables, para quien quiera ir libre, porque le gusta andar y mirar». Molina explica que «hay gente que viene por el cine y se recorre todos los barrancos y todas las ramblas que hay», y añade que «hay turistas que vienen a Almería, después de llevar yo trabajando aquí 35 años, y me dicen dónde está una cosa y dónde está otra». Y es que, según revela, «todos los recorridos son interesantes, pero no todos están catalogados». Por otra parte, Molina ve bien que «haya rutas guiadas para quienes prefieran ir más cómodos». En Fort Bravo, comenta, realizan «rutas a caballo, con caballos de





## Juan Francisco Viruega, director del Almería Western Film Festival

### «El festival debe ser un termómetro del género western a nivel internacional»

¿Qué novedades presentará el Almería Western Film Festival con respecto a la anterior etapa?

Creo que el equipo organizador de la anterior edición del festival ya venía haciendo un trabajo brillante para la consolidación del mismo. La línea de trabajo continuará con las mismas directrices: apostar por la calidad y por el carácter innovador en las obras seleccionadas a competición, conformar una sección retrospectiva que otorgue un espacio a profesionales que han dejado su huella en el cine de género western rodado en Almería, reforzar el carácter pedagógico y lúdico de las actividades paralelas y, sobre todo, cuidar mucho al público y a los invitados, que son la piedra angular del festival.

¿Cómo pueden fomentar los festivales de cine como



el AWFF que Almería se convierta en referente de turismo cinematográfico?

Con actividades innovadoras y de prestigio. El festival no debe brindar únicamente un espacio para la exhibición de largometrajes y cortometrajes: debe ser un termómetro del género western a nivel internacional. Por ello queremos contar con el máximo número de invitados, que los visitantes puedan acceder a conferencias y charlas con profesionales, a publicaciones, novelas, cómics, etc., de esa temática, disfrutar con bandas musicales y con la gastronomía del pueblo de Tabernas. En definitiva, debe ser un espacio multidisciplinar volcado al imaginario del western y que todos los visitantes contribuyan para revitalizarlo.

¿Y para la instauración definitiva de la industria del cine, cuál sería el papel de los festivales?

A largo plazo, lo ideal sería incentivar la producción cinematográfica en el municipio de Tabernas con premios que ayuden a la financiación. Pero es un camino que debe labrarse poco a poco. Para la próxima edición contamos con

la colaboración de ambos poblados, Oasis Mini Hollywood y Fort Bravo, que permitirán a los participantes del Certamen de Escuelas de Cine rodar en sus decorados. Si próximamente contamos con más apoyo y patrocinios, se contemplaría abrir otras líneas similares que inviten a la producción. Además, el western es un género en plena euforia: si bien las estructuras narrativas o los motivos visuales codificados por el cine clásico se mantienen, los códigos lingüísticos y los elementos de la puesta en escena están cambiando y abriéndose a las nuevas generaciones de cineastas. Así lo corroboran algunos directores internacionales como Paul Thomas Anderson, Iñárritu o los hermanos Coen. Tenemos que abrir un poco las miras para que el género no quede sepultado por el peso de una época dorada que no va a regresar. Y el festival, único de Europa en este género, debe involucrarse de lleno en esta responsabilidad.



Clausura del Western Film Festival en 2015.

▶ cine, los caballos que han trabajado en 'Éxodus', en 'Resucitado', en '800 Balas'. Molina añade que a Fort Bravo «viene mucha gente alemana» debido a que «Alemania es un país que consume mucho western».

Cristina Serena también apuesta por la variedad de oferta. En Malcamino's, tienen una serie de rutas enfocadas al turismo de cine y de naturaleza. «Son rutas de interpretación, que interpretan el desierto vinculándolo al cine», explica, y añade que «la gente que viene de fuera se queda impactada». Estas rutas son de senderismo o en quad y pasan por «sets de rodaje como el oasis de 'Lawrence de Arabia' o donde se rodó la famosa escena de la caja fuerte de 'La muerte tenía un precio'». Una de estas localizaciones, accesible mediante las rutas que ofrecen, es una rambla donde se rodaron escenas del final de la película 'Los hombres que no amaban a las mujeres'. «Lo que se ve es el desierto de Tabernas, aunque hace de desierto de Australia», explica Serena, que añade entre las localizaciones que visitan «el Llano del Búho, donde se rodaron escenas de 'Patton'», y que «tiene cerca una zona donde se rodaron escenas de 'En zona hostil', la primera batalla de 'Exodus' o escenas de 'Juego de Tronos'». En estas rutas, trabajan «con familias con niños, con parejas de adultos y grupos de estudiantes o empleados de empresas», revela la gerente de Malcamino's, que explica que también hacen rutas «personalizadas» para fans de una película o de un actor concretos.

Este turista de cine es «especialmente interesante», según explica Alfredo Valdivia, porque «se caracteriza por ser un público joven, de entre 25 y 44 años, tener un poder adquisitivo alto y realizar muchos desplazamientos cortos a lo largo del año». Además, el turista de cine viene buscando también «productos relacionados con el sol y playa, cultura, turismo urbano, rural y naturaleza y patrimonial», cuenta el delegado de Turismo. En el caso del cine, añade, «muestran interés por alojarse en establecimientos que aparecen en una determinada película o acudir a restaurantes donde transcurrieron algunas escenas, lo que supone una buena oportunidad de negocio».

#### LO QUE QUEDA POR HACER

Esta oportunidad de negocio se convertirá en realidad si se dan los pasos adecuados y se sientan las bases para que se establezca. Como explica Antonio Jesús Rodríguez, «queda mucho por hacer pero estamos iniciando los pasos para convertir el destino almeriense en un referente del turismo cinematográfico, intentando facilitar al turista la realización de rutas turísticas vinculadas al cine a través de la mejora y refuerzo de la información y señalización sobre las zonas en las que se han realizado rodajes». Lola de Haro tiene claro que el «principal objetivo» en este asunto es «mantener y mejorar día a día las múltiples acciones que ya se llevan a cabo para hacer que la experiencia de los visitantes sea cada vez más variada y completa». Así, explica, «algunas de las conclusiones de la última Mesa del Cine que se están analizando son la planificación de una estrategia para que el turista relacione el destino con las películas rodadas en él». Así, De Haro asegura que «la ciudad tiene un vínculo emocional con el cine que es necesario potenciar para convertirse en destino turístico especializado».

En esta misma línea de mejorar lo que ya se ha hecho en turismo de cine, José Díaz adelanta que

«a través de los programas de empleo de la Junta de Andalucía, se pondrán en marcha nuevos productos turísticos para distintos segmentos de grupos como escolares, tercera edad o agencias». Asimismo, «se trabajará en la elaboración de rutas guiadas por el casco urbano» de Tabernas. «A través de estas y otras iniciativas», concluye el alcalde de este municipio, «fomentaremos la creación de empresas que exploten rutas en bicicleta y a pie, así como itinerarios de corto recorrido que puedan realizarse de forma autónoma».

Alfredo Valdivia recuerda asimismo que «en el caso de Almería, las grandes películas que se rodaron en la provincia otorgan al destino un plus de calidad y de diferenciación, ofreciendo al viajero vivencias únicas en los lugares recreados en multitud de producciones». Algo que en Almería se sabe pero que quizás no esté de más promocionar con más intensidad fuera de la provincia. Porque, como recuerda Rafael Molina, «el cine aquí es algo que tenemos demasiado aceptado y tendríamos que valorarlo más».

#### FESTIVALES, OTRA VÍA PARA ATRAER TURISTAS

Almería tiene localizaciones de películas y series de renombre para atraer al turista de cine, pero también cuenta con un arma que fomenta este tipo de viajes: los festivales de cine. En la actualidad, hay cuatro de gran nivel y que, edición tras edición, van creciendo en calidad y oferta: el Festival Internacional de Cine, el Almería Western Film Festival, el Almería Creative Commons Film Festival y Cinejoven.

Creative Commons, otra apuesta por el cine.

