

NÚM #27 | DESEMBRE 2025

eMEDIACAT

LA REVISTA DIGITAL D'EUROPA CREATIVA DESK - MEDIA CATALUNYA



35È ANIVERSARI DE MEDIA

AGORAEU

EUROPEAN MEDIA INDUSTRY OUTLOOK

A SEASON OF CLASSIC FILMS

EUROPEAN AWARD SEASON

MEDIA CARBON CALCULATOR

04

EDITORIAL

06

Article
**EUROPEAN
AWARD
SEASON**

10

Article
**CINEMA MEDIA
ALS FESTIVALS I
PREMIS
INTERNACIONALS**

64

Article
**EURIMAGES
SERIES. IMPULS
EUROPEU PER A
LES SÈRIES**

73

Article
**A SEASON
OF CLASSIC
FILMS**

76

Resultats
**RESULTATS
ANY 2025**

18

Entrevistes B2A
**BRUNO DUMONT,
JULIA DUCORNAU
I ABDERAHMANE
SISSAKO**

36

Article
**RODATGES
MEDIA**

46

Reportatge
**35 ANYS DEL
PROGRAMA
MEDIA**

80

Article
**MEDIA
CARBON
CALCULATOR**

83

MFDB

86

Calendari
**CONVOCATÒRIES
EUROPA
CREATIVA 2026**

54

Article
**PROGRAMA
AGORAEU
2028-2034**

57

Article
**EUROPEAN
MEDIA INDUSTRY
OUTLOOK**

60

Article
**‘MEDIA AL MALDÀ’,
UN VIATGE
COMPARTIT PEL
CINEMA EUROPEU**



ÀLEX NAVARRO

Coordinador

Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya

Benvolguts i benvolgudes companys i companyes del nostre ecosistema audiovisual,

El cursor sobre el full en blanc em parpelleja i la icona de ChatGPT em tempta a fi que en aquesta editorial, que ara escric, li doni novetats sobre **Agora.EU**, l'**Escut Europeu de la Democràcia**, la **llibertat dels mitjans europeus (EMFA)**

i també sobre l'avaluació -i propera revisió- de la **Directiva de Serveis de Mitjans Audiovisuals (AVMSD)**.

Espero que, al final d'aquesta lectura, pugueu reconèixer que no he fet servir la intel·ligència artificial i que, de nou, he confiat més en la meva tonteria habitual.

(Flashback)

Imaginem que, a algun lloc d'Europa, algun/a jove molt actiu/va a les xarxes socials i completament inconscient de ser "creador/a" de contingut audiovisual se li acut fer un vídeo divertit a TikTok dient que la Sra. Brigitte Macron és, en realitat, un home...

El mem esdevé aviat contingut consumit per milers de seguidors que aconseguen que es converteixi en tema del moment i que, des de 2017, la broma es vagi formatejant i expandint pels grans tubs de consum de les xarxes.

Youtube, lluny d'invertir part dels beneficis que la publicitat li genera en producció de contingut audiovisual europeu, esdevé un repositori de "documentació i opinió" d'aquest

contingut que és aprofitat pels mitjans de comunicació pel seu ús "possiblement" erroni, fraudulent o directament fals de cara a la manipulació de ciutadania. El debat queda obert i també la politització.

(Forward)

Anys més tard, assistim a l'estrena sota subscripció en plataformes d'abast mundial d'una docu-sèrie de format híbrid basada en la veritable història del tiktok i la defensa de Brigitte Macron.

En uns moments canviants on quasi tots els mitjans de comunicació també necessiten de la imatge audiovisual -on l'exemple més recent serien les emissions de ràdio en format podcast- i on l'ecosistema audiovisual es divideix entre petits operadors independents i grans conglomerats posseïdors de productores i, alhora, també de mitjans de comunicació, es necessiten dels instruments i de la flexibilitat que proposa **Agora.EU** per adaptar-se als nous reptes d'un model en canvi constant.

La **igualtat i els drets de la ciutadania i els valors democràtics** del programa **CERV (Direcció General de Justícia)**

s'integraran als objectius d'**Europa Creativa Cultura** i als de **MEDIA+**, on ara acollirà també totes les línies de suport per preservar la llibertat d'opinió, el dret de la ciutadania a accedir a notícies fiables, la lluita contra la desinformació i pel foment d'un periodisme plural i sostenible.

Si es vol llançar el nou programa per al període **2028-2034** a temps, queda un any i mig per davant de negociacions per preservar els recursos necessaris per a la independència de cada programa. El pastís econòmic sembla més gran però també augmenten els objectius i les ambicions d'un programa amb més operadors potencialment convidats. Fusió o integració?

Com sempre, des de **MEDIA Catalunya** us mantindrem puntualment informats.

Desembre 2025

EUROPEAN AWARD SEASON

L'European Award Season és la nova iniciativa de l'European Film Academy per donar més visibilitat al cinema europeu, tot connectant les nominacions amb la gala dels European Film Awards i desplegant dos mesos d'activitats a més de 125 ciutats.

Un nou impuls per al cinema europeu

L'**European Film Academy** (EFA) ha inaugurat l'**European Award Season**, una campanya que vol **consolidar el paper del cinema europeu a l'escena internacional**. Aquesta temporada de premis s'estén **entre el 18 de novembre de 2025, data de l'anunci de les nominacions, i el 17 de gener de 2026**, quan se celebra la gala dels **European Film Awards 2026**.

L'objectiu principal és sincronitzar la **promoció i la difusió de les pel·lícules preseleccionades i nominades**, tot apropant-les a un **públic més ampli i divers**. La iniciativa és hereva de l'èxitós **Month of European Film**, que en les darreres edicions va aconseguir mobilitzar **més de 100 ciutats europees i es va arribar a un rècord de 16.000 projeccions i 467.000 entrades venudes**. Tots els ingressos es van destinar als cinemes participants. El programa

compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA des de 2022**.

Activitats i abast territorial

Durant aquests dos mesos, l'**European Award Season** desplega:

- Projeccions especials de les pel·lícules nominades i d'altres obres destacades.
- Estrenes i reestrenes coordinades a cinemes de tot el continent.
- Debats, tallers i trobades amb creadors, pensats per fomentar el diàleg entre públic i indústria.
- Una xarxa de més de 125 ciutats dins i fora d'Europa que participen amb programacions pròpies.

Aquest calendari converteix la temporada en un esdeveniment cultural paneuropeu, que no només **celebra el talent cinematogràfic** sinó que també **reforça la identitat compartida del cinema europeu**.



Una aposta estratègica

L'**European Award Season** és més que un calendari de projeccions: és una **estratègia cultural i industrial**. Amb aquesta iniciativa, l'**European Film Academy** busca:

- Augmentar la visibilitat internacional de les produccions europees.
- Coordinar esforços de màrqueting i distribució entre cinemes, festivals i institucions.
- Crear expectació al voltant dels "hot contenders", les pel·lícules amb més opcions de triomfar als premis

El director general de l'**European Film Academy**, **Matthijs Wouter Knol**, afirma que "**l'European Award Season** es vincula naturalment amb la temporada internacional i destaca les pel·lícules europees que molt probablement seguiran competint a certàmens fora

d'Europa. Aquest és un període en què la visibilitat del cinema europeu augmenta. Volem despertar l'interès del públic per les pel·lícules europees que s'han perdut. És una oportunitat que ens agradaria explorar, juntament amb la nostra xarxa àmplia de socis europeus".

Nous participants europeus i no europeus

Per primera vegada, quatre ciutats fora d'Europa s'han sumat a la iniciativa: Hong Kong, Santiago de Xile, Hanoi i la ciutat Ho Chi Minh (Vietnam). També per primera vegada, Liechtenstein participa amb el cinema **Skino** a Schaan. A més, s'uneix com a cinema associat l'illa estònica de Saaremaa: el **Thule Kino** a Kuressaare. Una altra novetat és l'històric cinema **Skandia** a Estocolm, juntament amb quatre nous socis a França: el **Bel Air** a Mulhouse, el **Café des Images** a Hérouville, **Le Studio 43** a Dunkerque i **Les Carmes** a Orléans; i a Polònia:

el **Gdynia Film Centre**, el **Kameralne Café** a Gdansk, el **Kino Kultura** a Varsòvia i el **Pionier1907** a Szczecin.

A més de les projeccions als cinemes, es mantenen les col·laboracions ja existents sota aquesta nova marca amb **MUBI**, la plataforma de documentals **DA Film** i **FestivalScope**, que gestiona un programa europeu de curtmetratges. Una altra iniciativa nova és la col·laboració amb la plataforma bibliotecària **Filmfriend**, connectada amb 862 biblioteques públiques a països europeus de parla alemanya. Tots els membres de la biblioteca poden veure pel·lícules europees relacionades amb la història dels European Film Awards en aquesta plataforma com a part de la subscripció. Al gener de 2026, **ARTE** presentarà pel·lícules de les guardonades amb el premi honorífic, **Liv Ullmann** i **Alice Rohrwacher**, a la seva plataforma digital, així com a televisió lineal.

Programació variada amb iniciatives individuals durant tota la temporada de premis europeus

Tots els cinemes participants projecten pel·lícules europees, moltes contemporànies i preseleccionades per als **European Film Awards**. La programació també inclou les pel·lícules nominades al **LUX Audience Award** 2026 i al **Young Audience Award**.

La temporada de premis europeus també va acollir l'**European Arthouse**



Cinema Day el **23 de novembre**, un projecte organitzat per **CICAE – International Confederation of Arthouse Cinemas**. També s'ha celebrat en aquest període una nova edició de l'**European Cinema Night**, en aquesta edició especial anomenada **Eulac Cinema Night**, dedicada a l'**Amèrica Llatina i el Carib**.

En aquesta **vuitena edició** de la Nit del Cinema Europeu, durant tot el mes de **novembre**, gairebé **30 cinemes de 16 països de l'Amèrica Llatina i el Carib** van projectar **coproduccions** que uneixen **veus europees i latinoamericanes**. Pel que fa a **Europa**, de l'**1 al 5 de desembre**, s'hi van unir **93 cinemes de tots els Estats membres de la UE**, i van posar de manifest les pel·lícules nascudes d'aquesta col·laboració internacional.

Durant l'**European Award Season**, molts dels cinemes participants se centraran en el **públic jove**: hi haurà **projeccions especials per a joves**, sovint **combinades amb debats, tallers educatius i activitats interactives**. A Roma s'oferiran sessions matinals per a

estudiants de secundària i batxillerat, i a Biel (Suïssa) se celebrarà un mini festival dedicat al cinema infantil i juvenil.

L'**European Award Season** compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA** i **Eurimages**, i amb la col·laboració d'**Europa Cinemas**, **CICAE** i **European Film Promotion**. Els seus socis de mitjans de comunicació són **Cineuropa** i l'**EBU**.

Cinemes adherits a Catalunya:

- **Barcelona: Zumzeig**

Entre els cinemes adherits a la iniciativa **European Award Season**, figura la sala **Zumzeig** de Barcelona, que és una **cooperativa cultural** local sense ànim de lucre, formada per una base social de més de tres-centes persones. Ofereix projeccions de cinema independent en versió original i diverses iniciatives artístiques, socials i solidàries. Una programació que aposta pels continguts culturals de qualitat, trencant així el cercle d'invisibilitat al qual moltes

propostes artístiques estan injustament sotmeses, en un local amb sala i bistròt que esdevé un espai acollidor i polivalent.

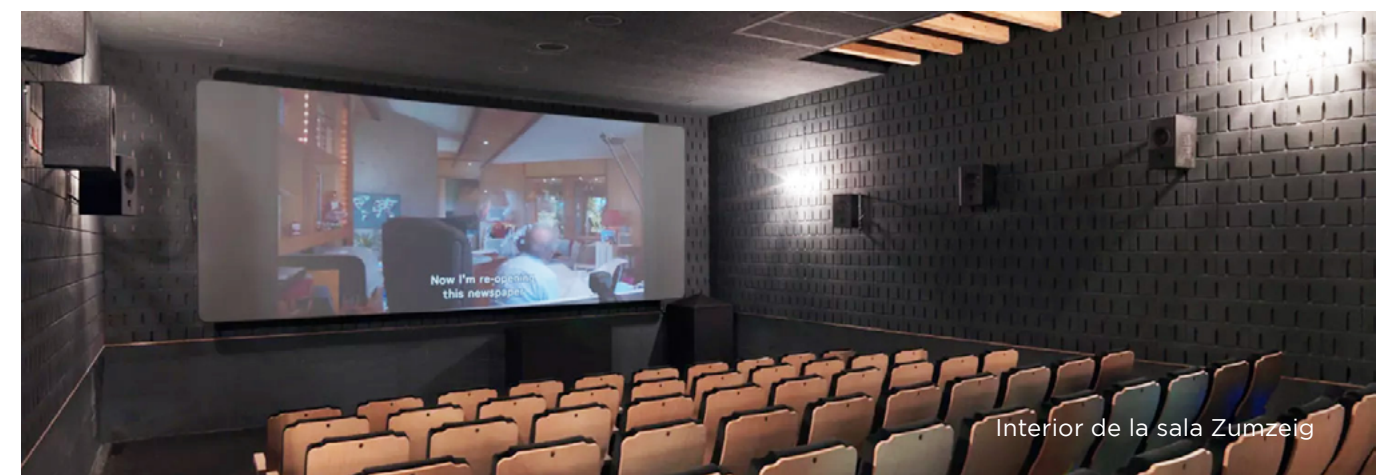
Les diferents activitats i els seus espais de debat i reflexió representen una ruptura amb la unidireccionalitat habitual de la pantalla: presentacions de pel·lícules, xerrades amb cineastes, sessions de cineclub, trobades entre cineastes, concerts, taules rodones, debats, performances... i molts altres formats encara per explorar.

Cinemes adherits a la resta de l'Estat espanyol:

- **Burgos: Van Golem**
- **Ferrol: Duplex Cinema**
- **Madrid: Circulo de Bellas Artes**
- **Santiago de Compostela: Cinema NUMAX**
- **Sevilla: Avenida 5 cines**
- **Zaragoza: Cine Cervantes**

Consulteu la **resta de cinemes adherits** a la iniciativa **European Award Season**.

Més informació



Interior de la sala Zumzeig

ARTICLE

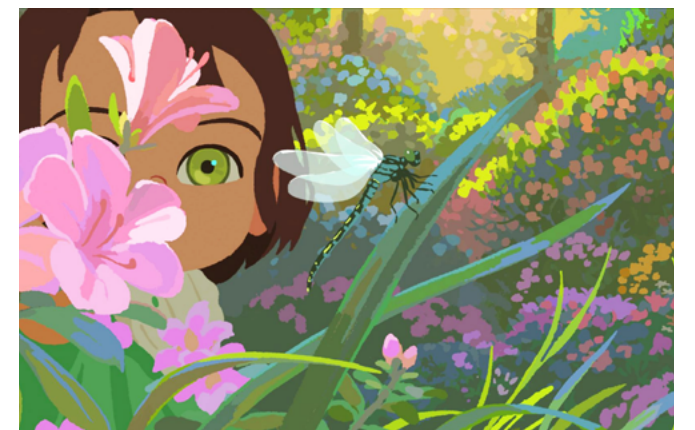
La **38a edició dels European Film Awards (Premis EFA)**, que tindrà lloc el **17 de gener de 2026** a la **Haus der Kulturen der Welt** de **Berlín**, es presenta com una **celebració** majúscula de la creativitat i la diversitat del cinema europeu. Enguany, la **presència de pel·lícules amb suport del programa Europa Creativa MEDIA** entre les **nominades** és especialment destacada, tot confirmant la rellevància d'aquesta iniciativa de la Unió Europea en l'**impuls de la producció, la distribució i la promoció del cinema del continent**.

Les **nominacions** anunciades per l'**European Film Academy** abracen un **ventall ampli de gèneres i sensibilitats**, des de la **ficció fins al documental i l'animació**, i reflecteixen la **vitalitat** d'un **cinema** que **combina grans noms consolidats amb noves veus emergents**.

Entre les **produccions catalanes** que han aconseguit fer-se un lloc en les candidatures sobresurt ***Sirât***, d'**Oliver Laxe**, un viatge postapocalíptic que compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA al Co-Desenvolupament** i que ha obtingut un total de **nou nominacions: quatre nominacions de les categories principals**, incloent millor pel·lícula, direcció, guió i actor per **Sergi López**; i **cinc nominacions de les categories tècniques i artístiques**. A més, ***Sirât*** compta amb dues nominacions als **Globus d'Or 2026** (millor pel·lícula



'Sound of Falling', de Mascha Schilinski.



Little Amélie, de Maïlys VALLADE i Liane-Cho HAN.

de parla no anglesa i millor banda sonora) i podria optar també als **Oscars**, tot consolidant-se com una de les produccions catalanes d'enguany amb més projecció internacional.

Entre les nominades catalanes als **EFA**, també destaca el documental amb **suport MEDIA a la Distribució** ***Tardes de soledad***, d'**Albert Serra**, amb **dues nominacions**; i el llargmetratge d'animació amb suport d'**Eurimages** ***L'Olívia i el terratrèmol invisible***, que

ARTICLE

L'ESPLENDOR DELS FILMS MEDIA AL PANORAMA CINEMATogràfic INTERNACIONAL

'Sirat', d'Oliver Laxe



'L'Olivia i el terratrèmol invisible', d'Irene Iborra.

ha estat reconegut en les categories de **millor pel·lícula i millor animació**.

A escala europea, el noruec **Joachim Trier** ha brillat amb ***Sentimental Value***, que suma **cinc nominacions de les categories principals i tres nominacions de les categories tècniques i artístiques**, mentre que **Jafar Panahi** ha estat reconegut amb It ***Was Just an Accident***, coproducció entre França, Iran i Luxemburg, amb **suport MEDIA a la Distribució**. Tots

dos títols estan també nominats al **Lux Audience Award**.

El **cinema alemany** és present als **EFA** amb ***Sound of Falling***, de **Mascha Schilinski**, i l'**animació** ha trobat protagonisme amb **títols MEDIA** com ***Arco***, ***Little Amélie*** i ***Tales from the Magic Garden***. Pel que fa a l'àmbit **documental**, obres com ***Fiume o morte!***, d'Igor Bezinović, ***Riefenstahl***, d'Andres Veiel, i ***The Voice of Hind Rajab***, de Kaouther Ben Hania, han estat



'Tardes de soledad', d'Albert Serra.



'Duse', de Pietro Marcello.



'La hermanastra fea', d'Emilie Blichfeldt.

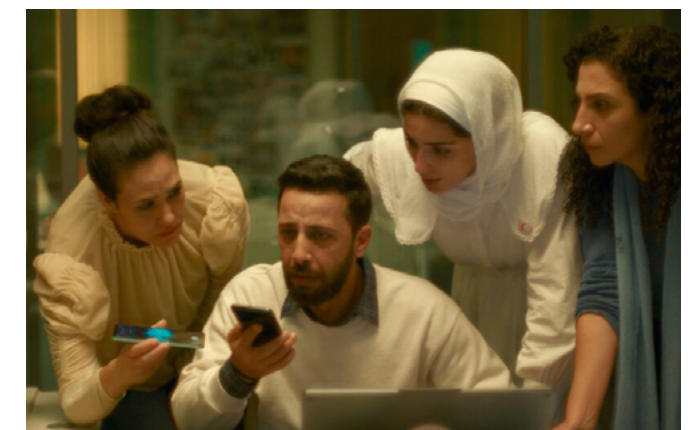
reconegudes, tot confirmant la força d'aquest gènere.

