

La consejera Rivera de la Cruz ha participado hoy en la presentación de la iniciativa *Luces, cámaras... Madrid*

La Comunidad de Madrid se presenta en FITUR como el mayor plató audiovisual de España

- La región acoge un 35% de los largometrajes producidos y el 71% de las series rodadas en 2021
- Más de 80 millones de turistas eligieron un destino vacacional tras haberlo visto en la gran pantalla

18 de enero de 2023. - La Comunidad de Madrid se ha presentado hoy en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) como el mayor plató audiovisual de España, teniendo en cuenta que la región acogió que en 2021 el 35% de todos los largometrajes producidos, y el 71% de las series.

La consejera de Cultura, Turismo y Deporte, Marta Rivera de la Cruz, ha participado en la puesta de largo del proyecto *Luces, Cámara, Madrid. Turismo de pantalla: en busca de las huellas, la historia y las anécdotas de los rodajes y de sus protagonistas en Madrid*, donde ha destacado “el peso de la región en la industria audiovisual española, un fenómeno que se ha convertido en el mejor escaparate de Madrid tanto en España como fuera de nuestras fronteras”.

Esta iniciativa se ha dado a conocer hoy, y ha sido concebida por la Oficina de Promoción de Rodajes de la Comunidad, Film Madrid, y su homóloga en el Ayuntamiento de la capital, Madrid Film Office, en colaboración con la productora Haciendo Historia. En ella se conjuga cine y turismo, a través de un recorrido diferente en busca de las huellas, las historias y las curiosidades que han dejado en la región los rodajes y sus protagonistas.

Desde que el 14 de mayo de 1896 los hermanos Lumière acercaron el cine a la Carrera de San Jerónimo, apenas cinco meses después de su presentación en París, Madrid ha estado vinculada a la imagen en movimiento. En todo este tiempo, películas, documentales, series, programas de televisión, anuncios y videoclips han inmortalizado la ciudad y la región.

A través de estas rutas se podrá conocer, por ejemplo, de qué edificio cuelga Santiago Segura en *El Día de la Bestia*, dónde se grabaron los exteriores del Banco de España para *La casa de papel*, cuántos artistas de Hollywood han pasado por Madrid o si existe la cabina en la que se quedó encerrado José Luis López Vázquez.

Hay una serie de lugares que cualquier amante del cine tiene en la retina. El edificio Carrión que aparece en *El día de la Bestia*; la Gran Vía vacía que se ve en *Abre los ojos*; la plaza de Chinchón en *La vuelta al mundo en ochenta días* o la ermita de Colmenar Viejo donde se rodó *El Cid*.

Además, el género de las películas del oeste fue uno de los más prolíficos de la industria cinematográfica en la segunda mitad del siglo XX. Tanto fue así que más de 500 películas se rodaron en Europa y, de éstas, más de 200 en la Comunidad de Madrid, superando la cifra de los rodajes wéstern en otras zonas de España.

La primera, en 1941, *Oro vil*, de Eduardo García Maroto, y la última, en 2016, *Parada en el infierno*, de Víctor Matellano. Entre los más de 200 wésterns que se rodaron en la región, destacan importantes títulos como *El regreso de los siete magníficos* (1966, Burt Kennedy), *Sol rojo* (1971, Terence Young) o la llamada *Trilogía del dólar* dirigida por Sergio Leone y protagonizada por Clint Eastwood, compuesta de *Por un puñado de dólares*, *La muerte tenía un precio* y *El bueno, el feo y el malo*.

También en Madrid se desarrolló una actividad económica singular, que se materializó en estructuras como el primer poblado del oeste de Europa, en Colmenar Viejo; o el primer poblado del oeste con carácter estable en Europa, en Hoyo de Manzanares. Precisamente en este municipio fue donde Sergio Leone grabó en su práctica totalidad *Por un puñado de dólares*, iniciando el fenómeno del eurowéstern.

EL TURISMO CINEMATográfico, UN FENÓMENO DE MASAS

El creciente interés que tiene el público general por visitar los lugares en donde se han rodado películas y series de gran audiencia, genera una importante oportunidad para promocionar los destinos turísticos. Se trata de un fenómeno mundial, con más de 80 millones los viajeros, que eligieron un destino vacacional por haberlo visto en la gran pantalla.

La producción audiovisual española se encuentra en auge, y estas cifras se traducen en buenas perspectivas de futuro para diversificar la oferta turística y combatir la estacionalidad de esta actividad.

Los datos del denominado *turismo de pantalla*, según *Travel Competitive Intelligence*, revelan que el número de viajeros que acuden a un destino tras verlo en una película o serie se ha multiplicado por dos en los últimos cinco años. Además, este tipo de personas, con edades comprendidas entre 25 y 44 años, participa en un 19% más de actividades culturales y naturales durante su recorrido.

También están más satisfechos con su experiencia en la mayoría de las facetas de su estancia, mostrando tasas de satisfacción más altas con las visitas guiadas



y las excursiones que realizan, con la belleza paisajística y la diversidad cultural y de ocio.

Medios de Comunicación