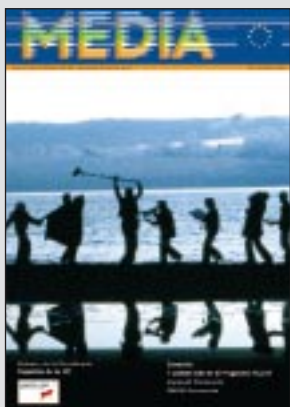


**Balace de la Presidencia
Española de la UE**



Sumario:
9 países más en el Programa MEDIA
Especial Promoción
MEDIA Formación



Portada:
Torremolinos 73

Dirección:
Pablo Berger
Ayudante dirección:
Txarli Llorente
Productores ejecutivos:
Tomàs Cimadevilla, Álvaro Zapata
Director fotografía:
Kiko de la Rica
Director de producción:
Pablo Ramírez
Director de arte:
Julio Torrecilla
Sonido:
Agustín Peinado, Pelayo Gutiérrez
Montaje:
Rorí Sainz de Rozas
Música:
Nacho Mastretta

Sinopsis:
Torremolinos 73 está inspirada en un hecho real y cuenta la historia de Alfredo López, un cansado vendedor de enciclopedias a domicilio y Carmen, su esposa fiel y peluquera de profesión. De telón de fondo: la España puritana de los comienzos de los años setenta. Las vidas de Alfredo y Carmen cambiarán para siempre debido a la aparición en los kioscos de la venta de enciclopedias por fascículos semanales. La editorial Montoya, en la que trabaja Alfredo, les hace una proposición: realizar películas eróticas de super 8 "caseras" que se venderán en los países escandinavos bajo la excusa de una falsa enciclopedia de la reproducción en el mundo. Debido a una situación económica muy difícil y el deseo de Carmen de tener un hijo, Alfredo y Carmen aceptan realizar estas películas, pero antes deben realizar un curso acelerado sobre "cómo hacer películas eróticas", a cargo de un supuesto ayudante de Bergman y su mujer, una actriz porno danesa. Las películas de Alfredo y Carmen son todo un éxito. Ajenos a ello, Alfredo comienza a apasionarse por el cine de Bergman y Carmen se convierte en una estrella del cine erótico *amateur* en los países escandinavos. Cansado de hacer pequeñas películas *amateur*, Alfredo escribe un guión de largometraje -Torremolinos 73- que su jefe, Don Carlos, está dispuesto a producir con Máximo Valverde y Carmen como protagonistas. Una vez en Torremolinos descubrimos que "no es oro todo lo que reluce" y un final sorprendente resuelve esta delirante y ácida comedia.

Índice

Editorial	3
Ampliación Programa Media	
Un reto más para 2002: la ampliación del Programa MEDIA a un grupo inicial de países candidatos	4-5
MEDIA Promoción	
Sales Office 2002. Entrevista a Alicia Luna, coordinadora	6
Entrevista a Mikel Olaciregui, director del Festival de Cine de Donostia-San Sebastián	7
Mercadoc 2002. Entrevista a Carmelo Romero, Coordinador de Mercadoc	8
Docs Barcelona y Medimed, dos citas para el documental ...	9-10
Sitges 2002 programa diez días de fantasía	11
Coordinadora Europea de Festivales, una red en pleno desarrollo	12
Balance Presidencia Española	
Cooperación y tecnología para fortalecer el audiovisual europeo	13-15
Eurimages	
Eurimages continúa su apoyo a los proyectos españoles ...	16-17
Europa Cinémas	
117 pantallas europeas se unen a la red de exhibición Europa Cinémas	18
MEDIA Formación	
El sector de formación en España desarrolla nuevas iniciativas con el apoyo de MEDIA Formación	19
Iniciativas de formación	20-21
MEDIA Agenda	21
Direcciones Desk y Antenas	22
Direcciones Programa MEDIA	23

Las opiniones expresadas en esta revista no reflejan necesariamente la posición de la Comisión Europea y por tanto ésta no se responsabiliza de las mismas.

Media Desk y Antenas en España:

MEDIA Desk España

• Jesús Hernández
Ciudad de la Imagen. C/ Luis Buñuel 2-2º A
E-28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 34 91 512 01 78 / Fax: 34 91 512 02 29
E-mail: info@mediadeskspain.com
Website: www.mediadeskspain.com

MEDIA Antena Catalunya

• Aurora Moreno
Portal Santa Madrona, 6-8
E-08001 Barcelona
Tel.: 34 93 316 27 84 / Fax: 34 93 316 27 81
E-mail: media.antena@correu.gencat.es
Website: www.media-cat.com

MEDIA Antena Euskal Herria

• Verónica Sánchez
Ramón María Lili, 7 1º B
E-20002 San Sebastián
Tel.: 34 943 32 68 37 / Fax: 34 943 27 54 15
E-mail: info@mediaeusk.org
Website: www.mediaeusk.org

MEDIA Antena Andalucía

Casa Museo Murillo
C/Santa Teresa, 8
E-41004 Sevilla
Tel.: 34 955 03 72 58 / Fax: 34 955 03 72 65
E-mail: media@epgpc.es
Website: www.antenamediaandalucia.com

El audiovisual, un sector clave para el desarrollo industrial



Jordi Penas
 Director General
 del Institut Català de les
 Indústries Culturals

Cataluña tiene los dos elementos básicos necesarios para dar un salto adelante en el terreno de las industrias culturales: creatividad y tejido industrial. El reciente creado *Institut Català de les Indústries Culturals* (ICIC) será el instrumento que, partiendo de esta realidad existente, ayude a reforzarla y a proyectarla hacia el futuro.

Cuando en diciembre de 2000, el Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya decide poner en marcha el *Institut Català de les Indústries Culturals* (ICIC), el objetivo está muy claro: desarrollar políticas de apoyo a las industrias culturales y, así, reforzar el tejido industrial de Cataluña, dando una atención prioritaria al sector audiovisual.

El ICIC nace, pues, de la necesidad de dotar a la Administración de la Generalitat de un organismo ágil, capacitado para realizar de forma coordinada actuaciones para un sector industrial formado por empresas culturales y que actualmente se están realizando desde diversos departamentos. Por tanto, incorpora a sus órganos de gobierno representantes de departamentos competentes en materia de cultura, industria, economía y nuevas tecnologías, así como la Corporación Catalana de Radio y Televisión.

Para que un plan se lleve a cabo, debe dotársele de recursos económicos adecuados. En este sentido el ICIC cuenta con una línea presupuestaria de 11'3 millones de euros para el ejercicio de 2002.

El ICIC ha pasado a aglutinar en su estructura, entre otras, las áreas existentes relacionadas con la industria audiovisual. El área de gestión, encargada del registro de empresas audiovisuales, de la calificación de películas y de las líneas de subvención; el área de promoción, bajo la marca de Catalan Films, el control de taquilla; la Filmoteca de Cataluña, la participación en el Patronato del Festival de Sitges y la Oficina de Información del Programa MEDIA en Catalunya.

Pero no son éstos los únicos motores del audiovisual con los que el ICIC trabaja, sino que existen otras iniciativas complementarias que se están llevando a cabo desde el Gobierno de la Generalitat, como son:

La firma de convenios entre el *Institut Català de Finances* y las dos asociaciones de productores para financiar proyectos audiovisuales (12,2 millones de euros).

La constitución de un fondo de capital riesgo Invermedia (30 millones de euros) gracias a la colaboración de MEDIA y del BEI (Banco Europeo de Inversiones).

La creación de un Fondo de Garantía para cubrir el riesgo de las producciones audiovisuales financiadas por terceros (2,2 millones de euros).

Con todo ello lo que se pretende es no únicamente contribuir a consolidar un factor de progreso económico sino también garantizar la presencia de productos culturales propios en el mercado cultural universal. ♦

editorial

Por Giorgio Ficarelli, Responsable de la ampliación, nuevos mecanismos promocionales y redes de salas de MEDIA Plus.

Un reto más para 2002: la ampliación del Programa MEDIA a un grupo inicial de países candidatos



Giorgio Ficarelli

¿Qué requisitos previos de carácter político se les exigen a los países que deseen integrarse en el Programa MEDIA?

El requisito previo fundamental es precisamente el compromiso en el sentido de compartir la política audiovisual de la Unión Europea, que se resume esencialmente en la Directiva de la Televisión sin Fronteras. Con el fin de poder apreciar dicho compromiso, la Comisión les ha pedido a los países candidatos que se integrarán en el Programa MEDIA, aún con anterioridad a su adhesión a la Unión Europea, que adapten sus legislaciones para lograr una armonización con los contenidos de la Directiva antes mencionada. Actualmente, 9 de los 13 países candidatos han cerrado sus nego-

ciaciones de adhesión en el sector audiovisual y ya pueden entrar en el programa.

Ampliación del Programa MEDIA, ¿por qué?

Sin duda, ha llegado la hora de ampliar el Programa MEDIA para incorporar a los países candidatos. En el mundo moderno, la mayoría de las comunicaciones culturales entre distintos países y comunidades tiene lugar a través del vehículo audiovisual. Por lo tanto, es fundamental que la integración en el principal programa de la UE en apoyo de la industria y la cooperación audiovisuales se adelante a la adhesión de los países candidatos a la Unión Europea. Quisimos lograr esta integración hace tiempo, pero, desafortunadamente, diversos obstáculos legales y

administrativos lo impidieron. Por lo tanto, 2002 es un año importante, en el que los ciudadanos de los socios pasados y futuros, enmarcados dentro de una "gran Europa" unificada, comenzarán a ver las "imágenes" de su progresiva integración en la Unión. Necesitamos ver más de su vida actual y su producción cinematográfica, y ellos tienen que tener más oportunidades de ver cómo somos nosotros. El arranque de un nuevo proceso de creación de proyectos audiovisuales en común, que se desarrollarán gracias a la cooperación de MEDIA, creará una dinámica extremadamente interesante y estimulante. No debemos olvidar que compartimos con estos países la mayor parte de nuestro patrimonio audiovisual, obras maestras checas, eslovacas y polacas ocupan un importante lugar en la historia del cine europeo, muchos tesoros de la Unión Europea actual sólo se han salvado gracias a las filmotecas de Praga o Bucarest.

Uno de los efectos colaterales inesperados, surgidos de la caída del Telón de Acero, ha sido precisamente la dificultad de establecer una buena comunicación entre nuestros mundos audiovisuales. Dado que la industria audiovisual de los países candidatos se encontraba totalmente bajo el control estatal, el cambio brusco operado por su entrada en una economía de mercado libre, ha conllevado una dificultad importante para la reorganización del sector acorde con las nuevas normas.

Espero que la apertura del Programa MEDIA pueda contribuir ahora al logro de un cambio de tendencia, recuperando algo del terreno y tiempo perdidos.

¿Cuáles son los países que cumplen actualmente con los criterios para su incorporación al Programa MEDIA con buenas perspectivas para integrarse en el mismo durante 2002?

En este momento, los 9 países que cumplen con los criterios establecidos para poder integrarse en el programa son: Estonia, Letonia, Lituania, Polonia, la República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Bulgaria y Chipre. Lituania y Eslovenia decidieron aplazar su incorporación un año más con el fin de preparar a sus profesionales antes de integrarse en el programa durante el 2003. Esperamos que la gran mayoría de estos países puedan formar parte del programa en el transcurso del año 2002. Los dos últimos trámites que quedan por realizar son: la firma del convenio oficial para su incorporación como miembros del programa y el abono de su cuota anual. Todo esto permitiría a sus profesionales aprovecharse plenamente de las oportunidades creadas por el Programa.

¿Qué es lo que pasa con Hungría y Malta? ¿Con la antigua Yugoslavia, