vinetur

El cortometraje del Marco de Jerez gana un premio en un festival internacional de cine en India

La obra muestra la cultura del vino como eje de la estrategia audiovisual de la Ruta para promocionar el territorio

lunes 5 de octubre de 2026



La Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez informó este lunes, 5 de octubre, de que su cortometraje “El vino que cambió mi vida” ha sido premiado en el Rani Durgavati International Film Festival, que celebra en India su séptima edición entre el

pasado 4 de octubre y este lunes, 5 de octubre.

La pieza, impulsada por la propia Ruta y producida por Innova Films con la colaboración de la Diputación de Cádiz, se sitúa en el Marco de Jerez y cuenta la historia de un periodista extranjero que llega a la zona para escribir sobre sus vinos. A partir de ahí, la narración gira hacia el descubrimiento del territorio y de las personas vinculadas a él. La entidad explica que el proyecto nació con la intención de mostrar la cultura del vino y la oferta de enoturismo del Marco de Jerez a través del lenguaje cinematográfico.

El premio en India llega pocas semanas después de su paso por otro certamen fuera de España. Bajo el título internacional “The Wine That Changed My Life”, el cortometraje fue seleccionado para SILKFEST 2026, un festival centrado en producciones relacionadas con el turismo y la ecología que celebró su 18.ª edición del 11 al 13 de septiembre en Belgrado, Serbia. Allí alcanzó la condición de finalista, según la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez.

La organización de la Ruta vincula este recorrido por festivales con una línea de trabajo audiovisual que viene desarrollando desde hace varios años para difundir el territorio con formatos distintos a la promoción turística más habitual. En esa estrategia, “El vino que cambió mi vida” ocupa el espacio de la ficción y del relato construido en torno a personajes, frente a otros trabajos anteriores más centrados en la presentación del conjunto de la comarca o de sus municipios.

Esa secuencia comenzó en 2023 con la campaña “El Paraíso”, basada en un audiovisual sobre el conjunto del Marco de Jerez y en varios microvídeos protagonizados por empresas y entidades integradas en la Ruta. Un año después llegó “Origen, el latido de un lugar único”, una serie de ocho vídeos musicales, uno por cada municipio que forma parte del itinerario, con imágenes de paisajes, patrimonio, calles, bodegas y viñedos, junto a artistas ligados a cada localidad.

En 2025, la Ruta dio paso a la ficción con “El vino que cambió mi vida”. Según la entidad, el cambio consistió en convertir el territorio en el lugar donde transcurre una historia, y no solo en el escenario de una campaña de promoción. La intención era acercarse al vino desde las experiencias de quienes lo conocen por primera vez y de quienes lo viven a diario.

La línea audiovisual siguió en 2026 con “20 años latiendo”, una acción ligada al 20 aniversario de la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez. En este caso, los materiales se apoyan en testimonios reales de personas vinculadas al viñedo, las bodegas, la gastronomía, la tonelería, los tabancos, el emprendimiento, la innovación y la accesibilidad, entre otros ámbitos relacionados con el enoturismo en la zona.

La Ruta sostiene que el reconocimiento obtenido ahora en India refuerza su apuesta por el audiovisual como herramienta de promoción exterior. La entidad también agradece la participación de las personas, empresas e instituciones que han intervenido en el proyecto, además de la colaboración de Innova Films y de la Diputación de Cádiz.