Aquestes **nominacions** arriben després d'un **any intens** en què les **produccions amb segell MEDIA** han brillat als **festivals més prestigiosos**. A la **Berlinale 2025**, quatre films amb suport europeu van ser guardonats, entre ells ***El Mensaje***, d'Iván Fund, amb l'**Ós de Plata - Premi del Jurat**, i ***Little Trouble Girls***, d'Urška Djukić, amb el **Premi Fipresci**. A **Cannes**, ***Sirât*** va obtenir el **Premi del Jurat ex**

aequo, mentre que ***Sentimental Value*** es va endur el **Grand Prix**. **Venècia** va reconèixer ***Silent Friend***, d'Ildikó Enyedi, amb diversos guardons, i ***Duse***, de **Pietro Marcello**, amb el premi a millor actriu per **Valeria Bruni Tedeschi**. **San Sebastián** va premiar ***Weightless***, d'Emilie Thalund, ***La misteriosa mirada del flamenco***, de **Diego Céspedes**, i ***Los Tortuga***, de **Belén Funes**, mentre que **Sitges** va coronar ***La hermanastra fea***, òpera prima d'**Emilie Blichfeldt**, com a millor pel·lícula. A **Sevilla**, ***We Believe You***, de



'Kontinental '25', de Radu Jude.



'The Voice of Hind Rajab', de Kaouther Ben Hania.



'Fiume o morte!', d'Igor Bezinović.



'It Was Just an Accident', de Jafar Panahi.

Charlotte Devillers i **Arnaud Dufeys**, va ser la gran triomfadora, i a la **Seminci** de Valladolid, la catalana **Forastera**, òpera prima de **Lucía Aleñar Iglesias**, va rebre el **premi Pilar Miró a la millor nova direcció**, després d'haver estat guardonada a **Toronto** amb el **Premi de la Crítica**. Finalment, el **Festival de Gijón** va reconèixer **Kontinental '25**, de **Radu Jude**, i **Skiff**, de **Cecilia Verheyden**, entre altres títols amb suport MEDIA.



'Riefenstahl', d'Andres Veiel.



'Los Tortuga', de Belén Funes.



'Tales from the Magic Garden', de David Sūkup, Patrik Pašš, Leon Vidmar i Jean-Claude Rozec.

Aquest recorregut pels festivals internacionals evidencia que el programa **Europa Creativa MEDIA** ha estat **clau** per donar **visibilitat** a projectes que, sense aquest impuls, haurien tingut més dificultats per arribar a un públic global. Gràcies al seu suport, directors emergents han pogut estrenar les seves obres en competicions internacionals, mentre que cineastes consolidats han ampliat la seva repercussió. El ressò



'Skiff', de Cecilia Verheyden.



'We Believe You', de Charlotte Devillers i Arnaud Dufeys.



'Weightless', d'Emilie Thalund.



'Little Trouble Girls', d'Urška Djukić.



'Sentimental Value', de Joachim Trier



'Forastera', de Lucía Aleñar Iglesias.

internacional no es limita a la ficció: documentals i pel·lícules d'animació també han estat reconeguts, demostrant que **la diversitat de formats és un dels punts forts del cinema europeu**. A més, el programa ha contribuït a reforçar la **distribució transnacional**, assegurant que aquestes obres arribin a sales i plataformes de tot el món.

En definitiva, **els Premis EFA 2026 no només celebren l'excel·lència artística, sinó també el paper fonamental d'Europa Creativa MEDIA en la consolidació d'un cinema europeu divers, innovador i amb capacitat de competir internacionalment**. La presència de títols com ***Sirât***, ***Tardes de soledad*** o ***L'Olívia i el terratrèmol invisible*** exemplifica com el suport europeu pot transformar idees en obres reconegudes a escala continental. El 2026 es perfila, doncs, com un any clau per reafirmar la força creativa del cinema europeu i la seva capacitat d'impactar culturalment dins i fora del continent.📺



'Arco', d'Ugo Bienvenu.



'La misteriosa mirada del flamenco', de Diego Céspedes.



'El mensaje', d'Iván Fund.



'Silent Friend', d'Ildikó Enyedi.

B2A, BUSINESS TO AUDIENCE: ACOSTEM CINEASTES A L'AUDIÈNCIA

Acostar cineastes, productors/es, actors i actrius del món de l'audiovisual europeu al públic. Aquest és l'objectiu de les entrevistes **B2A (Business to Audience)**. Una iniciativa endegada el 2021 amb motiu del **30è aniversari del Programa MEDIA**. Enguany, des de la nostra oficina, **Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya**, hem continuat duent a terme les entrevistes **B2A (Business to Audience)** a professionals amb una contrastada **experiència MEDIA** que han estat presents a diversos **Festivals de Cinema de Catalunya**.

Així, els protagonistes dels nostres **B2A** durant aquest any **2025** han estat el cineasta francès **Bruno Dumont**, que va presentar el seu darrer film **'L'Imperi'** al **D'A** i va recollir el **Premi D'A**; la directora i guionista francesa **Julia Ducournau**, el darrer film de la qual va inaugurar la passada edició del **Festival de Sitges**; i el cineasta i director maurità **Abderrahmane Sissako**, un dels Premis d'Honor de la 21a edició del **Festival Internacional de Cinema Social de Catalunya, CLAM**.

Tots ells compten amb una contrastada experiència amb el Programa MEDIA, i així ho demostren gran part de les seves filmografies, entre les quals figuren diversos títols amb **suport d'Europa Creativa MEDIA, al desenvolupament i/o a la distribució**. I tots ells van compartir amb nosaltres la seva manera de fer cinema i les seves reflexions sobre el cinema europeu.

B2A AMB BRUNO DUMONT, CINEASTA FRANCÈS: “EL CINEMA ÉS MOLT MÉS QUE ENTRETENIMENT”



La **15a edició del D'A Film Festival Barcelona**, celebrada del **27 de març al 6 d'abril de 2025**, va comptar amb la presència del cineasta francès **Bruno Dumont** que, a més de presentar la seva darrera pel·lícula, **'L'imperi'**, que compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA** i va ser guardonada amb l'**Ós de Plata – Premi del Jurat a la Berlinale 2024**, va recollir el **Premi D'A**. I des d'**Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya** vam tenir l'ocasió d'entrevistar-lo.

Considerat un dels cineastes més lliures i irreverents del panorama d'autor contemporani, **Dumont** ha dirigit **deu llargmetratges**, tots els quals voregen entre el

drama realista i l'avantguarda. Les seves pel·lícules han guanyat **diversos premis al Festival de Cinema de Cannes** i la gran majoria de la seva **filmografia** compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA**.

Des d'**Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya** vam tenir l'oportunitat d'entrevistar el **director i guionista francès Bruno Dumont**, que va compartir amb nosaltres el seu **procés creatiu**, la rellevància dels **festivals** per al **cinema d'autor**, així com la **importància del cinema com a art per comprendre la condició humana: “El cinema és molt més que entreteniment”**.

B2A, Business to Audience us ofereix el que ens va dir.

P MEDIA dona suport a la creació al llarg de tot el procés, des de la idea fins al primer dia de rodatge. Quin és el primer pas? Quina és la seva font d'inspiració? Com se li acut la idea, com a 'L'Imperi', de recórrer a la "space opera"? Perquè és molt eclèctic a l'hora de triar i en la seva visió personal com a cineasta.

R Al principi miro de trobar una idea que parli del món d'avui. El món evoluciona, el cinema evoluciona i les idees han d'evolucionar.

El cinema és un art que té una història i que, alhora, no ha deixat de renovar-se. Es tracta de buscar una idea que ens ajudi a entendre per què som com som, animats per forces contraposades. Per què el bé? Per què el mal? Per què aquesta curiosa naturalesa humana?

I vaig decidir fer una pel·lícula que expliqui l'origen mitològic de les forces que portem dins i ens constitueixen.

Per això he fet una pel·lícula de ciència-ficció, del gènere "space opera", per intentar trobar l'origen del món, les forces que van arribar a la Terra i que ens fan ser com som.

P I, seguint amb l'elaboració d'aquesta idea, com tria el repartiment, els actors? Perquè combina actors aficionats amb grans noms, com Léa Seydoux, Juliette Binoche o Fabrice Luchini. Com els combina? Li agrada saber amb antelació amb qui treballarà a les pel·lícules?

R El repartiment es tria en funció del guió. I al guió hi ha dos universos, un univers extraterrestre amb personatges fantàstics, herois, que encaixa millor amb la feina dels actors professionals i, com que l'altre univers és la Terra, el que som, agafo persones naturals i prefereixo actors no professionals. Per tant, és una decisió que al cap i a la fi depèn del tema, de la idea. M'interessava posar en contacte els herois, que interpreten els actors professionals, els grans personatges

mitològics del bé i el mal i, alhora, confrontar-los amb persones normals. L'avantatge d'un actor natural és que és com una pedra per a un escultor, és el que hauré de treballar, em dona moltes coses que necessito per crear un personatge. No tinc una idea per al personatge, l'actor em diu què té i treballo amb el que té.

P Per al Programa MEDIA és important reforçar la coproducció a Europa. En la seva llarga carrera com a cineasta, té dos tipus de pel·lícules: les finançades a França i les coproduïdes, normalment amb Alemanya, Itàlia, Bèlgica i ara Portugal. Com creu que serà el futur del cinema europeu pel que fa a la coproducció?

R Avui és més difícil produir pel·lícules a França. Les meves últimes pel·lícules, 'France' o 'L'Imperi', són coproduccions. Actualment treballo sobretot amb Itàlia, Portugal, Alemanya, els Països Baixos, Flandes, Bèlgica... Perquè la realitat econòmica ha canviat. I aquesta realitat econòmica està molt més globalitzada, perquè l'estètica del cinema s'ha globalitzat i crec que el cinema d'autor s'ha tornat encara més marginal. És una economia de supervivència. Per això em veig obligat a buscar socis per a aquest cinema, Europa n'està plena. Però per a mi és així, no hi ha cap problema. França s'ha globalitzat estèticament, per desgràcia.

P MEDIA dona suport als festivals. Dona diners als festivals que presenten pel·lícules no nacionals o europees. Els festivals han estat crucials en la seva

carrera. Quin és el punt d'inflexió en què comença a tenir anomenada? Probablement Canes 2006 va ser el gran salt al món dels festivals i Dumont va començar a ser una marca?

R Quan vaig venir a Barcelona per primera vegada, al Festival D'A, el festival es diu Cinema d'Autor i veus que es defensa això, que és veritat, que és pur i autèntic, mentre que hi ha molts festivals que no tenen cap interès, en la meva opinió, perquè sents que la cinematografia és impura. Aquí notes que tot és molt sincer. A les trobades que he tingut, també amb el públic, que són cinèfils o que tenen un enfocament molt cinematogràfic de qüestions socials, una cosa no treu l'altra. Crec

BRUNO DUMONT

"El més important és la llibertat. Defenso la llibertat dels altres i em preocupo de la meua"

que entenen bé que el cinema és un art molt important per entendre la condició humana. No és entreteniment. Bé, també és entreteniment, però és molt més important que això. Jo, per exemple, m'he construït sobre el cinema europeu, amb els grans cineastes europeus, que han participat en la meua construcció intel·lectual, moral, estètica, cultural. I avui el cinema tendeix a convertir-se una eina d'entreteniment, d'oci, i això em sembla perjudicial per a l'art cinematogràfic.

El més important és la llibertat. No vaig contra ningú, la gent fa el que vol, els

'L'Imperi'



cineastes... No ho he de dir jo, què és el cinema. Vull llibertat per a mi i també per als altres. Defenso la llibertat dels altres i em preocupo de la meua, i prou.

P MEDIA destina molts diners cada any a la distribució. Les seves pel·lícules es distribueixen amb diners de MEDIA a molts països. I això porta públic. Quina és la seva perspectiva sobre la distribució als cinemes i la distribució en vídeo a la carta, pel que fa a les pel·lícules d'autor com les que s'exhibeixen a D'A?

R Per exemple, 'L'Imperi' no es va distribuir a Espanya i el festival en va ser el distribuïdor. I això demostra que hi ha festivals d'autor que són capaços d'encarregar-se de la distribució de les pel·lícules per promoure el cinema d'autor. I això és una bona notícia.

P MEDIA és un programa que ve de lluny, de fa 35 anys. I ara MEDIA està reforçant la idea de tecnologia, els continguts immersius, els videojocs, la intel·ligència artificial... Molt industrial, menys romàntic que en el passat. Què en pensa, de les noves tecnologies i els continguts immersius i totes aquestes novetats que està experimentant el món audiovisual?

R La tecnologia és una oportunitat, és un progrés extraordinari. El que cal és entendre la tecnologia, cal aprendre a utilitzar-la, iniciar-s'hi. La intel·ligència artificial és molt interessant però hem d'aprendre a fer-la servir. Planteja problemes, però el món hi és per abordar els problemes nous. Crec que veiem les possibilitats que

aquesta nova tecnologia ofereix. Sentim reticències, d'una banda, i ens hi sentim empesos, de l'altra. La història de la humanitat és això: el progrés. A mi no em fa por. Al contrari, trobo que estèticament aporta... Avui

BRUNO DUMONT

“El món evoluciona, el cinema evoluciona i les idees han d'evolucionar”

gairebé tothom té una intel·ligència artificial. La intel·ligència artificial no ha inventat res, són els seus cervells, els algorismes, diríem, i parlen com màquines, com robots. Els robots ja són al cap de la gent. I és interessant, això és així.

P MEDIA sempre dona suport als coneixements cinematogràfics, l'educació cinematogràfica de les noves generacions. Com es pot aprendre cinema a l'escola o crear nous públics? Creu que les pel·lícules europees, el patrimoni cultural europeu, són les que poden conservar els valors de la llibertat o el cinema d'autor per a les noves generacions, davant del model extremadament comercial que arriba de Hollywood o de les grans plataformes?

R No, crec que els europeus tenen el patrimoni cultural, intel·lectual i artístic per fer front a la complexitat del món actual per la nostra història. Ens assen-tem sobre una antiguitat que ens ha de donar força. Crec que els nord-americans ho tenen més complicat, perquè la seva civilització és jove i veiem que tenen molt

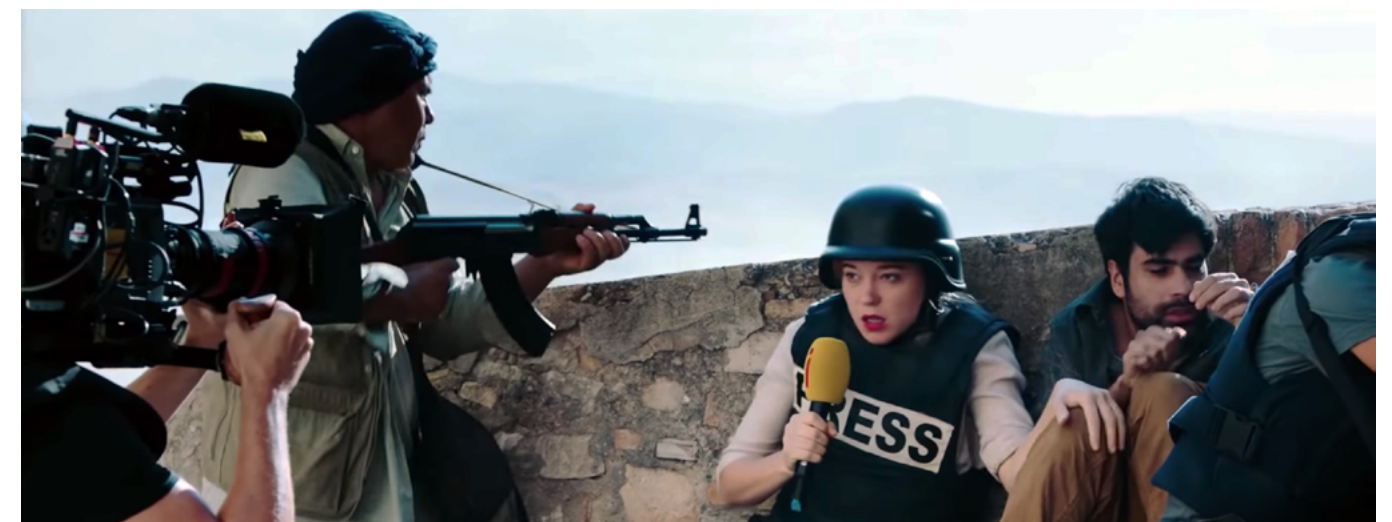
poques arrels. Les arrels nord-americanes són europees. Veiem el problema. Avui els europeus van una mica perduts perquè el germà gran nord-americà se'n va. Crec que és una bona notícia per emancipar-nos i tenim el material. Els espanyols teniu una gran cultura i, per tant, teniu tots els recursos per afrontar la modernitat, la intel·ligència artificial, etcètera. No ens hem de deixar enganyar per la tecnologia. Crec que actualment vivim una ruptura de civilització, una mica com la fi de l'Imperi Romà, però és el presagi d'una nova civilització, tot està en ebullició. N'hi ha que tenen por, però jo no en tinc, està bé. Me n'alegro.

P I, per acabar, una pregunta específica sobre les decisions artístiques: l'ús de la música a les seves pel·lícules. Perquè hi ha una mena de tendència moderna a no fer servir partitura o música composta, però vostè té dues pel·lícules amb banda sonora

de Christophe. Com ho enfoca? Quant té la pel·lícula i pensa: aquesta pel·lícula necessita música, no en necessita o necessita un tipus concret de música? Com enfoca la música?

R La música és un art molt profund, accessible, fàcil. No après de memòria. Quan a les teves pel·lícules pots abordar temes més complexos, la música permet donar un equilibri. Jo he fet pel·lícules sense música. Així, en el muntatge, la música pot ser una aportació possible que pot sumar a una escena. Quan veus cinema dels anys cinquanta o seixanta, la música és molt narrativa, explica el que passa. Estic enamorat, soc infeliç, estic trist, tinc por. Hi ha algú darrere la porta que em vol matar. La música anticipa, té un paper molt interessant per a un director. Per posar-ne o no posar-ne. Jo he treballat una mica com als anys cinquanta. I, de tant en tant, la música diu el contrari del que passa. L'espectador sent... Poso la música pensant en els espectadors. Jugo amb totes les forces que té dins seu. El cinema és això.

'France'



B2A AMB JULIA DUCOURNAU, DIRECTORA I GUIONISTA FRANCESA: “NOMÉS SOC AQUÍ PER PLANTEJAR PREGUNTES”



El film amb suport **MEDIA 'Alpha'**, el tercer llargmetratge de **Julia Ducournau**, va inaugurar la **58a edició del SITGES - Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya** el passat **9 d'octubre**. I el festival va poder gaudir de la presència de la directora i guionista francesa. Des d'**Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya** vam tenir l'ocasió d'entrevistar-la.

Guanyadora de la **Palma d'Or** al **Festival Internacional de Cinema de Cannes 2021** amb la seva segona pel·lícula, '**Titanic**', que també compta amb suport **MEDIA**, Ducournau ens presenta a **Alpha** un drama familiar en un context de dis-

topia social que aborda temes com el desastre climàtic, la transformació del cos i les tensions familiar. El seu primer llargmetratge, **Crudo** (2017), també va comptar amb **ajut MEDIA**.

Des d'**Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya** vam tenir l'oportunitat d'entrevistar la directora i guionista francesa **Julia Ducournau**, que va compartir amb nosaltres el seu procés creatiu, la importància de la música en les seves pel·lícules, els riscos de la IA, així com la seva visió del cinema: “**No crec que les pel·lícules hagin de transmetre un missatge. Veig el cinema com una manera d'iniciar un**

diàleg amb la resta del món. No soc aquí per donar cap resposta. Només soc aquí per plantejar preguntes. I crec que aquest és el propòsit de l'art, plantejar preguntes constantment”.

B2A, Business to Audience us ofereix el que ens va dir.

P És un plaer afegir-te a la llarga llista de cineastes que hi ha a B2A explicant com el programa MEDIA ha estat clau gràcies al finançament d'una petita part de les teves tres pel·lícules, que han tingut el suport del programa MEDIA en el seu desenvolupament o distribució, cosa que és fantàstica. I, t'ho pregunto perquè MEDIA també dona suport a la formació; tu vas començar com a cineasta a La Fémis, que també compta amb el suport de MEDIA.

Ara que has trobat la teva veu, com va ser aquella experiència en la teva carrera quan preparaves el curt 'Junior'?

R Oh, 'Junior' el vaig fer, en realitat, crec que dos anys després de graduar-me a La Fémis. Al principi, quan vaig entrar-hi, només volia ser guionista, perquè tota la vida he escrit, i sabia que volia passar-me tota la vida escrivint. Quan vaig sentir parlar de La Fémis, i com que els meus pares em van educar amb molta passió pel cinema, vaig sumar 2 i 2 i vaig pensar, som-hi, vull provar això i vull ser guionista. Així que vaig entrar a La Fémis al departament de guió. Però, durant el primer any, tens l'oportunitat de dirigir curts, encara que no estiguis al departament de direcció. Pots agafar en préstec

càmeres i equip de so i coses així del magatzem, perquè a l'escola hi ha un magatzem. Així que això és el que vaig fer. I quan vaig fer el meu primer curtet de nyigui-nyogui al primer any, em vaig adonar que, en realitat, l'escriptura no s'acaba amb el guió, sinó que el guió és només la base per escriure, i que continues escrivint la pel·lícula càmera en mà, amb la direcció d'actors, i amb cada tria que fas a un set, i a la postproducció. Per tant, per a mi, tot això està molt lligat. És el mateix moviment continu, i per això soc guionista i directora, i crec que això és una cosa que no hauria après mai si no hagués anat a aquesta escola, si no hagués tingut l'oportunitat de fer alguns curts i de provar coses, crec que hauria pensat que l'escriptura era només el guió i que després ja estava. I, a parer meu, no és així en cap cas. Així que va ser un moment decisiu en la meua vida, en la manera d'enfocar la meua feina.

JULIA DUCOURNAU

“L'escriptura no s'acaba amb el guió, sinó que el guió és només la base per escriure, i que continues escrivint la pel·lícula càmera en mà, amb la direcció d'actors, i amb cada tria que fas a un set, i a la postproducció. Tot està molt lligat. És el mateix moviment continu, i per això soc guionista i directora”

P MEDIA també dona suport als festivals. I, per a tu, són clau. ‘Junior’ va ser a La Semaine. Però, hi ha un punt d’inflexió, vull dir, amb la Palma d’Or, un abans i un després? Tens accés a més pressupost i, potencialment, com en el cas d’Alpha’, a altres projectes? Hi hauria un abans i un després de la Palma d’Or?

R Sí i no. Crec que estic d’acord amb tu en el sentit que la Palma d’Or et dona més visibilitat, és clar, i estic segura que va fer que el procés de finançament de la meua pel·lícula fos més ràpid. Malgrat això, pel que fa a mi, en la meua feina de guionista i directora, no va canviar res en el sentit que no vaig decidir fer ‘Alpha’ perquè vaig guanyar la Palma d’Or amb ‘Titane’, perquè hi hagués cap mena de pressió o així. L’única pressió que realment sentia és la pressió que em vaig autoimposar, i va passar el mateix després de ‘Raw’, abans de fer ‘Titane’. Em pressionava per intentar aprofundir en la meua narració, per intentar obrir-me més a l’hora d’expressar emocions a la pel·lícula. Per a mi, hi ha un pas molt clar entre ‘Raw’ i ‘Alpha’ a través de ‘Titane’, que em va ajudar a obrir-me més a l’hora de fer front a les emocions i la sinceritat també en la manera en què exposo les meves emocions a la pel·lícula.

Així que la Palma d’Or no va canviar la meua manera de pensar o treballar, per dir-ho així.

Sí que va canviar les coses pel que fa a, diguem-ne, el compromís del públic extern cap a les meves pel·lícules.

P MEDIA dona suport la distribució. Per a l’ecosistema audiovisual europeu és molt important per fer front a les pel·lícules americanes, l’atractiu transfronterer. Però veig que les teves pel·lícules són realment cinema d’autor. Per a tu, com és d’important coproduir —has coproduït amb Bèlgica—, pel que fa a tenir l’oportunitat de viatjar més i aconseguir un públic més gran i enriquidor?

R Bé, per ser sincera, la raó per la qual encara coprodueixo amb Jean-Yves Roubin, de Frakas, a Bèlgica és perquè una gran part del meu equip que, amb els anys, s’ha convertit en la meua família, és belga. Així que té tot el sentit del món continuar coproduint només perquè vull continuar treballant amb ells. I així, per a mi, no és, en cap cas, una tema de, ho torno a dir, finances o de diners. Segurament ho és per al meu productor, però no per a mi. Realment és només perquè part del meu equip és belga i volia quedar-me així.

JULIA DUCOURNAU

“Veig el cinema com una manera d’iniciar un diàleg amb la resta del món”

P MEDIA dona suport, ara més que mai —canviant de tema cap a la tecnologia—, el concepte d’intel·ligència artificial. Les teves pel·lícules sempre estan en una altra dimensió.

Com et sents, creus que la intel·ligència artificial t’ajudarà, o no, en els teus projectes futurs? O si tindrà



‘Titane’

conseqüències en l’ecosistema.

R Oh, crec que tindrà conseqüències en l’ecosistema, sense cap mena de dubte.

I ja comencen a ser-hi. Sabem que els SAG a Hollywood fan vaga moltes vegades, per molts problemes de drets de reproducció o drets de la seva imatge i tot això. I som conscients de quins són els riscos de la IA, com que, per exemple, prengui la feina als humans, i canviï per sempre la cara del cinema, que seria, crec, una tragèdia i, de fet, fa força por. Així que estic molt agraïda als sindicats de Hollywood per intentar regular això i intentar fer lleis per tal de canalitzar d’alguna manera aquesta eina que hem de, diguem-ne, fer servir. Hi és, però això és positiu sempre que continuï sent una eina, sempre que no prengui la feina a persones.

I a ‘Alpha’, per exemple, l’equip de CGI va utilitzar la IA perquè els CGI a ‘Alpha’

són molt i molt precisos. N’hi ha moltíssims i no hem de veure’ls. Estan presents a tota la pel·lícula, i són una feina molt i molt precisa. Sé que la IA els va ajudar molt, però no penso de cap manera que la IA hagi de substituir el meu equip CGI amb qui he treballat des de la meua primera pel·lícula i que fan una feina tremenda, tenen una sensibilitat que la IA no tindrà mai, i amb qui puc tenir-hi converses creatives artístiques reals. Així doncs, mentre la IA continuï sent una eina que els humans fan servir, crec que és una manera sana de pensar-hi. Si es fa servir per estalviar diners i pren la feina als humans, crec que és totalment incorrecte i immoral.

P MEDIA està molt preocupada per l’audiència de l’audiovisual europeu en el futur. Quan penses en els teus projectes, penses en d’on és el teu públic? Perquè les teves pel·lícules

sempre són espectaculars visualment, però sempre hi ha un missatge darrere, que fa que la pel·lícula sigui molt interessant. Com a ‘Alpha’, en què, d’alguna manera fas com un eco de, en un món distòpic, la plaga dels anys vuitanta. En certa manera, hi ha un missatge. No hi ha cap mena de buidor, a les teves pel·lícules.

R Oh, gràcies. És a dir, no crec que les pel·lícules hagin de transmetre un missatge.

Crec que és més aviat que facin que la gent pugui pensar-hi retrospectivament. I, realment, veig el cinema com una manera d’iniciar un diàleg amb la resta del món. No soc aquí per donar cap resposta. Només soc aquí per plantejar preguntes. I crec que aquest és el propòsit de l’art, plantejar constantment preguntes.

Pel que fa a la pregunta sobre el públic. Bé, és complexa en el sentit que, quan estic escrivint, no busco agradar a la gent. No busco ser on la gent espera que sigui. I en cap cas no vaig allà on jo

mateixa espero anar. Sempre intento aprofundir en una zona desconeguda, una zona on sento que hi ha certa incomoditat per a mi, que entrar-hi és perillós. I, com més perillós és, més fèrtil és en termes creatius. Crec que intentar reproduir les mateixes fórmules una vegada i una altra no és una bona manera d’intentar fer coses noves, i no és una bona manera d’avançar. Així que sempre intento, sorprendre’m, en certa manera. I, en aquest moviment, diguem-ne, estic projectant cap al públic, vull dir, que el públic sempre el tinc present perquè, com deia, és una manera per a mi d’iniciar un diàleg amb el món i no només amb mi mateixa. Però, alhora, no és una cosa que tingui en compte, si els agradarà la pel·lícula o no. Això no és el que m’importa. La qüestió és realment intentar arribar a un lloc que faci que la gent parli entre si, qüestionant el que han vist, i compartint-ne idees. I és fantàstic, perquè es pot veure aquesta autenticitat a la pantalla com a espectador.



‘Alpha’

P I, finalment, l’última pregunta. Com a gran fan de la música a les pel·lícules, em fascina com esculls diegèticament la música que fas servir en certes escenes. Així doncs, quan escrius o penses el disseny d’allò que vols dir en pantalla, com penses l’efecte de la música, les cançons que fas. Perquè a ‘Alfa’ i a ‘Titane’, és clar... I a ‘Raw’, també.

R Sempre treballo de la mateixa manera, amb la música. Les cançons són al guió. Sempre hi penso mentre escric, les poso al guió i no les canvio mai. No és un caprici, no és una cosa que faig només perquè m’agrada la cançó, o perquè em recorda alguna cosa o una sensació.

Faig servir les cançons per la lletra, i la lletra sempre la faig servir perquè puguem sentir les veus interiors dels meus personatges. És com si les cançons parlessin pels meus personatges.

Com, per exemple, amb “Let It Happen”, que sona a ‘Alpha’ en un moment en què s’adona que haurà de reviure el seu trauma i que és l’única

manera d’acabar amb la transmissió d’aquest trauma i deixar-lo enrere. I és per això que, quan la cançó diu “Let It Happen” realment crec que Alpha es diu a si mateixa que ha de deixar que passi. Ha de deixar-lo anar per acabar amb aquest trauma.

Per tant, totes les cançons que es fan servir són al guió. Normalment les faig servir senceres, cosa que ho complica tot al meu supervisor musical, perquè m’agrada fer servir grans èxits que, com sabem, són molt cars, especialment, quan els fas servir sencers. I per això també, crec que és molt positiu poder saber d’entrada quant hi podem posar en termes de pressupost. Perquè, reitro, no canviaré mai d’opinió sobre això quan editem. I m’agrada utilitzar grans èxits perquè crec que són la millor manera d’aconseguir que tot el públic comparteixi alguna cosa, perquè tots tenim els nostres records lligats a un gran èxit, una cançó que tothom coneix. I crec que és una bona manera de compartir aquesta energia junts.



‘Raw’

B2A AMB ABDERRAHMANE SISSAKO, CINEASTA: “L'AUTÈNTICA IDENTITAT D'UN CINEASTA ÉS LA UNIVERSAL”



El cineasta **Abderrahmane Sissako** va rebre el passat mes d'octubre un dels **Premis d'Honor de la 21a edició del Festival Internacional de Cinema Social de Catalunya, CLAM** i, des d'**Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya**, vam tenir l'oportunitat d'entrevistar-lo.

Nascut a **Mauritània**, crescut a **Mali** i amb residència a França, és una de les veus més lúcides i humanistes del cinema contemporani i un dels millors realitzadors africans de tots els temps. El **temes** principals de la seva **obra** són **l'exili, l'emigració, la família i la recerca de la felicitat**.

Els èxits de ***Bamako* (2006)** i sobretot el de ***Timbuctu* (2014)**, amb **set premis César i amb la nominació als Oscar**, el van convertir en un **cineasta de prestigi internacional**. Totes dues pel·lícules compten amb el **suport de MEDIA a la Distribució**, de la mateixa manera que el seu darrer film, ***Black Tea* (2024)**.

Tot aprofitant la seva estada a Manresa, amb motiu de la seva participació al **Festival Clam**, **Abderrahmane Sissako** va compartir amb nosaltres el seu **procés creatiu**, la seva visió del cinema d'autor, així com la importància del **compromís de MEDIA** amb el **suport a les sales de**

cinema, “perquè **una pel·lícula que no es veu en una sala, encara que sigui petita, no té vida**”. Sissako també va destacar que “**Avui, més que mai, és important que els artistes parlin sobre grans preguntes que es planteja la humanitat**”.

B2A, Business to Audience us ofereix el que ens va dir.

P El programa MEDIA dona suport al desenvolupament en un ampli ventall de formats, des del guió fins al primer dia de rodatge, posant sempre èmfasi en la diversitat, la inclusió i la representativitat. Tot sovint fem la mateixa pregunta als cineastes: d'on surt l'interès inicial per les històries que trieu desenvolupar? La corrupció bancària, l'exili, l'emigració, la família, la recerca de la felicitat... Com es desperta el vostre interès?

R És una pregunta difícil, però molt important. De fet, és fonamental. I crec que heu fet ben fet d'esmentar MEDIA com a fons, com una institució que és molt important per a tots els creadors, fins i tot més enllà d'Europa. Crec que és important. Jo he rebut suport de MEDIA per a les meves pel·lícules, que espero que tinguin una visió universal. Així doncs, crec que un artista, d'entrada, està habitat per una identitat universal que va més enllà d'Europa. I això també és la visió de MEDIA perquè avui, més que mai, és important que els artistes parlin no només sobre la diversitat, sinó també sobre les grans preguntes que es planteja la humanitat. Diria que allò que és important per a mi com a artista és explicar històries

en què senti que m'assemblo a l'altre'. Perquè aquest altre, vingui d'on vingui, forma part de nosaltres mateixos. O sigui que crec que per això faig pel·lícules, per assemblar-me a l'altre'.

P MEDIA també dona suport al procés de càsting. Un dels grans moments de la vostra carrera va ser '**Bamako**'. Com va sorgir la possibilitat de col·laborar amb un artista, actor i productor com Danny Glover en el projecte el 2007?

R Danny Glover és un gran actor, i vaig tenir la sort de conèixer-lo. Ens vam fer amics. Un amic que també té una visió del món molt important. És algú compromès. Ja sabeu que el compromís no vol dir anar en contra de res. El compromís és estar a favor d'alguna cosa: de la justícia, sigui social o política, o d'un món més just. I vaig voler fer '**Bamako**', que és una pel·lícula important en la meua carrera, però que és més que això: és una pel·lícula-judici

ABDERRAHMANE SISSAKO
“Avui, més que mai, és important que els artistes parlin sobre grans preguntes que es planteja la humanitat”

contra les grans institucions, el Banc Mundial, l'FMI. Hem de dir les coses pel seu nom. Vaig decidir fer aquesta pel·lícula-judici perquè en el món real no es pot presentar una demanda contra el Banc Mundial o l'FMI. I l'art pot inventar. O sigui que se'm va acudir que podia inventar un judici. No es tracta de

tenir la raó, és a dir, de condemnar el Banc Mundial o l'FMI. No anava d'això, sinó de poder donar veu a la gent, i això va ser possible gràcies a algú com Danny Glover, que no només em va donar suport en la producció, sinó que també em va donar suport com a actor. Crec que és algú que encaixa en una dinàmica universal. I per això estic content de conèixer-lo.

P El programa MEDIA dona suport als festivals per tal de promocionar obres europees entre el públic europeu. Considereu que hi ha dos moments clau a la vostra carrera?- Jo diria que el primer va ser el premi de Cannes pel curtmetratge “Octubre” el 1993. Després, un altre moment va ser el gran reconeixement amb els Oscars i els Césars per a “Timbuktu”. Considereu que hi ha un abans i un després d'aquests dos moments?

R Bé, ja sabeu que en la carrera d'un artista, i en particular d'un cineasta, Cannes és un lloc important perquè

s'hi reuneix la família del cinema. I quan arribes jove a aquest festival, perquè el 1993 jo era una mica més jove... Quan arribes a aquest festival amb una pel·lícula que crida l'atenció, això és im-

ABDERRAHMANE SISSAKO

“L'art pot inventar i donar veu a la gent”

portant. No dic que et canvii la carrera, però sí que t'obre algunes portes. I per això puc dir que vaig tenir uns principis més aviat fàcils. Després, evidentment, va arribar el que podríem anomenar la “consagració” amb “Timbuktu”, però abans de “Timbuktu” hi va haver “Bamako”. “Timbuktu” és important perquè... no només pels Césars, els Césars són importants, però també pel públic que va anar a veure-la al cinema. Sé que el programa MEDIA dona suport al cinema, a les sales. I això és important, perquè una pel·lícula que no es veu en una sala, encara que sigui petita, no té



'Timbuktu'



'Black Tea'

vida. Per tant, aquest compromís de MEDIA per donar suport a petits cinemes d'arreu del món, almenys a Europa també amb el programa Méditerranée al qual MEDIA dona suport perquè la gent pugui veure les pel·lícules, tot això és essencial i fonamental.

P MEDIA dona suport a la distribució. Es dediquen molts diners a programes de distribució, i un dels seus objectius principals és la circulació de les obres europees. En particular, ‘Bamako’, ‘Timbuktu’ i ‘Black Tea’ es van beneficiar d'aquest suport de MEDIA per a la distribució, als cinemes, però també a plataformes de vídeo a la carta, com Filmin. Estem molt orgullosos d'aquesta plataforma espanyola, on actualment hi podem veure ‘Timbuktu’ i ‘Black Tea’. Creieu que avui dia hi ha més oportunitats de mercat per al cinema d'autor?

R No. Crec que la defensa del cinema d'autor compta amb el suport de MEDIA, però també crec que ME-

DIA ha de fer molt més pel cinema d'autor perquè el que està en perill davant dels grans mitjans de comunicació és la protecció d'una identitat, la protecció d'una diversitat. I això és important, i el suport als cinemes de tot arreu, que permeten també que hi hagi plataformes com Filmin, que ens permeten veure cinema d'autor. Tot això és extremadament important. Malraux deia: “La cultura no és un dret adquirit, és una lluita diària”. Per tant, cal lluitar pel cinema d'autor, i cal que els grans mitjans i les grans institucions, com la Unió Europea i MEDIA, hi siguin quan calgui, com avui.

P Per a MEDIA és molt important protegir la part industrial, però també la part de la diversitat.

R Exactament. Crec que no hem de pensar que els autors estan en contra de la indústria, no. Crec que la indústria és important per als autors, perquè quan les nostres pel·lícules es veuen als cinemes, volem que les vegi tanta gent

com sigui possible, que hi hagi maneres de guanyar diners, com diuen. Així doncs, no hi ha cap contradicció real, però tot i així és important perquè la creació artística del cinema d'autor és fràgil, molt fràgil. Sobre tot, diria que per a aquells que no són coneguts, o potser per a la gent que ja és coneguda, tenim una certa... no és facilitat, però tenim una mica més de possibilitats, més oportunitats per imposar o proposar les nostres visions

ABDERRAHMANE SISSAKO

“Una pel·lícula que no es veu en una sala, encara que sigui petita, no té vida”

i, per tant, rebre acompanyament. Allò que és realment important per a mi és la generació actual. Els joves que tenen talents excepcionals, extraordinaris, que fan petites pel·lícules, curtmetratges en diferents suports. També cal donar suport a aquests joves.

P Justament, la pregunta següent és sobre MEDIA i el desenvolupament del públic i l'educació en la imatge. Creieu que és important orientar la gent perquè descobreixi un ventall més ampli de pel·lícules que les del corrent dominant, que està subjecte a un enorme sistema de promoció i publicitat?

R És molt important. Com ja saps, fa 3 dies era a París i tenia 2 dies de rodatge en una pel·lícula de realitat virtual. Això no és propi de mi, perquè soc més aviat un cineasta clàssic, que filma així, però la realitat virtual és de

360°. També és una nova forma que està arribant al cinema. Si veus la pel·lícula amb el casc, et gires i descobreixes un altre món. Ho pots veure als museus. Crec que la creació no ha de tenir por de les noves tecnologies. Ens les hem de fer nostres. Això és el que estic fent, el que he acceptat.

I així he entrat en un nou univers que és la realitat virtual i vaig descobrint coses. Aprenc ràpid amb una dinàmica molt impulsada pels joves, tant pel meu director de fotografia com per la noia que treballa amb mi a l'storyboard i tot això. Així doncs, entro en aquest nou món, un nou mitjà, i és important no tenir por de la tecnologia. Te l'has de fer teva. És important.

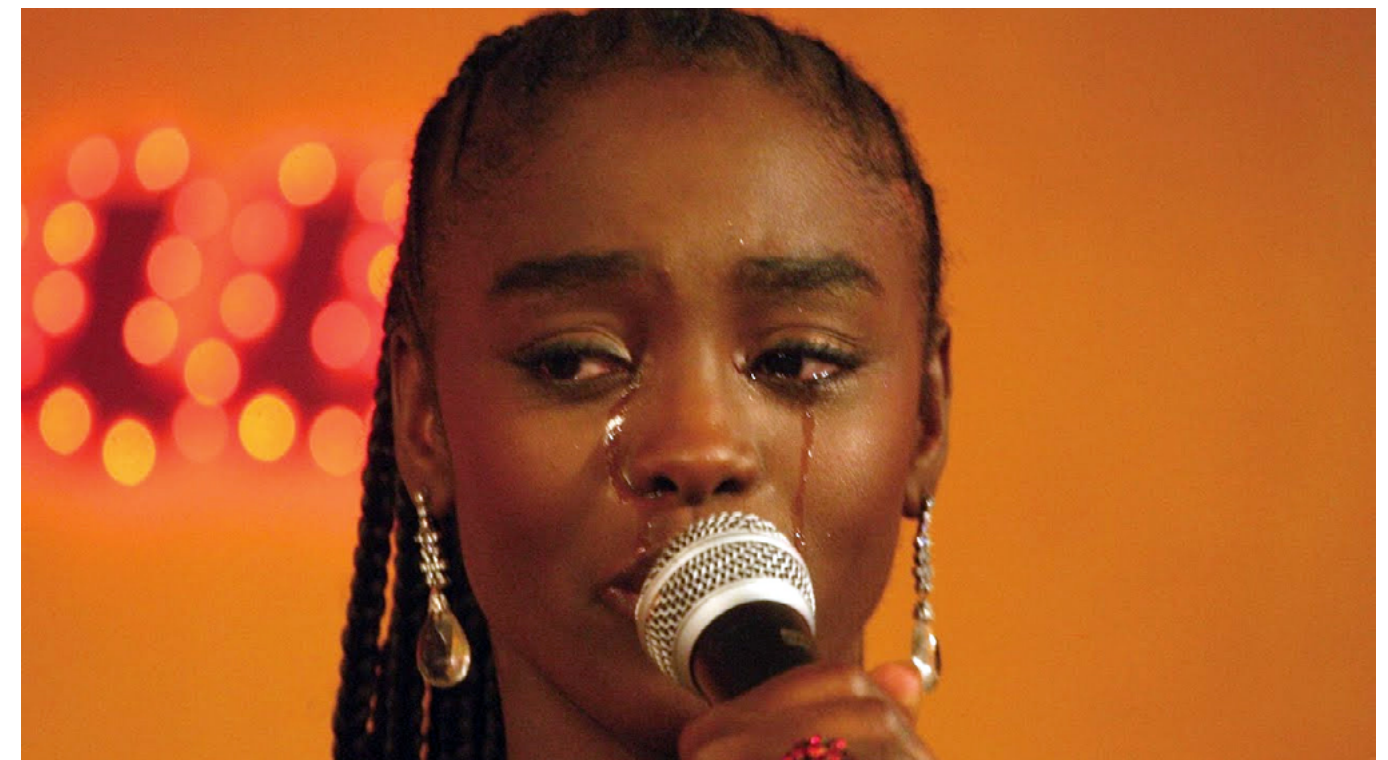
P La propera pregunta va en aquest sentit. MEDIA, per la seva part industrial, dona suport a la tecnologia i a la innovació. Però què en penseu, de les noves formes de narració immersives i interactives? La intel·ligència artificial, que ja fan servir alguns cineastes com a eina, tot i que, al meu parer, mai veurà l'ànima de la vostra pel·lícula duplicada per la intel·ligència artificial.

R És, de fet, una pregunta difícil, perquè també és nova. La intel·ligència artificial és nova per a tothom. Tot el que és nou genera inquietuds, por i ignorància. O sigui, que és perfectament natural. De tota manera, crec que no ens hauríem d'oposar al que ja existeix. Perquè existeix. Si ja existeix, existeix. O sigui que ens l'hem de fer nostra. És veritat que pot implicar un cert perill, però no només per a la creació artística. En última instància, si és un perill per a la

creació artística, tant me fa. Si ho fos, tant se me'n donaria. És això: tant me fa. Tot pot acabar-se un dia. Però pot ser molt més perillosa en altres camps, com en la llibertat real, en la transformació de la veritat. Què és això? Quan la veritat ja no pertany a la veritat, sinó a un plantejament, a una creació de falsedat, de veritat. Això és un perill. Crec que hi ha motius per preocupar-nos-en i per intentar reaccionar ràpidament, perquè les grans institucions també s'ho qüestionin i prenguin posició abans no sigui massa tard.

P Una última pregunta. MEDIA promet protegir el patrimoni audiovisual i, sobretot, la col·laboració entre professionals. Ens podeu dir quins cineastes han influït la vostra carrera? Pot ser un director europeu, francès, internacional... No només de la Nouvelle Vague.

R Jo diria que l'autèntica identitat d'un cineasta és la universal. Així doncs, pot ser europeu, pot ser americà, com John Ford o Cassavetes. Jo parlaria de cineastes italians, perquè el neorealisme italià ha estat important per a mi: Pasolini, Visconti, De Sica, Antonioni, Fellini... També la Nouvelle Vague, però també el cinema alemany. Diria Fassbinder, i també Bergman, però també esmentaria el cinema soviètic o rus, com Tarkovski, i molts altres. També voldria destacar algú que ens va deixar fa poc, que em va marcar molt. I que és un compatriota. Es tracta de Souleymane Cissé. És un malià ja mort, i el seu cinema és un cinema social molt important. Crec que, de manera gairebé inconscient, he rebut influències de molts cinemes. Em deixo influir inconscientment, sí, però m'agrada, això d'aprendre dels altres.■



'Bamako'

ELS RODATGES MEDIA

Al llarg d'aquest any 2025, s'han rodat diverses produccions catalanes amb suport d'Europa Creativa MEDIA, i la majoria de les quals s'estrenaran a les pantalles el proper 2026. Us n'ofereim un repàs a continuació.

RAVALEJAR

La sèrie de ficció amb **suport d'Europa Creativa MEDIA 'Ravalejar'**, dirigida per **Pol Rodríguez** i **Isaki Lacuesta**, va dur a terme el rodatge durant el **segon trimestre d'enguany al barri del Raval de Barcelona**, i a altres localitzacions diverses de la ciutat comtal.

'**Ravalejar**' és un thriller realista, inspirat en fets reals, que té lloc a la ciutat de Barcelona i, més concretament, al barri del Raval.

Es tracta d'una sèrie de **sis capítols de 45 minuts** cada un, produïda per **Arcadia Motion Pictures** i **Supernova** en coproducció amb **3Cat** i **Umedia** (Bèlgica). La sèrie compta, a més, amb la participació de **Max** i el suport de l'**ICEC** i d'**Europa Creativa MEDIA**.

Protagonitzada per **Enric Auquer, Maria Rodríguez Soto, Quim Àvila, Sergi López, Francesc Orella, Lluïsa Castell, Alba Guiler i Noor Ul Hud**, l'estrena està prevista en primícia a **Max** el 2026 i, posteriorment, a **3Cat**.

Inspirada en fets reals, els guions han estat elaborats per **Isaki Lacuesta, Isa Campo, Edu Sola, Maialen Vélez, Roger Danés i Alfred Pérez-Fargas**. El documentalista **Justin Webster** signa l'argument, juntament amb el creador de la sèrie, **Pol Rodríguez**, per dotar aquesta ficció d'un realisme propi del gènere documental.

Rodríguez construeix un relat inspirat en la seva pròpia història familiar.

Sinopsi

Després de gairebé cent anys d'història i tres generacions, Can Mosques, un restaurant tradicional de propietat familiar, adorat i respectat per tots els del Raval, es troba sota l'amenaça imminent d'un fons d'inversió sense escrúpols. Volen que la família surti de l'edifici com a part del seu pla per comprar una propietat al centre de Barcelona. Al principi, la notícia submergeix la família en la desesperació, tot sembla perdut. Però decideixen defensar-se, i amb l'ajuda dels aliats perfectes, lluitaran per salvar el restaurant, encara que això signifiqui traspasar fronteres que mai no s'haurien imaginat. La sèrie aborda des del thriller realista una història local que transcendeix temes universals: la immigració, l'especulació immobiliària, la idiosincràsia dels barris i el sentit de pertinença o les relacions familiars, així com els canvis que es produeixen amb els relleus generacionals. És una història traslladable a qualsevol gran ciutat del món.

Fitxa tècnica i artística

Direcció: Pol Rodríguez i Isaki Lacuesta

Guió: Isaki Lacuesta, Roger Danés, Alfred Pérez Fargas, Isa Campo, Eduard Sola, Maialen Vélez, Daniel González Guerrero

Producció: Ibon Cormenzana, Ignasi Estapé, Sandra Tapia

Intèrprets: Enric Auquer, Maria Rodríguez Soto, Sergi López, Alba Guiler, Quim Àvila, Francesc Orella, Lluïsa Castell, Mohamed Ben Moula, Noor Ul Huda

SALEN LAS LOBAS

El passat mes de febrer va finalitzar a **Barcelona el rodatge del film amb suport MEDIA ‘Salen las Lobas’, òpera prima** de la cineasta valenciana **Claudia Estrada Tarascó**, produïda per **Alba Sotorra** i **Vampire Studio** (Primavera Sound). També hi participen les productores **Paloma Productions** (Dinamarca) i **Novak Films** (Bèlgica).

A més del suport d’**Europa Creativa MEDIA al European Slate Development** per

part **d’Alba Sotorra**, ‘Salen las lobas’ també compta amb el **suport de l’ICEC**, l’**ICAA** i **Eurimages**, així com del **tax shelter de Bèlgica** i el suport de **RTVE**. La pel·lícula va participar a programes de desenvolupament com el Campus d’Estiu de l’Acadèmia de Cinema, Òpera Prima ESCAC, Faberllull, NextGen Film Lab i l’**Atlántida Film Lab**, on va rebre el **Premi al Millor Projecte de Ficció**. La pel·lícula es **distribuirà als cinemes** de l’Estat espanyol de la mà de **Filmin**.



L'actriu Valèria Estrada i la directora Claudia Estrada durant el rodatge

Sinopsi

La pel·lícula aborda la realitat dels centres penitenciaris de menors a Catalunya. La trama segueix Luna, una adolescent rebel i enèrgica, que es veu injustament tancada en un centre penitenciar juvenil. Allà, troba a ‘Las Lobas’, un grup d’amigues amb qui comparteix una passió per la música trap. Junttes, tenen un objectiu clar: escapar-se del centre per participar en un concurs de trap a Barcelona. Tal com explica la jove directora, **‘Salen las lobas’** neix d’una experiència familiar que em va marcar profundament: quan la meva germana tenia 14 anys, el nostre pare la va acusar de maltractament i va ser enviada a un centre de menors. La injustícia de la situació i l’impacte que va tenir en les nostres vides em van impulsar a explicar aquesta història”. La pel·lícula busca **obrir un espai de reflexió sobre les complexes realitats que viuen molts joves, sense caure en el victimisme**.

Fitxa tècnica i artística

Direcció: Claudia Estrada
Guió: Claudia Estrada
Producció: Alba Sotorra, Àlex Julià, Ivó Vinuesa, Olivier Dubois, Per Damgaard, Elizabeth Ruiz
Intèrprets: Valeria Estrada, Huda, Vanessa Aisha, Sara Martínez i Alex Brendemühl

MALLORCA CONFIDENCIAL

‘Mallorca Confidencial’, el tercer llargmetratge de David Ilundain, que compta amb el **suport d’Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Contingut (Slate Funding)**, va dur a terme el rodatge a diverses localitzacions de la província de **Barcelona** i a l’illa de **Mallorca** durant el passat mes de març. Produïda per **Inicia Films**, **Cinètica Produccions** i **Umedia**, la pel·lícula compta també amb el finançament de l’**ICAA** i amb el suport de l’**ICEC**, **Fundación Mallorca**

Turisme i **Mallorca Film Commission**. A més, compta amb la col·laboració de **Filmax** i la participació de **RTVE**, **Movistar Plus**, **3CAT** i **IB3**. La pel·lícula arribarà als cinemes de la mà de **Filmax**. Protagonitzada per **Lolita Flores** al paper de la matriarca gitana que controla l’epicentre de la droga a Mallorca, completen el repartiment d’aquest **thriller policíac Àsia Ortega, Jordi Sánchez i Elena Furiase**, entre d’altres. **Amelia Mora** (‘La infiltrada’) signa el guió.



Lolita Flores protagonitza ‘Mallorca Confidencial’

Sinopsi

Mallorca, any 2007. La Chusa, matriarca d’un poblat barraqüista, controla el mercat de la droga amb el suport de veïns, traficants i policies. Però quan pateix un robatori substancial, veu com trontolla el seu poder i la seva família. Segons paraules d’Ilundain, ‘Mallorca Confidencial’ és una història d’èxit, a un preu molt alt. Una dona nascuda en un poblat marginal que es converteix en reina del tràfic de drogues de tot un emblem de vacances com és Mallorca. A base d’instint, determinació, intel·ligència i moltes complicitats, La Chusa obté un lloc a l’illa i el seu lloc al món.” La pel·lícula parla de les dificultats a què s’enfronten alguns personatges, dilemes morals de qui intenta escapar del seu destí, mentre que uns altres es deixen portar per la cobdícia i l’abús de poder.

Fitxa tècnica i artística

Direcció: David Ilundain
Guió: Amèlia Mora
Producció: Valérie Delpierre, Luís Ortas
Intèrprets: Lolita Flores, Àsia Ortega, Jordi Sánchez, Elena Furiase

CORREDORA

‘**Corredora**’, l’òpera prima de **Laura García Alonso**, que compta amb el **suport d’Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Contingut (Slate)**, va iniciar el **rodatge a Barcelona** el passat mes de maig.

Produïda per **Distinto Films**, en coproducció amb **Elastica Films** i **Dos Soles Media**, compta també amb el finançament de l’**ICEC** i l’**ICAA** i amb la participació de **3Cat** i **RTVE**. La pel·lícula es distribuirà als cinemes de l’Estat espanyol de la mà d’**Elastica Films**. Protagonitzada per **Alba Sáez**, **Marina Salas** i **Àlex Brendemühl**, entre d’altres, aquest llargmetratge de García Alonso, coescrit amb **Pol Cortecans**, retrata l’univers de la **salut mental a l’esport d’elit**.

Segons paraules de la **directora**: “La protagonista viu allò que més temen els esportistes: una lesió. Pateix un brot psicòtic que requereix hospitalització. La seva lesió resulta invisible per als altres, fins i tot de vegades per a ella mateixa. Tinc la sensació que la representació que fa el cinema sobre la malaltia mental està freqüentment estigmatitzada. Vull creure que podem construir una narrativa dife-

rent, una història on hi hagi espai per a la lluita i la renúncia, per al conflicte i l’acceptació”, explica.

El rodatge, en **català**, es va allargar durant **6 setmanes a Barcelona i Saragossa**. ‘**Corredora**’ compta amb el **suport d’Europa Creativa MEDIA al European Slate Development** per part de **Distinto Films**. Durant el desenvolupament, el projecte va participar al laboratori internacional del **Mediterranean Film Institute (MFI)** a Grècia, que compta també amb el suport d’**Europa Creativa MEDIA**.

Fotograma del film ‘Corredora’



Sinopsi

Cris, una corredora d’elit, pateix un brot psicòtic que l’obliga a allunyar-se de l’alta competició. No tots al seu voltant podran o sabran com ajudar-la, però la Natàlia, la seva germana, serà el seu refugi per acceptar-ne la condició i redefinir-ne el ritme de vida.

Fitxa tècnica i artística

Direcció: Laura García Alonso

Guió: Laura García Alonso, Pol Cortecans

Producció: Miriam Porté, María Zamora, Àngels Masclans

Intèrprets: Alba Sáez, Marina Salas i Àlex Brendemühl

IVÁN & HADOUM

El **rodatge** del film amb **suport MEDIA ‘Iván & Hadoum’**, òpera prima d’**Ian de la Rosa**, protagonitzada per **Silver**, juntament amb la cantant **Herminia Loh**, va **finalitzar a Almeria** el passat mes de juliol.

Es tracta d’una producció de la madrilenya **Avalon** en associació amb la catalana **Vayolet Films** i l’andalusa **Pecado Films**, que coprodueixen el projecte amb l’alemanya **Port au Prince Films** i la belga **Saga Film**. La **distribució** a l’Estat espanyol anirà també a càrrec d’**Avalon**.

Herminia Loh, Silver i el director Ian de la Rosa



Sinopsi

L’Iván (33), un home trans, i la Hadoum (30), una dona hispano-marroquina, s’enamoren als hivernacles industrials on treballen. Mentre s’enfronten a l’oposició de les seves famílies i companys de feina, l’Iván s’adona que no necessita ser el tipus d’home que s’espera que sigui.

‘**Iván & Hadoum**’, que narra la història d’un amor inesperat que desafia les diferències culturals, va guanyar l’**Eurimages Co-Production Development Award**, valorat en 20.000 euros, en el marc del **Berlinale Co-Production Market** de 2023 a la **Berlinale**. El projecte va participar també a tallers de desenvolupament com **TorinoFilmLab**. El film s’estrenarà a la secció Panorama de la Berlinale 2026.

A més del **suport d’Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Contingut**, la pel·lícula compta amb el suport de **RTVE**, **Canal Sur**, **Arte**, **ZDF**, **Movistar Plus**, **ICAA**, **Junta de Andalucía**, **ICEC** i **Eurimages**.

Fitxa tècnica i artística

Direcció: Ian de la Rosa

Guió: Ian de la Rosa

Producció: Stefan Schmitz, Emilia Fort Molas, Carlotta Schiavon

Intèrprets: Silver, Herminia Loh



L'actriu Aida Folch i la directora Neus Ballús durant el rodatge de la pel·lícula

EACH OF US

El passat **24 d'octubre** va finalitzar a **Navarra**, després de rodar-se els exteriors a **Polònia** i **Alemanya**, el **rodatge del film amb suport MEDIA 'Each of Us'**, codirigit per la catalana **Neus Ballús**, l'alemanya **Anne Zohra Berrached**, la polonesa **Anna Jadowska** i la suïssa **Stina Werenfels**.

Es tracta d'una coproducció entre **Catalunya (Alhena Production)**, **Polò-**

Sinopsi

A Ravensbrück, l'únic camp de concentració exclusivament femení que va existir durant la Segona Guerra Mundial, cent mil dones de 42 nacionalitats conviuen entre el dolor i l'esperança. Inspirat en fets reals, el llargmetratge segueix la vida de quatre dones, tot centrant-se en les seves estratègies per a sobreviure i en la seva condició de dones. Tot això explicat a través d'una estructura no tradicional, abstracció de l'espai temps i retrats salvatge intims.

ARTICLE ELS RODATGES MEDIA

nia (Blick Productions International), Alemanya (Bon Voyage Films) i Suïssa (Turnus Films), amb guió d'Eva Pauné, Mirjam Ziegler i les mateixes directores. A més del **suport d'Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament**, el film compta també amb el suport d'**Eurimages a la Coproducció**, i amb **ajut de l'ICEC**. La pel·lícula s'endinsa dintre del camp de concentració de Ravensbrück per donar veu a les dones víctimes de l'horror nazi. La pel·lícula està interpretada per **quatre actrius**, també de quatre països diferents, que han estat dirigides cada una per una de les quatre directores, per tal de donar a la producció un embastit de versemblança i autenticitat històrica, lingüística i cultural. Les quatre actrius són **Diane Kruger** (Alemanya), **Carla Juri** (Suïssa), **Aida Folch** (Espanya) i **Ninel Geiger** (Alemanya). La producció va a càrrec de **Norbet Llaràs (Alhena Production)**, que destaca el repte col·lectiu de "crear una sola pel·lícula amb quatre mirades diferents, un únic viatge emocional ple de generositat i equilibri". **L'estrena als cinemes està prevista per a la primavera del 2026**.

Fitxa tècnica i artística

Direcció: Neus Ballús, Anne Zohra Berrached, Stina Werenfels, Anna Jadowska
Guió: Eva Pauné, Mirjam Ziegler, Laura Pousa, Anne Zohra Berrached, Neus Ballús
Producció: Norbert Llaràs
Intèrprets: Diane Kruger, Aida Folch, Carla Juri, Ninel Geiger.

CABALLÉ

El **biopic** amb **suport d'Europa Creativa MEDIA 'Caballé'**, dirigit per **Patricia Ortega**, que relata la història de la soprano Montserrat Caballé, va dur a terme el **rodatge** el passat mes de **novembre**.

Es tracta d'una producció de **Set Màgic Audiovisual**, **La Claqueta PC**, **Amania Films** i **No action capital AIE**, en coproducció amb **La Charito**, **EFD** i **Menuetto film**, i amb el patrocini de **Peris Costumes**.

A més del **suport d'Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Contingut (Single Project per part de Set Màgic Audiovisual)**, la pel·lícula compta també amb el suport de **l'ICEC** i **l'ICAA**. També compta amb la participació de **3Cat**. **Filmax** estrenarà **'Caballé'** properament als cinemes.

La pel·lícula està protagonitzada per **Begoña Alberdi** i **Ana Saavedra**, que interpreten Montserrat Caballé a les diferents etapes de la seva vida (Alberdi-Montserrat adulta/ Saavedra-Montserrat adolescent). Completen el repartiment **Núria Prims**, **David Bagès**, **Mercè Arànega**, **Marina Comas**, **Pep Pla**, **Pep Munné** i **Carles Francino**, entre d'altres.

El rodatge de la pel·lícula va transcórrer a l'espai de **Punta Zorroza**, ubicat a **Bilbao** (on s'hi van construir espais de les dues èpoques), i a diverses localitzacions de la ciutat de **Barcelona**, com el **Gran Teatre del Liceu**.

ELS RODATGES MEDIA ARTICLE

Sinopsi

'Caballé' relata la història de la soprano des dels seus inicis fins a convertir-se en la gran diva de l'òpera mundial. La pel·lícula alterna dues etapes temporals de la seva vida: d'una banda, la joventut, en una família humil marcada per l'escassetat de la postguerra i la pressió de ser l'últim recurs per als seus; i per altra banda, la seva plenitud el 1991, quan, ja convertida en una gran diva, actua a la seva Barcelona natal.

Fitxa tècnica i artística

Direcció: Neus Ballús, Anne Zohra Berrached, Stina Werenfels, Anna Jadowska
Guió: Marta Armengol, Eduard Sola, Marc González
Producció: Oriol Marcos, Olmo Figueredo González-Quevedo, Kevin Iglesias
Intèrprets: Begoña Alberdi, Ana Saavedra, Núria Prims, David Bagès, Mercè Arànega, Marina Comas, Pep Pla, Pep Munné i Carles Francino



Begoña Alberdi durant el rodatge de 'Caballé'

L'ESCLETXA

El passat mes de novembre va finalitzar a **Barcelona** el rodatge del **llargmetratge de ficció amb suport MEDIA 'L'escletxa'**, d'**Àlex Lora**.

Es tracta d'una coproducció entre la catalana **Inicia Films** i la belga **Scope Pictures**, amb la participació de **3CAT**, el suport de l'**ICEC** i **Europa Creativa MEDIA** i el finançament de l'**ICAA**.

'**L'Escletxa**' està protagonitzada per **Anna Alarcón** ('**Esmorza amb mi**', '**Mamífera**'), **Younes Tisghiti**, **Wallid Zaghdoud**, **Mourad Oauni** ('**La Unitat**', '**Berlín**') i **Maia Vila**, amb la participació especial d'**Alex Brendemühl** ('**Creatura**', '**Truman**').

El **rodatge**, que es va allargar durant quatre setmanes, es va dur a terme entre **Barcelona** i **Ripoll**.



'**L'escletxa**', d'**Àlex Lora**, compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament (Slate)** per part d'**Inicia Films**.

Sinopsi

2017, Pol Khaled, un adolescent de Ripoll, de mare catalana i pare marroquí que els va abandonar, indaga sobre la seva identitat l'any més convuls de la Catalunya recent, quan s'està gestant el referèndum i una de les tragèdies que marcarà el futur del poble.

El títol inicial de la pel·lícula era '**Entre la pedra i el martell**' i compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament (Slate)** per part d'**Inicia Films**.

'**L'Escletxa**', el **segon llargmetratge** d'**Àlex Lora** després d'"**Unicornios**", que també compta amb **suport MEDIA**, aborda "**la identitat, els prejudicis i el pas d'adolescent a adult**" i s'acosta al context dels atemptats terroristes de **Barcelona** i **Cambrils** el **17 d'agost del 2017**; al de l'arribada i la integració de persones migrants a Espanya; i al moment polític i social sorgit del procés independentista i la gestió del **referèndum de l'1 d'octubre**.

Fitxa tècnica i artística

Direcció: Àlex Lora

Producció: Valérie Delpierre

Intèrprets: Younes Tisghiti ,
Anna Alarcón

EUROPA
CREATIVA
MEDIA

**Subscriu-te
als nostres
avisos i
estigues al
dia de les
noves
d'Europa
Creativa!**

ESTIGUES AL DIA, SUBSCRIU-TE!

Us informem diàriament al [web](#), [Facebook](#), i [Twitter](#). Recordeu que oferim un servei de [subscripció de notícies](#), des del qual podeu rebre tota la informació MEDIA que us sigui d'interès, així com informació sobre les properes activitats d'[Europa Creativa Desk- MEDIA Catalunya](#) (sessions informatives, conferències, taules rodones...), i les activitats del Programa Europa Creativa MEDIA en l'àmbit europeu (sol·licitud d'ajuts, festivals, mercats, premis, cursos de formació...).



'La soledad',
de Jaime Rosales

35 ANYS DEL PROGRAMA MEDIA: TRES DÈCADES I MITJA IMPULSANT EL CINEMA I L'AUDIOVISUAL EUROPEU (1991-2026)

L'any 2026 el programa MEDIA -la iniciativa de la Unió Europea dedicada al suport del sector audiovisual- celebrarà el 35è aniversari. Tres dècades i mitja després del seu llançament, MEDIA s'ha consolidat com una de les polítiques culturals més influents i reeixides d'Europa. No només ha contribuït a enfortir la indústria audiovisual, sinó que també ha impulsat la creació, la circulació i la visibilitat de milers de pel·lícules i sèries europees més enllà de les seves fronteres nacionals.

Un programa nascut per connectar Europa a través de les pantalles

Creat el 1991, MEDIA va néixer amb un objectiu clar: **enfortir el teixit audiovisual europeu en un mercat dominat per la producció nord-americana**. Les primeres línies d'ajut es van centrar en la formació, el desenvolupament de projectes i la distribució internacional, conscients que la diversitat cultural europea necessitava estructures sòlides per prosperar.

Amb els anys, MEDIA ha anat evolucionant per adaptar-se a nous hàbits de consum, a l'impacte de les plataformes digitals i a les mutacions constants de la indústria. El resultat: una xarxa robusta i un ecosistema de professionals més preparats, més connectats i més internacionalitzats que mai.

Un impacte mesurable: milers de projectes, milions d'espectadors

Durant 35 anys, **MEDIA** ha deixat empremta a totes les fases de la creació audiovisual:

1. Desenvolupament i producció

Ha donat suport a **milers de projectes europeus**, entre ells pel·lícules premiades als **Oscars**, als **Globus d'Or**, als **César** i, sobretot, als **festivals de Cannes, Berlín i Venècia**. MEDIA ha permès que històries petites, singulars i d'autor trobessin la manera de créixer i arribar al públic europeu.

2. Distribució transnacional

És probablement l'aportació més visible: **un increment espectacular de la circulació de pel·lícules europees fora del seu**



Alcarràs



Amélie



Anatomía de una caída



Dies d'agost



Elisa y Marcela



El orfanato



Anita no perd el temps



As Bestas



Bruc: el desafío



En construcción



En la ciudad



Estiu 1993



Bugarach



Cold War



Comandante Arian



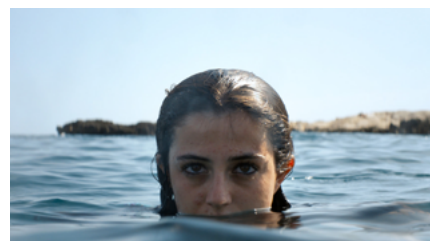
Flee



Fràgiles



Frightened



Creatura



Chico & Rita



Dictado



Girasoles silvestres



Incerta Glòria



Kràmpack

país d'origen. La xarxa de distribuïdors i agents de vendes amb suport MEDIA ha multiplicat les oportunitats de visibilitat per a títols que, d'altra manera, haguessin quedat confinats al mercat local.

3. Exhibició i públic: el paper clau d'Europa Cinemas

Des de 1992, MEDIA dona suport a la xarxa **Europa Cinemas**, la primera xarxa de sales dedicada a la difusió del cinema

europeu. Avui dia compta amb més de **3.000 pantalles a més de 700 ciutats**, convertint-se en un motor essencial perquè el cinema europeu mantingui la presència a les sales en l'era de l'*streaming*.

4. Formació i innovació

MEDIA també ha impulsat programes de formació d'alt nivell com **EAVE, ACE Producers, MIDPOINT, Torino Film Lab**, i molts altres, que han professionalitzat

generacions de productors/es, guionistes, distribuïdors/es i exhibidors/es.

Cap a on va MEDIA? Mirant al 2030

El 35è aniversari arriba en un moment de gran transformació:

- La convivència entre sales, televisió i plataformes redefineix les cadenes de valor.

- La intel·ligència artificial obre oportunitats, però també reptes per a la creativitat.
- La sostenibilitat ambiental esdevé imprescindible en una indústria tradicionalment intensiva en recursos.
- La necessitat de reforçar la diversitat cultural i lingüística és més gran que mai.

En aquest context, MEDIA es prepara per reforçar encara més:



La boda de Rosa



La gran belleza



La plaga



La propera pell



La soledad



La teta asustada



La vida secreta de las palabras



Les mans buides



Libertad

- la **col·laboració europea en produccions multinacionals**,
- la **circulació de continguts a escala global**,
- el **suport a les sales independents**,
- i la **formació en noves habilitats digitals**.

35 anys construint una identitat audiovisual europea

Si una cosa ha demostrat MEDIA durant tres dècades i mitja és que **Europa és més forta quan comparteix històries**. Pel·lícules tan diverses com *Amélie*, *Todo sobre mi madre*, *Slumdog Millionaire*, *La gran belleza*, *Anatomía de una caída*, *Flee*, *Cold War* o *The Favourite*

—totes de recorregut internacional i moltes guardonades— han comptat amb **suport MEDIA** en alguna fase.

El 2026 no només serà una data simbòlica: serà l'oportunitat perfecta per reflexionar sobre què ha aportat el programa i per reafirmar-lo com una eina clau per al futur del cinema europeu.

MEDIA estima les nostres històries

Si ens centrem ara en el suport que ha rebut l'audiovisual català del Programa MEDIA durant aquests 35 anys, podem fer un viatge per diferents títols. Al llarg d'aquestes dècades, desenes de cineastes catalans/es i produccions amb par-



Lo imposible



Los lunes al sol



Los pasos dobles



Los Tortuga



McCurry, la búsqueda del color



Menja d'amor



Mientras duermes



Mi vida sin mí



Molt lluny

ticipació catalana han rebut suport de MEDIA, tot consolidant una indústria que ha sabut combinar talent local amb vocació global.

Ja a principis dels 2000, títols com *En construcción* (2001), de **José Luis Guerín**, o *Los lunes al sol* (2001), de **Fernando León de Aranoa**, mostraven la força d'un cinema social i compromès que va trobar en **MEDIA** un aliat per arribar a **festivals internacionals**. En paral·lel, directors com **Cesc Gay** (*Kràmpack*, *En la ciudad*, *Truman*) o **Antonio Chavarrías** (*Volverás*, *Dictado*) consolidaven una mirada urbana i intimista que connectava amb el públic europeu.

Diversitat de gèneres i estils

El suport MEDIA ha permès que Catalunya fos present en pràcticament tots els gèneres cinematogràfics:

- **Documental i mirada social:** *La plaga* (2012), de **Neus Ballús**, o *Comandante Arian* (2018), d'**Alba Sotorra**, han estat reconeguts internacionalment.
- **Animació:** *Chico & Rita* (2010) i *They Shot the Piano Player* (2023), de **Javier Mariscal** i **Fernando Trueba**, o les sèries de *Les Tres Bessones*, han demostrat que l'animació catalana pot competir a escala global.
- **Cinema d'autor:** **Jaime Rosales** (*La soledad*, *Petra*, *Girasoles silvestres*),



Muse



Nadie quiere la noche



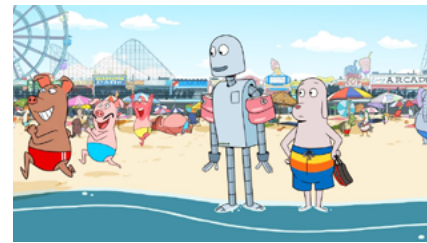
Pacifiction



Petra



REC



Robot Dreams



Romería



Sirât



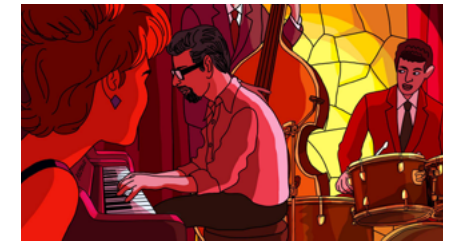
Slumdog Millionaire



Supernatural



The favourite



They Shot the Piano Player



Todo sobre mi madre



Truman



Upon Entry



Volverás



Yuli

Isaki Lacuesta (*Los pasos dobles*, *La propera pell*) o **Marc Recha** (*Dies d'agost*, *Les mans buides*) han consolidat un estil propi, amb el suport MEDIA per a la seva difusió.

• **Noves veus:** **Carla Simón** (*Estiu 1993*, *Alcarràs*, *Romería*), **Clara Roquet** (*Llibertat*), **Elena Martín Gimeno** (*Creatura*), o **Belén Funes** (*Los Tortuga*) representen la nova generació de cineastes catalanes que MEDIA ha ajudat a internacionalitzar.

Reconeixement internacional

El programa ha estat clau per a cineastes que han arribat a l'elit mundial. **Juan Antonio Bayona** (*El orfanato*, *Lo imposible*) i **Albert Serra** (*Pacifiction*)

han portat el cinema català a Cannes i a Hollywood. **Rodrigo Sorogoyen**, amb *As Bestas*, o **Pablo Berger**, amb *Robot Dreams*, han estat premiats a festivals i han rebut guardons internacionals.

També noms com **Isabel Coixet** (*Mi vida sin mí*, *La vida secreta de las palabras*, *Nadie quiere la noche*, *Elisa y Marcela*), **Icíar Bollain** (*La boda de Rosa*, *Yuli*), o **Claudia Llosa** (*La teta asustada*) han consolidat la presència catalana en coproduccions internacionals.

Una indústria plural

El 35è aniversari de MEDIA a Catalunya és també un homenatge a productores,

animadores i documentalistes que han fet possible aquest recorregut: **Dennis Delestrac** (*Frightened*, *McCurry*, *la búsqueda del color*), **Ventura Durall** (*Bugarach*, *Supernatural*), **Edmon Roch** (*Bruc: el desafío*), **Meritxell Colell**, **Alba Sotorra**, o **Zabriskie Films** amb *Upon Entry* o *Molt lluny*. Sense oblidar el llegat de **Ventura Pons** (*Anita no perd el tren*, *Menja d'amor*), **Bigas Luna**, **Jaume Balagueró** (*Frágiles*, *Mientras Duermes*, *Muse*, *REC*) o **Agustí Villaronga** (*Incerta Glòria*), que van obrir camí amb obres que encara avui són referents.

Catalunya ha estat, i continua sent, un motor creatiu dins del programa MEDIA. Des de *En construcción* fins a *Sirât*

i *Romería*, passant per *Alcarràs*, *Pacifiction* o *Robot Dreams*, el cinema català ha sabut aprofitar el suport europeu per projectar-se al món. El 35è aniversari és, doncs, una celebració del talent, la diversitat i la capacitat de les nostres històries per emocionar públics globals.■

ARTICLE



PROGRAMA AGORAEU 2028-2034

Una nova etapa per a la cultura, la creativitat i la democràcia europea

La **Comissió Europea** ha presentat la seva proposta d'un **Marc Financer Plurianual (MFP)** ambiciós i dinàmic, que ascendeix a gairebé **2 bilions d'euros** (o l'1,26% de la renda nacional bruta de la UE de mitjana entre el 2028 i el 2034).

Una de les propostes de la **Comissió Europea** per al **pressupost de la UE 2028-2034**, també conegut com a **Marc Financer Plurianual ("MFP")**, és el nou

programa '**AgoraEU**' per a la **cultura, els mitjans de comunicació i la societat civil**.

Aquest programa integrat únic proporcionarà espais on els ciutadans puguin reunir-se, crear i intercanviar, expressar lliurement les seves opinions i ser més conscients i apreciar més la diversitat.

AgoraEU cobrirà àrees polítiques que són clau per empoderar la ciutadania europea i construir societats més fortes i resilents.

Objectius principals

Els objectius del programa es poden resumir en diversos blocs clau:

- Promoure la diversitat cultural i lingüística de la UE, i conservar el patrimoni cultural.
- Augmentar la competitivitat dels sectors culturals i creatius, especialment de l'audiovisual i dels mitjans de comunicació.
- Protegir la llibertat artística i mediàtica, i promoure espais de llibertat d'expressió i pluralisme.
- Fomentar la participació ciutadana activa, la igualtat, els drets fonamentals, l'estat de dret i el compromís civil de la societat.

Estructura i components

El programa es divideix en **tres grans eixos** o branques, que cobreixen diferents àrees d'actuació:

- **Europa Creativa – Cultura:** per al suport a la creació, el patrimoni, la mobilitat d'artistes i la cooperació transnacional.
- **MEDIA+:** evolució del que actualment és la branca **MEDIA** del programa **Europa Creativa**; centrat en mitjans de comunicació, audiovisual, producció i contingut digital.
- **Democràcia, Ciutadania, Igualtat, Drets i Valors (CERV+):** que engloba la participació ciutadana, els drets hu-

mans, la igualtat de gènere, la llibertat dels mitjans, etc.

Pressupost i dades rellevants

- La proposta inicial de la Comissió xifra el pressupost per a l'AgoraEU en **aproximadament 8.600 milions d'euros** per al període 2028-2034.
- Distribució aproximada:
 - **1.800** milions d'euros per a la branca **Cultura**.
 - **3.200** milions d'euros per a **MEDIA+**.
 - **3.600** milions d'euros per a Democràcia/Ciutadania/Drets i Valors.
- El programa s'inscriu dins d'un MFP de la UE que se situa en un total d'uns 2 bilions d'euros aproximadament per al període 2028-2034.

Importància i repercussió

- El fet de combinar diferents programes (Cultura, MEDIA, Ciutadania) en un sol instrument pretén simplificar l'accés i augmentar l'impacte de la finançament europeu en aquests sectors.
- Per als sectors culturals i audiovisuals, representa una aposta clara de la UE per donar més visibilitat i mitjans a la creativitat, la diversitat cultural, la producció europea i la competència en l'era digital.
- Per a la societat civil, els mitjans de comunicació i les organitzacions de ciutadania, l'AgoraEU significa una oportunitat de reforçar el rol de la participació, la llibertat mediàtica i els valors europeus davant de reptes com

la desinformació, l'autoritarisme, o la pressió sobre drets fonamentals.

- A l'àmbit estatal i regional (inclòs Espanya i Catalunya) caldrà adaptar-se per presentar projectes, sol·licitar finançament i detectar oportunitats d'aquest nou marc.

Reptes i consideracions

- Encara que la proposta ja està formulada, cal destacar que el programa està subjecte a negociació entre la UE, el Parlament Europeu i el Consell. Això vol dir que les xifres finals i condicions podrien variar.
- Els sectors de l'audiovisual i els mitjans de comunicació independents han demanat que es mantingui un compromís clar amb la producció independent, la pluralitat i l'autonomia editorial.
- Caldrà garantir que les regles d'accés, finançament, distribució i criteris estiguin ben definits i siguin accessibles per a entitats petites, organitzacions de base i projectes territorials diversos.
- Serà important la coordinació als àmbits nacional i local per aprofitar les oportunitats: enviar projectes, establir aliances transnacionals, preparar sol·licituds i assegurar que es reuneixen els criteris de la UE.

Què vol dir per a Catalunya i Espanya

Per a professionals, organitzacions i administracions culturals de Catalunya i Espanya, l'AgoraEU suposa una finestra d'oportunitat:

- Possibilitat de sol·licitar finançament europeu per a projectes culturals, audiovisuals i de mitjans que tinguin dimensió transnacional i cooperació europea.
- Per a entitats de ciutadania, mitjans i organitzacions de drets, una plataforma de suport per al desenvolupament de polítiques, accions participatives i defensa de valors europeus.
- Requereix preparar-se a partir d'ara: estar al corrent de les convocatòries, establir col·laboracions internacionals, veure com encaixen les prioritats del programa amb el projecte propi.
- Caldrà atendre les convocatòries, complimentar requisits, assegurar que es compleixen criteris d'impacte, cooperació, innovació, diversitat, etc.

Conclusió

L'AgoraEU representa una aposta clara de la Unió Europea per reforçar la cultura, els mitjans i la participació ciutadana en la propera dècada (2028-2034). El fet de reunir diversos programes en un sol instrument permetrà més coherència, més visibilitat i, potencialment, més eficàcia. Per a entitats i professionals del món cultural, audiovisual o de la societat civil, obre nous camins que convé començar a preparar amb antelació. ■

ARTICLE

EUROPEAN MEDIA INDUSTRY OUTLOOK

Radiografia del sector audiovisual europeu

La **Comissió Europea** ha publicat la **2a edició de l'informe 'European Media Industry Outlook'**, que analitza en profunditat les tendències del mercat europeu dels mitjans de comunicació. Aquesta versió de 2025 aprofundeix en l'oferta i la demanda en àmbits com l'audiovisual, els videojocs, la realitat immersiva (XR) i els mitjans informatius en els darrers anys.

L'objectiu de **l'informe** és explorar les tendències dels mitjans de comunicació i analitzar el seu impacte potencial en els mercats dels mitjans de comunicació de la UE. Examina diversos sectors dels mitjans de comunicació, tot proporcionant visions generals del mercat, tendències tecnològiques i informació emergent sobre producció i consum a l'àmbit de la UE-27.

L'informe es basa en la investigació de dades quantitatives i fonts secundàries, així com en intercanvis amb les parts interessades al voltant del tema comú de la competitivitat de la indústria de la UE.

Una **primera edició d'aquest informe** es va publicar el **2023**. A més d'una anàlisi exhaustiva de les tendències d'inversió i tecnologia, aquesta **edició del 2025** inclou **informació més detallada sobre els consumidors/es**.

Objectius i metodologia

L'informe té com a finalitat proporcionar una radiografia clara i actualitzada del panorama mediàtic a la **UE27**, tot identificant oportunitats de creixement i estructures de competència entre empreses europees i grans actors globals.

Per elaborar-lo, la Comissió ha combinat recerca quantitativa amb enquestes dels consumidors i entrevistes amb actors clau del sector. En particular, una enquesta de consum realitzada entre juliol i octubre de 2024 va recollir les opinions de **55.746 persones** de tots els Estats membres de la UE.

Tendències destacades

1. Contingut de qualitat i competència global

L'informe subratlla que Europa continua produint contingut audiovisual d'alta qualitat —sèries, pel·lícules, videojocs i notícies— però es troba davant d'una pressió creixent per part de grans plataformes globals. Les companyies tradicionals de mitjans competeixen no només entre elles, sinó amb plataformes com les xarxes socials pel pressupost publicitari i l'atenció dels consumidors.

2. Innovació tecnològica i models centrats en l'usuari

L'informe recomana adoptar fortament la innovació digital i posar l'usuari al centre dels models de negoci. L'ús de tecnologies europees, inclosa la intel·ligència artificial (IA), es presenta com una palanca clau per millorar la competitivitat i augmentar la independència del sector mediàtic europeu.

3. Propietat intel·lectual europea

La riquesa cultural d'Europa i el seu patrimoni intel·lectual són recursos estratègics. L'informe anima les empreses mediàtiques europees a explotar aquesta propietat intel·lectual per destacar en un mercat cada cop més saturat.

4. Desafiaments en el sector de les notícies

Els mitjans informatius europeus afronten dificultats significatives per mone-

itzar-se. Les plataformes internacionals, especialment Google i Meta, continuen absorbint una part important de la publicitat digital, deixant menys ingressos per als mitjans europeus. Aquest desequilibri posa en risc la viabilitat de mitjans locals i la pluralitat informativa.

5. Recursos humans i bretxes de competència

Tot i les oportunitats tecnològiques, l'informe detecta un escenari d'escassetat de talent en habilitats clau: programació, producció digital i domini de IA. Aquesta manca de competències pot frenar la capacitat d'adaptació i d'innovació de moltes organitzacions mediàtiques europees.

Recomanacions polítiques i d'estratègia

L'informe no només diagnostica, sinó que proposa línies d'acció per reforçar l'ecosistema mediàtic europeu:

- **Invertir més en tecnologies de la UE**, especialment IA, per evitar dependències externes.
- **Desenvolupar models centrats en l'usuari**, que atreguin audiències més diverses i maximitzin el valor de l'oferta europea.
- **Fomentar la cooperació i comercialització transnacional** de contingut europeu, per aprofitar sinèrgies de propietat intel·lectual.
- **Formació i capacitat**: impulsar



programes de formació especialitzada en tecnologies digitals i IA per equipar millor els professionals del sector.

- **Reforçar la sostenibilitat financera dels mitjans informatius**, amb mecanismes que ajudin a equilibrar la competència amb les grans plataformes digitals.

Importància per a la UE

Aquest Outlook és fonamental no només des d'un punt de vista econòmic, sinó també cultural i democràtic. Un sector mediàtic europeu fort i innovador contribueix a:

- Protegir la **pluralitat informativa**
- Promoure **valors europeus** a través del contingut cultural
- Generar ocupació d'alta qualitat
- Garantir la **sobirania tecnològica** en un entorn global dominat per grans corporacions

Conclusions

L'European Media Industry Outlook 2025 presenta un sector mediàtic europeu en transformació, amb molt potencial però amb reptes importants.

La digitalització, la IA i la centralitat de l'usuari apareixen com a eixos estratègics.

Cal una aposta decidida tant des de les empreses mediàtiques com des de les institucions per reforçar la competitivitat europea en aquest àmbit.■

Llegiu l'informe del 2025 Més informació

'MEDIA AL MALDÀ', UN VIATGE COMPARTIT PEL CINEMA EUROPEU



El productor Oriol Maymó (Uri Films) a la presentació de 'Sirat'.

A l'cor de Barcelona, el **Cinema Maldà**, que celebra el **80è aniversari** aquest mes de desembre, s'ha convertit en un escenari privilegiat per al cinema europeu. Des de l'inici del cicle '**MEDIA al Maldà**', que va inaugurar la **quarta temporada** el passat mes de setembre amb '**Romeria**', la sala ha projectat més de **30 pel·lícules amb suport del programa Europa Creativa MEDIA**, i ha aconseguit reunir més de **3.000 espectadors i espectadores**. Un públic fidel i entusiasta, amb ganes de descobrir històries que travessen fronteres i que reflecteixen la diversitat cultural del nostre continent.

Impulsat per **Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya**, en col·laboració amb el cinema **Cinema Maldà** de Barcelona, el cicle '**MEDIA al Maldà**' té com a objectiu **promoure el cinema europeu de qualitat i donar visibilitat a les obres audiovisuals amb el suport del programa Europa Creativa MEDIA de la Unió Europea**, que celebrarà el **35è aniversari** el proper any **2026**.

El cicle va arrancar al setembre de 2022, amb la proposta de **convidar el públic, l'últim dijous de cada mes, a la projecció d'una pel·lícula europea amb suport**

MEDIA al **Cinema Maldà** de **Barcelona**, que forma part de la xarxa de sales de cinemes **Europa Cinemas**, que compta també amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA**.

La iniciativa pretén contribuir a la **promoció, la circulació i la visibilitat** de les **pel·lícules** europees, tot fomentant també el **desenvolupament del públic**, per tal que descobreixi i valori el **cinema independent europeu en pantalla gran i fora de les plataformes**.

Una finestra oberta a Europa

Cada sessió ha estat molt més que una projecció: ha estat una oportunitat per viatjar sense moure's de la butaca. Les pel·lícules seleccionades han portat a la pantalla idiomes, paisatges i sensibilitats que, sovint, no arriben a les cartelleres comercials. Gràcies al suport del programa MEDIA, aquestes obres han pogut circular, trobar públic i demostrar que el cinema europeu és tan ric com plural.

El cicle **MEDIA al Maldà** ha anat teixint un relat que combina cinema europeu, proximitat i comunitat. La sala del barri gòtic ha estat testimoni de més de trenta projeccions que han portat a Barcelona històries diverses, amb el segell del programa europeu MEDIA.

Un viatge plural que ha inclòs **documentals, animació i ficció**, tot mostrant la riquesa i la diversitat de les mirades que es produeixen al continent.

Els **documentals** han aportat la força de la realitat, amb històries que connecten amb la memòria col·lectiva i que conviden a la reflexió sobre el present, com '**La marselesa de los borrachos**', de **Pablo Gil Rituerto**, o '**El rugir de las llamas**', de **Robin Petré**.

L'**animació** ha obert la porta a mons imaginaris i poètics, capaços de commoure i sorprendre, com el **Robot Dreams**, de **Pablo Berger**, o l'oscaritzada obra d'animació de **Gints Zilbalodis**, **Flow**.



L'actriu Llúcia Garcia, la productora Àngels Masclans i Àlex Navarro, responsable d'Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya, a la presentació de 'Romeria' al cicle MEDIA al Maldà.

La **ficció** ha estat el nucli del cicle, amb relats íntims, socials i experimentals que han explorat identitats, relacions i paisatges culturals diversos.

Cada sessió ha tingut la seva pròpia atmosfera: des de la '**Misericòrdia**', d'**Alain Guirodie**; al dramàtic '**Molt lluny**', del debutant **Gerard Oms**, que planteja diversos temes com la recerca d'identitat, el racisme, la immigració, la precarietat laboral i la crisi econòmica; passant pel dilema moral i la degradació de la relació maternofilial de '**La llegada del hijo**', de **Cecilia Atán** i **Valeria Pivato**; i culminats per la rave bestial d'Oliver Laxe, '**Sirât**', i la '**Romería**' familiar de **Carla Simón**.

Cada títol ha estat acompanyat de presentacions, col·loquis i convidats que han enriquit l'experiència, tot convertint les projeccions en trobades culturals més que en simples sessions de cinema. El públic del Maldà ha respost amb entusiasme, i ha consolidat el cicle com un espai de descoberta i celebració del cinema europeu i el cinema català.

Aquestes trobades han convertit cada sessió en una experiència que va més enllà de la pantalla: un espai on creadors i públic dialoguen, on les pel·lícules esdevenen punt de partida per a converses sobre cultura, política i societat.

Amb més de **3.000 espectadors i espectadores** que han passat per la sala, MEDIA al Maldà ha demostrat que el cinema europeu té un públic fidel i curiosos. Les projeccions han estat una cele-

bració de la diversitat audiovisual, i els convidats han aportat un valor afegit que transforma cada sessió en un esdeveniment únic. El Maldà s'ha consolidat així com un epicentre cultural on el cinema europeu no només es veu, sinó que es viu i es comparteix.

El Maldà com a punt de trobada

El Maldà ha sabut convertir-se en un espai de comunitat. Les projeccions han reunit cinèfils, estudiants, professionals del sector i curiosos que volien descobrir noves veus. El cicle ha creat un **ecosistema cultural** on les converses després de la pel·lícula són tan importants com la pel·lícula mateixa. És en aquest diàleg on es construeix la consciència col·lectiva sobre la importància de preservar i difondre el cinema europeu.

L'impacte de MEDIA

El programa MEDIA de la Unió Europea té com a objectiu donar suport a la indústria audiovisual, i al Maldà s'ha fet evident el seu impacte. Les més de 30 pel·lícules projectades han estat un exemple tangible de com aquest suport es tradueix en **visibilitat, accessibilitat i diversitat**.

Una celebració que continua

MEDIA al Maldà és, en definitiva, una **celebració del cinema europeu**. Un cicle que ha demostrat que les sales independents poden ser motors culturals, que el públic té curiositat per descobrir

noves històries, i que el cinema és una eina poderosa per connectar persones i cultures.

Un relat col·lectiu que uneix títols, creadors i espectadors, i que confirma que

Barcelona és una ciutat que estima el cinema europeu en tota la seva pluralitat. I el viatge, per sort, continua: cada nova projecció és una invitació a obrir la mirada i a seguir **construint comunitat al voltant de la pantalla**.■



L'actriu Llúcia Garcia abans de la presentació de 'Romería' al cicle MEDIA al Maldà.

EURIMAGES SERIES: UN IMPULS EUROPEU PER A LES SÈRIES

Imatge de la sèrie
'Pubertat'

Eurimages Series és un nou programa de finançament europeu per a coproduccions de sèries, presentat recentment per Alessia Sonaglioni, responsable del Programa Pilot per a la Coproducció de Sèries del Consell d'Europa. El seu objectiu és reforçar la col·laboració transnacional i donar suport a productores independents que vulguin desenvolupar projectes amb vocació internacional.

ARTICLE

Durant la jornada professional **Serielizados PRO 2025**, celebrada al **CCCB de Barcelona** el passat **6 de novembre** en el marc de la **12a edició del Serielizados Fest**, **Alessia Sonaglioni** va explicar en detall el funcionament del programa **Eurimages Series**.

La presentació va tenir lloc dins la sessió **MEDIA & Eurimages: Public European Funding for Series**, organitzada per **Catalan Films** i **Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya**.

Eurimages Series és una iniciativa pionera del **Consell d'Europa** que amplia l'àmbit tradicional d'**Eurimages** —centrat en el **cinema**— cap al món de les **sèries**.

Es tracta de la gran aposta del **Consell d'Europa** per donar suport a la **coproducció internacional de sèries de ficció, animació i documentals**. Després de dècades d'experiència amb el **fons de cinema**, **Eurimages** ha creat una **línia específica per a sèries**, amb un funcionament adaptat a les necessitats del sector audiovisual contemporani.

Objectius principals

- **Promoure la coproducció internacional:** el programa busca que productores de diferents països europeus uneixin esforços per crear sèries amb abast global.

- **Reforçar la diversitat cultural:** Sonaglioni va subratllar que Eurimages vol donar veu a històries plurals, tot reflectint la riquesa cultural europea.
- **Impulsar la competitivitat:** el suport econòmic pretén ajudar les productores independents a competir en un mercat dominat per grans plataformes.
- **Crear un ecosistema sostenible:** es vol establir un marc estable de col·laboració que permeti a les empreses audiovisuals créixer i consolidar-se.

Un programa pilot que es consolida

- Eurimages Series va néixer com un **programa pilot** fa tres anys.
- Actualment compta amb **21 estats membres**, entre ells Espanya, que permeten a les productores establertes en aquests països presentar-se al fons.
- El programa s'ha prorrogat fins al **2026-2027**, amb la voluntat de consolidar-se com una línia estable de finançament.
- Fins ara s'han aprovat **22 projectes**, tots en producció o ja finalitzats, un resultat que **Sonaglioni** considera **molt positiu** per a un **pilot**.

Diferències amb el fons de cinema

Alessia Sonaglioni va remarcar que el funcionament és **lleugerament diferent** del fons cinematogràfic:



- No tots els estats membres del fons de cinema formen part del programa de sèries.
- L'estructura de la coproducció és flexible: només cal que un dels coproductors estigui en els 21 estats participants; l'altre pot provenir de la "família Eurimages" més àmplia.
- Aquesta configuració respon a la manera com es finança el pilot i a la voluntat d'obrir el programa a més socis.

Complementarietat amb MEDIA

Un punt clau és la relació amb el programa **Europa Creativa MEDIA**:

- **Eurimages Series** és **totalment complementari i compatible** amb la línia de suport **MEDIA TV Online Content**.
- Les productores poden presentar-se a tots dos fons, abans o després, sense incompatibilitats.
- La diferència principal és que Eurimages permet que els projectes estiguin **més avançats en el rodatge**: fins a un 50 % filmat en ficció i fins a un 80 % en docuseries, sempre que la producció no estigui completament finalitzada.
- No hi ha requisit de **termini de llicència** amb les plataformes, per facilitar la negociació en països on encara és complicat.

Condicions de finançament

El sistema és més senzill que el del fons de cinema:

- Subvencions fixes de **250.000 €** o **500.000 €**, sense bestretes reintegrables.
- L'ajut no pot superar el **25 % del pressupost d'una temporada**.
- Només es finança **una temporada per projecte**.
- Es tracta d'una **subvenció**, no d'un préstec reintegrable.
- Pagament en dues fases: **75 % per avançat** en signar el conveni i **25 % al final** de la producció, un cop acreditada l'emissió.

- S'estudia afegir un **tercer tram més petit** per facilitar l'accés a docuseries i projectes de països amb menor capacitat de producció.
- Cal tenir un **60 % del finançament tancat** en el moment de la sol·licitud, amb flexibilitat territorial.
- Les despeses elegibles són exclusivament de **producció** (no de desenvolupament) i han de ser posteriors a la data límit de presentació de sol·licitud.
- El suport s'atorga a l'**empresa sol·licitant**, que apareix com a receptora oficial de la subvenció.

Requisits mínims

- Ser una **productora independent** establerta en un dels 21 països contribuents.
- Coproduir amb una altra productora independent de l'àmbit geogràfic ampliat d'Eurimages.
- Tenir com a mínim un **10 % de la titularitat** de l'obra acabada (la coproductora, un 5%).
- Comptar amb una **televisió o plataforma vinculada**:
 - En ficció, ha d'estar establerta al país de la productora sol·licitant.
 - En documentals o animació, pot ser qualsevol televisió o plataforma de l'àmbit ampliat.
- Aportar com a mínim una font de finançament confirmada al país copro-

ductor (televisió, plataforma, capital privat, finançament públic o incentiu fiscal).

Materials necessaris

Per presentar la sol·licitud cal:

- **Guió d'un episodi i Bíblia de la sèrie.**
- **Pla de finançament** amb confirmació de les fonts.
- **Pressupost detallat.**
- **CV de l'equip artístic i tècnic.**
- Estratègia d'**igualtat de gènere i diversitat** aplicada al projecte.
- Política de **sostenibilitat** vinculada al projecte.

Sonaglioni va remarcar que l'avaluació se centra en el **projecte concret**, no en la trajectòria de l'empresa.

Consells per a la propera convocatòria

Segons **Alessia Sonaglioni**, els productors han de:

- **Enfortir la col·laboració creativa**, que ha de ser real i no només sobre el paper.
- Evitar coproduccions purament financeres.
- Assegurar que l'**empresa sol·licitant sigui la impulsora del projecte**, és a dir, qui signa amb els creadors i paga els honoraris.



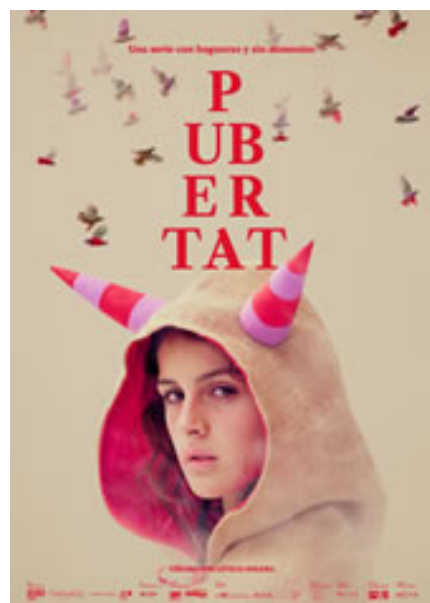
Imatge de la sèrie 'Pubertat'

Objectius centrals

- **Diversitat cultural:** garantir que les històries reflecteixin la pluralitat europea.
- **Suport als productors independents:** donar-los eines per competir en un mercat dominat per grans plataformes.
- **Col·laboració creativa transnacional:** estimular projectes que travessin fronteres i connectin amb audiències diverses.

Una oportunitat per a productores independents

Segons Sonaglioni, Eurimages Series vol ser un **pont entre productores independents i institucions públiques**, tot assegurant que els projectes tinguin viabilitat financera i visibilitat internacional. El programa busca històries que **travessin fronteres** i connectin amb audiències diverses, tot reforçant la identitat cultural europea en el mercat global de les sèries.



En definitiva, **Eurimages Series** és una iniciativa que consolida Europa com a pol creatiu en el món de les sèries. Amb un sistema de finançament clar, flexible i complementari amb MEDIA, el programa obre noves oportunitats per a productores independents i reforça la diversitat cultural del continent.

Pubertat, cas d'èxit amb mirada femenina i internacional

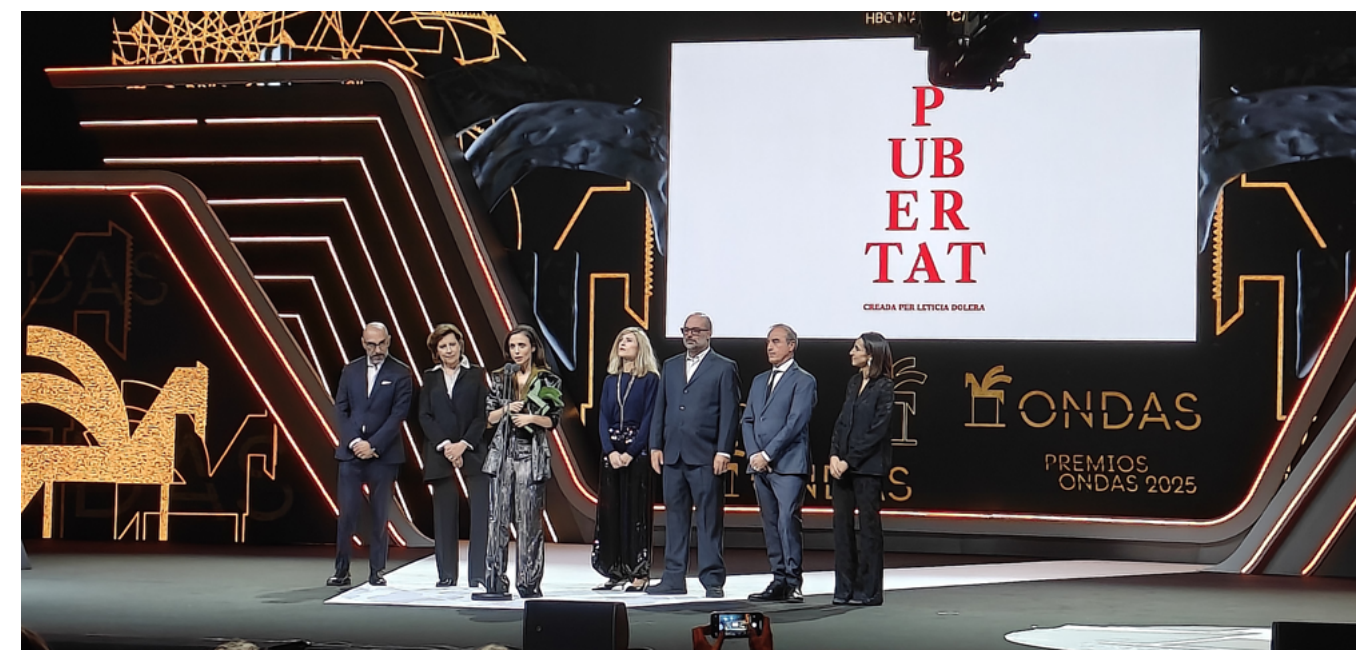
La sèrie *Pubertat*, dirigida per Leticia Dolera i produïda per **Distinto Films**, és un dels exemples clars de **projecte beneficiari del programa Eurimages Series**. Va ser seleccionada en la primera convocatòria del fons pilot per a coproduccions de sèries del Consell d'Europa.

La direcció i autoria recauen en **Dolera**, creadora i directora de la sèrie, mentre que la producció principal correspon a **Distinto Films** de **Catalunya**, amb la coproducció internacional d'**AT-Prod** de Bèlgica i de les catalanes **Corte y Confec-ción de Películas** i **Uri Films**. El projecte va comptar amb finançament d'**Eurimages Series** en el marc de la **primera convocatòria de 2023** i amb **suport d'Europa Creativa MEDIA** en la fase de **desenvolupament** a través de l'**Slate** de **Distinto Films**.

El resultat més destacat ha estat el reconeixement amb el **Premi Ondas 2025** a **la millor sèrie dramàtica**, que subratlla la seva capacitat per aportar noves mirades sobre un tema complex com l'assetjament sexual adolescent.

La sèrie, que consta de sis capítols, també va ser nominada a la categoria de **Video-ficció** dels Premis **PRIX EUROPA 2025**.

Pubertat exemplifica la filosofia del programa **Eurimages Series**, basada en la **coproducció internacional, la diversitat cultural i el suport a productores independents**. Forma part dels **set projectes seleccionats en la primera convocatòria**, en què es van repartir tres milions d'euros, i Eurimages va remarcar que el 64 % dels creadors eren dones i que es van utilitzar deu llengües nacionals, regionals i minoritàries.



Discurs de Leticia Dolera en el moment del lliurament del Premi Ondas 2025 a la millor sèrie dramàtica per 'Pubertat'.

El projecte és un bon cas pràctic perquè demostra la **complementarietat entre MEDIA i Eurimages**, amb un primer suport al **desenvolupament** per part de **MEDIA** i un finançament de **producció** posterior amb **Eurimages**. També reflecteix l'objectiu del programa de donar visibilitat a històries amb atractiu transfronterer i **valor cultural europeu**, i és un exemple de com **Eurimages Series** pot ajudar a consolidar projectes independents i portar-los a l'escena internacional.

En definitiva, *Pubertat* és un cas paradigmàtic de com **Eurimages Series** funciona a la pràctica, amb **autoria femenina, coproducció internacional, suport**

combinat de MEDIA i Eurimages i reconeixement posterior al mercat audiovisual europeu.



Celebrating
film heritage
across Europe

A Season of Classic Films 2025

ARTICLE

A SEASON OF CLASSIC FILMS

Un viatge per la història del cinema europeu

ACE (Association des Cinémathèques Européennes) va presentar els detalls de la **6a edició d'A Season of Classic Films**, el passat 19 de maig, durant el **78è Festival de Cannes**. El nou catàleg inclou **més de 40 pel·lícules** recentment **restaurades** de **27 arxius europeus**.

Aquesta iniciativa anual, que compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA**, ofereix **projeccions gratuïtes als cinemes i en línia**, tot promovent el **valor del patrimoni cinematogràfic** i la seva preservació, amb un enfocament en la **captació del públic més jove**. Des dels seus inicis, el programa ha permès la **restauració i distribució** de més de **210 pel·lícules europees**.

La **Filmoteca de Catalunya** participa de nou al programa d'**A Season of Classic Films**, enguany amb **'El amor brujo'**, de **Francisco Rovira Beleta**; un drama espanyol basat en l'icònic ballet de Manuel de Falla, que barreja amor, misteri

i flamenc. Aquest treball va significar la segona nominació als Oscars per a Rovira Beleta i la quarta del cinema espanyol.

El **programa** del **2025** abasta una **àmplia gamma de gèneres i temes**, des de pel·lícules mudes com **'Erdgift'** (1919, Alemanya) i les primeres pel·lícules de terror **'Curses of the Witch'** (1927, Finlàndia) fins a clàssics neorealistes com **'Riso amaro'** (1949, Itàlia) i **'Bitter Bread'** (1951, Grècia). Les perspectives de les dones brillen a **'Hush-a-Bye Baby'** (1990, Irlanda) sobre l'autonomia sexual, **'Look, She Has Her Eyes Wide Open'** (1979, França) sobre els drets reproductius, i **'Light and Shadow'** (1943, Hongria), una de les primeres pel·lícules hongareses dirigides per una dona. Entre els documentals més destacats hi ha **'Caméra arabe'** (1987), que explora el cinema àrab, **'The Underground Orchestra'** (1997, Països Baixos), que captura el poder curatiu de la música, i una selecció de curtsmetratges del fundador de l'Escola de Documentals de Sarajevo, **Vlatko**



Filipović. El programa també celebra les pel·lícules revelació de grans autors com **Nanni Moretti** ('**Ecce Bombo**', 1978) i **Suzanne Osten** ('**Mama**', 1982).

Una subvenció de 70.000€ impulsa la col·laboració transfronterera en la restauració cinematogràfica

Més enllà de les pel·lícules restaurades presentades per cada arxiu, **A Season of Classic Films** fomenta la cooperació transfronterera en la preservació cinematogràfica a través de la seva **subvenció conjunta de restauració**. Establerta el 2022, la subvenció dona suport als arxius per compartir elements cinematogràfics, bones pràctiques i tècniques de restauració, tot convidant a **projectes de col·laboració que impliquin almenys tres arxius cinematogràfics europeus**.

A l'esdeveniment de **Cannes**, **ACE** va anunciar el **beneficiari de la subvenció conjunta de restauració 2025 de 70.000€**: el llargmetratge d'**Ivica Ma-**

tić 'Woman with a Landscape' (1976, Iugoslàvia) i **cinc dels seus curtmetratges experimentals**. Aquesta restauració serà una col·laboració entre la Cinemateca Eslovena, l'Arxiu Estatal Croat – Cinemateca Croata, els Arxius de la República d'Eslovènia – Arxiu Cinematogràfic Eslovè i el Museu de Cinema Austríac. El jurat de selecció, compost per la cineasta Elina Psykou, el crític Federico Gironi i Sophie Tran d'ARTE, va elogiar l'obra de Matić pel seu "estil visual atrevit i el seu llegat impactant, que mereixen un reconeixement més ampli".

Ampliació de l'abast de 'A Season of Classic Films'

Les **pel·lícules restaurades** s'han projectat **entre juny i desembre de 2025**, amb xerrades, classes magistrals, música en directe i activitats educatives. Alguns títols, subtitulats en anglès, també estan disponibles gratuïtament en línia. Per facilitar la distribució, el catàleg del programa proporciona informació

contextual i contactes directes per als programadors interessats en projectar aquests tresors cinematogràfics.

Sobre l'Association des Cinémathèques Européennes (ACE)

L'**Associació de Cinemateques Europees (Association des Cinémathèques Européennes – ACE)** reuneix **51 arxius cinematogràfics nacionals i regionals europeus**, dedicats a **preservar i promoure el patrimoni cinematogràfic europeu i internacional**. Els membres de l'ACE són institucions sense ànim de lucre compromeses amb el **Codi Ètic de la FIAF**.

Origen i evolució

La iniciativa '**A Season of Classic Films**' va començar l'any **2019**: la primera edició va tenir lloc aquell estiu sota la forma de projeccions gratuïtes en diversos països europeus, en el marc de posar en valor la diversitat del patrimoni cinematogràfic europeu. Des d'aleshores, ha anat creixent en nombre de pel·lícules, institucions participants, i activitats paral·leles (tallers, presentacions, online, etc.). Així, a l'edició de 2022, hi van participar 22 institucions d'arreu d'Europa i es va posar especial èmfasi en la cooperació dels arxius per a la restauració. Mentre que l'edició de 2024 (la cinquena) ja aplegava prop de 34 institucions de 26 països, i havia suportat més de 170 pel·lícules restaurades fins aquell moment.

L'edició de 2025 (sisena edició) inclou més de 40 pel·lícules restaurades provinents de 27 arxius europeus.

Objectius

'**A Season of Classic Films**' pretén recuperar, restaurar i difondre obres del patrimoni cinematogràfic europeu perquè siguin accessibles al públic, especialment a les noves generacions. Els **objectius principals** són:

- Oferir projeccions **gratuïtes** de pel·lícules restaurades en sales de cinema i en línia
- Donar visibilitat al treball dels arxius i institucions que preserven el patrimoni cinematogràfic europeu
- Apropar aquest patrimoni a un públic jove (18-35 anys), sovint menys familiaritzat amb clàssics del cinema.

Establir ponts entre passat i present

'A Season of Classic Films' pot considerar-se una iniciativa paradigmàtica de com establir ponts entre passat i present, entre arxius i públic, entre tradició i innovació. En un món on el consum audiovisual es mou molt cap al nou, cap al digital i al massiu, aquesta iniciativa posa en valor que també val la pena mirar enrere, revisar els orígens, reconèixer la diversitat de veus que han construït la història del cinema europeu.

Al mateix temps, reafirma que la preservació del patrimoni audiovisual no és un luxe: és un imperatiu cultural, perquè un cop perduts els materials originals, sovint no hi ha tornada. És per això que la col·laboració transnacional i el suport institucional (com el de la Comissió Europea) són tan essencials. ■

EUROPA CREATIVA DESK-MEDIA CATALUNYA
RESULTATS - ANY 2025

Convocatòries MEDIA	Empresa (beneficiària o líder)	Empresa (co-beneficiària o partner)	Projecte	Import atorgat (en€)
CONTENT				
*Co-development	Inicia Films		Snow county	60.000,00
		Pikkukala	Procastination écologique	38.081,00
		Fasten	The Strange Grimm	79.577,80
*Slate development (CREA-MEDIA-2025-DEVSLATE)	Pikkukala		Slate 4 projectes	185.000,00
	Zabriskie		Slate 5 projectes	220.000,00
	Distinto films (?)		Slate 4 projectes	145.000,00
	Gris Medio		Slate 5 projectes	120.000,00
	Lukimedia		Slate 4 projectes	120.000,00
*Videogames+ immersive content (CREA-MEDIA-2025-DEVVGIM)	Noname Studios SL		Golden Tear	200.000,00
	Patrones & Escondites		Most wanted: a true detective story	160.686,93
*TV+online content (CREA-MEDIA-2025-TVONLINE) 1r termini	Arcadia Motion Pictures		Ravalear	500.000,00
SUBTOTAL				1.828.345,73
BUSINESS				
*European Film Distribution (CREA-MEDIA-2025-FILMDIST)	A Contracorriente Films SL			428.619,77
	Vercine 2007 SL			67.169,72
	Selecta Vision SL			139.779,67
	Adso International Managem SL			42.094,77
	Castelao Pictures SL			28.591,44
	DeAplaneta			42.649,10
SUBTOTAL				748.904,47

Convocatòries MEDIA	Empresa (beneficiària o líder)	Empresa (co-beneficiària o partner)	Projecte	Import atorgat (en€)
AUDIENCE				
*Audience developm & Film Education (CREA-MEDIA-2025-AUDFILMEDU)	NEXTUS Social Learning		Nextus-Learning by Docs Europe	445.327,58
		Coop Promotora Mitjans AV	Films in hospitals	82.410,97
SUBTOTAL				527.738,55
EUROPA CINEMAS				
	Cine Bosque SL			
	Boliche Cinemes			
	Cinema Maldà			
	Cinemes Girona			
	Cinemes Verdi i Verdi Park			
	Cines Renoir Floriblanca			
	Cinema Zumzeig			
	Fund Privada Cultural Granollers			
	Cinema Truffaut Girona			
	Screenbox Funàtic			
	CineBaix (St Feliu Llobregat)			
	Cinema Catalunya (Terrassa)			
TOTAL				300.000 (Pendent de confirmació)
CROSS SECTORIAL				
*Innovation Lab	BMAT Licensing SL		Playing G.A.I.M.E.s	300.049
*MEDIA Literacy (MEDIA-CROSS-2025-MEDIALITERACY)	Verificat		Shared Time	154.545
SUBTOTAL				454.594
* TOTAL MEDIA 2025				3.859.582,75

*Xifra fins al moment de tancar aquesta edició

ARTICLE

MEDIA CARBON CALCULATOR

Una eina europea per construir un audiovisual més sostenible

La **Comissió Europea** ha fet un pas important cap a la **sostenibilitat al sector audiovisual** amb el llançament oficial de la **MEDIA Carbon Calculator**, una aplicació web gratuïta que permet a **productores** de tota la **Unió Europea** calcular les emissions de CO₂ generades per les seves produccions cinematogràfiques i televisives.

Origen i contextualització

Aquesta iniciativa forma part del **Media and Audiovisual Action Plan** de la **UE**, que inclou com una de les seves accions específiques la transició ecològica del sector audiovisual ('Action 6 - Towards a climate-neutral media sector').

La necessitat d'una eina comuna va sorgir després d'un diàleg entre

la Comissió i els actors del sector audiovisual, iniciat el juny de 2021, que va desembocar en una declaració conjunta el febrer de 2022 en favor d'una metodologia unificada per mesurar les emissions de carboni.

Qui hi ha darrere de la calculadora

El desenvolupament de la calculadora ha estat encarregat a un consorci liderat per **Seriotec**, una empresa alemanya especialitzada en aplicacions cloud (com Yamdu), juntament amb **KlimAktiv**, un expert en càlcul de petjada de carboni, i **Philip Gassmann**, especialista en producció ambiental.

El projecte compta amb un pressupost de **650.000 €**, finançats des del programa Europa Creativa MEDIA. El

contracte s'estendrà fins a finals de 2027.

Com funciona la calculadora

La **MEDIA Carbon Calculator** analitza diversos factors clau per estimar les emissions de carboni d'una producció audiovisual:

- Consum energètic durant el rodatge
- Desplaçaments de l'equip (transport de persones)
- Transport de l'equip tècnic i de producció
- Ús de materials (escenografia, decorats, etc.)

L'eina està dissenyada per ser **amigable per a usuaris** amb diferents nivells d'experiència: tant si una productora mai no ha fet càlculs d'emissions com si ja utilitza eines més avançades.

A més, la calculadora s'integra amb altres eines similars mitjançant una **API comuna**, tot facilitant l'intercanvi de dades i la comparabilitat entre diferents plataformes nacionals o ja existents.

Beneficis i objectius

Els principals avantatges de la MEDIA Carbon Calculator són:

- 1. Accessibilitat:** És **gratuïta**, de manera que tant grans com petites

productores poden fer servir l'eina sense cost afegit.

2. Comparabilitat: Proporciona una metodologia comuna, la qual cosa facilita que les emissions d'una producció a un país puguin compararse amb les d'una altra en un altre país de la UE.

3. Transparència i rendició de comptes:

Ajudarà a productores, oficials de sostenibilitat i fons cinematogràfics a tenir xifres clares i comparables per mesurar l'impacte ambiental.

4. Informació per a les polítiques:

Les dades generades podran alimentar la presa de decisions a l'àmbit europeu, tot ajudant els responsables polítics a desenvolupar estratègies més ambicioses per ecologitzar el sector audiovisual.

Limitacions i consideracions

Tot i que la MEDIA Carbon Calculator representa un gran pas endavant, no està pensada per substituir tots els altres sistemes de mesurament d'emissions:

- No pretén reemplaçar calculadores nacionals o més especialitzades, especialment aquelles utilitzades per a estimacions més precises o profundes.
- Pot haver-hi variacions depenent dels paràmetres utilitzats i la precisió de les dades aportades per cada pro-



ducció, especialment si es comparen projectes molt diferents.

- El projecte depèn que les productores aportin dades reals i fiables (consum energètic, desplaçaments, materials), cosa que no sempre és fàcil de recopilar.

Impacte potencial

Amb aquesta eina, la Comissió Europea busca fomentar una cultura de sostenibilitat dins del sector audiovisual europeu. El fet que les productores puguin mesurar la seva petjada de carboni facilita la presa de decisions per reduir-la, per exemple:

- Tot optimitzant la logística (transport, rodatge)
- Tot adoptant pràctiques més verdes en el rodatge (ús d'energies renovables, materials sostenibles)
- Tot planificant produccions amb consciència mediambiental des del principi

A llarg termini, això podria contribuir a reduir les emissions del sector audiovisual i alinear-lo amb els objectius climàtics de la Unió Europea, inclosa la neutralitat climàtica.

Qui pot utilitzar-la

La calculadora està pensada per a:

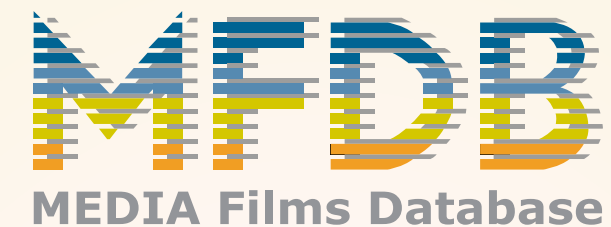
- Productores de cinema i televisió a la UE
- Oficials de sostenibilitat en produccions audiovisuals
- Membres de l'equip tècnic encarregats de mesurar emissions
- Fons cinematogràfics, sobretot en coproduccions europees

Perspectiva de futur

Amb el calendari previst fins a finals de 2027, es preveu que la calculadora evolucioni i s'integri cada cop més en les pràctiques habituals de producció audiovisual. A més, l'ús de l'API per interconnectar-la amb altres eines permetrà que la **MEDIA Carbon Calculator** es converteixi en una peça central de l'estratègia verda del sector audiovisual europeu.

A mesura que més productores la facin servir, es podran recopilar dades consistents a l'àmbit europeu, i això facilitarà informes, benchmarking i la definició de nous estàndards ambientals en la producció de cinema i televisió. 📺

Més informació



Saps quin premi va rebre al **Festival de Toronto** la pel·lícula amb suport de **MEDIA Forastera**, de **Lucía Aleñar Iglesias**?

Saps quines **dues pel·lícules** de la filmografia d'**Oliver Laxe** compten amb el suport de MEDIA?

Sabries dir els títols de les **dues pel·lícules** dirigides per **Laura Wandel**, totes dues amb el suport d'**Europa Creativa MEDIA**, i totes dues guardonades a Cannes?

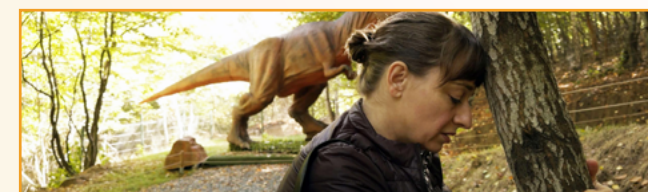


Podries dir quina de les **tres** següents pel·lícules amb suport MEDIA dirigides per **Julia Ducournau** va guanyar la **Palma d'Or** en alguna de les edicions del **Festival de Canes**?

- **Alpha**
- **Titane**
- **Grave (Raw)**

Resposta correcta: 'Titane' (Festival de Cannes 2021)

Saps quin és el títol de la pel·lícula de **Radu Jude**, guardonada a la **Berlinale**, que va clausurar la passada edició de **L'Alternativa**?



Coneixes els títols de les **tres pel·lícules** amb suport MEDIA de la cineasta hongaresa **Ildikó Enyedi**?

Podries dir **quina de les cinc** següents pel·lícules amb suport MEDIA, dirigides per **Joachim Trier**, va guanyar el **Grand Prix** en alguna de les edicions del **Festival de Cannes**?

- **Louder Than Bombs**
- **Thelma**
- **Sentimental Value**
- **The Worst Person in the World**
- **Oslo, August 31st**

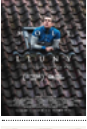
Resposta correcta: 'Sentimental Value' (Festival de Cannes 2025)

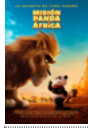
DESCOBREIX L'IMPACTE DEL SUPORT DE MEDIA A LA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL EUROPEA, A TRAVÉS DE LA MEDIA FILMS DATABASE

ESTRENES MEDIA A CATALUNYA 2025

LLISTA DELS 20 FILMS EUROPEUS AMB SUPORT MEDIA
AMB MÉS RECAPTACIÓ I NOMBRE D'ESPECTADORS,
ESTRENATS A LES SALES CATALANES ENTRE EL 6 DE
DESEMBRE DE 2024 I EL 28 DE NOVEMBRE DE 2025

* Informació extreta de la Font ComScore

	DATA ESTRE NA	PEL·LÍCULA	DISTRI BUÏDORA	RECAPTA CIÓ en € (des de la seva data d'es- trena fins al 30 de novembre de 2025)	NOMBRE D'ESPEC TADORS (des de la seva data d'estrena fins al 30 de no- vembre de 2025)
	1 6/6 2025	<u>Sirat, trance en el desierto</u>	Bteam Pictures	2.887.577,34	436.380
	2 5/9 2025	<u>Romería</u>	Elastica Films	679.420,63	98.890
	3 24/10 2025	<u>Los Domingos</u>	Bteam Pictures	466.614,39	72.564
	4 24/1 2025	<u>Flow</u>	Adso Films	452.201,42	63.022
	5 25/12 2024	<u>Parthenope</u>	Bteam Pictures	216.230,47	30.850
	6 4/4 2025	<u>Sorda</u>	A Contracorriente Films	167.773,07	25.053
	7 11/4 2025	<u>Molt lluny</u>	Bteam Pictures	158.375,05	22.745
	8 9/5 2025	<u>Una quinta portuguesa</u>	Filmax	125.040,25	19.939
	9 1/8 2025	<u>Misterioso asesinato en la montaña</u>	A Contracorriente Films	118.438,26	17.884
	10 21/11 2025	<u>Dracula</u>	Vertice 360 Cine	115.553,64	15.020

	DATA ESTRE NA	PEL·LÍCULA	DISTRI BUÏDORA	RECAPTA CIÓ en € (des de la seva data d'es- trena fins al 30 de novembre de 2025)	NOMBRE D'ESPEC TADORS (des de la seva data d'estrena fins al 30 de no- vembre de 2025)
	11 11/7 2025	<u>Tres Amigas</u>	La Aventura Audiovisual	104.535,65	15.505
	12 7/3 2025	<u>Tardes de soledad</u>	A Contracorriente Films	84.919,36	12.349
	13 17/10 2025	<u>Un simple accidente</u>	La Aventura Audiovisual	83.588,88	13.415
	14 11/4 2025	<u>Misión panda en África</u>	VerCine	81.444,27	11.326
	15 1/1 2025	<u>La luz que imaginamos</u>	Atalante Cinema	80.046,92	12.179
	16 16/5 2025	<u>Jane Austen arruinó mi vida</u>	La Aventura Audiovisual	61.601,25	9.873
	17 14/2 2025	<u>Vermiglio</u>	Karma Films	60.601,95	9.645
	18 13/6 2025	<u>Algo le pasa a mi yerno</u>	A Contracorriente Films	60.308,04	8.444
	19 4/7 2025	<u>Diamanti</u>	A Contracorriente Films	50.789,03	7.668
	20 17/1 2025	<u>La semilla de la higuera sagrada</u>	Bteam Pictures	45.955,38	7.034

CALENDARI CONVOCATÒRIES EUROPA CREATIVA 2026

**EUROPA CREATIVA
MEDIA
CONTENT CLUSTER**

TV and online content Animation projects (CREA-MEDIA-2026-TVONLINE-1)
2ª Data límit 07/05/2026

TV and online content Documentary projects (CREA-MEDIA-2026-TVONLINE-2)
2ª Data límit 07/05/2026

TV and online content Fiction projects (CREA-MEDIA-2026-TVONLINE-3)
2ª Data límit 07/05/2026

European co-development (CREA-MEDIA-2026-CODEV)
Data límit: 25/02/2026

Video games and immersive content development (CREA-MEDIA-2026-DEVGIM)
Data límit: 11/02/2026

European mini-slate development (CREA-MEDIA-2026-DEVMINIS-LATE)
Data límit: 17/09/2026

BUSINESS CLUSTER

Innovative tools and business models (CREA-MEDIA-2026-INNOVBUSMOD)
Data límit: 15/01/2026

Markets & Networking (CREA-MEDIA-2026-MARKETNET)
Data límit: 17/09/2026

Skills and Talent Development (CREA-MEDIA-2026-TRAINING)
Data límit: 16/04/2026

European Film Distribution (CREA-MEDIA-2026-FILMDIST)
Data límit: 23/04/2026

European Film sales agent (CREA-MEDIA-2026-FILMSALES)
Data límit: 18/06/2026

AUDIENCE CLUSTER

Films on the Move CREA-MEDIA-2026-FILMOVE
1a. Data límit: 19/03/2026
2a. Data límit: 16/07/2026

European VOD networks and operators (CREA-MEDIA-2026-VODNET)
Data límit: 08/04/2026

Networks of European Cinemas (CREA-MEDIA-2026-CINNET)
Data límit: 09/07/2026

Networks of European Festivals (CREA-MEDIA-2026-FESTNET)
Data límit: 14/04/2026

Subtitling of cultural content 2026
Data límit: 02/06/2026

**EUROPA CREATIVA
CROSS-SECTORIAL**

Innovation Lab

Creative Innovation Lab (CREA-CROSS-2026-INNOVLAB)
Data límit: 23/04/2026

News Media

NEWS - Journalism Partnerships - Collaborations CREA- CROSS-2026- JOURPART- COLLABORATIONS
Data límit: 04/02/2026

NEWS - Journalism Partnerships - Pluralism CREA- CROSS- 2026- JOURPART- PLURALISM
Data límit: 04/02/2026

NEWS - Media literacy (CREA- CROSS- 2026- MEDIALITERACY)
Data límit: 11/03/2026

**EUROPA CREATIVA
CULTURA**

Circulació d'obres literàries europees

Circulation of European literary works (CREA-CULT-2026-LIT)
Data límit: 29/01/2026

Perform Europe

Perform Europe (CREA-CULT-2026-PERFORM-EU)
Data límit: 15/01/2026

European Heritage Label

Support for the implementation of the European Heritage Label (CREA-CULT-2026-EU-HERITAGE-LABEL)
Data límit: 11/02/2026

Culture Moves Europe

Culture Moves Europe - Call for individual mobility 2025-2026
Data límit: 30/04/2026

Culture Moves Europe - Call for residency hosts 2025-2026
LIVEMX | Cascade funding
Data límit: 15/03/2026



Romería

Preseleccionat per representar Espanya a la **98a edició dels Premis Oscar**, en la categoria de **millor pel·lícula internacional**, el **tercer llargmetratge** de **Carla Simón** es va presentar internacionalment a la **Secció Oficial del Festival de Cannes**.

A '**Romería**', la cineasta segueix explorant les relacions familiars, inspirant-se aquesta vegada en els orígens de la seva família paterna, i tanca així la trilogia personal que va iniciar amb '**Estiu 1993**' i '**Alcarràs**', que també compten amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA**.

'**Romería**' és una producció de la **valenciana Elastica Films**, la **catalana Dos Soles Media**, l'**alemanya Ventall Cinema** i la **gallega Romería Vigo**, rodada principalment a **Vigo** i als seus voltants, i protagonitzada per la debutant **Llúcia García**, juntament amb **Mitch**, **Tristán Ulloa** i **Myriam Gallego**.

'**Romería**' es va estrenar als cinemes el **5 de setembre de 2025** de la mà d'**Elastica Films** i compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament (Slate)**. Està nominada a 13 **Premis Gaudí**.

EUROPA CREATIVA DESK - MEDIA CATALUNYA

Ptge. de la Banca 1-3, 1a planta 08002
Barcelona
Tels. 34-93 552 49 49
34-93 552 49 48
europacreativamedia@gencat.cat
europacreativamedia.cat

Equip: Àlex Navarro, Maria Sol i
Natàlia Giménez
Continguts i Administració
[Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya](#)
Disseny
ICEC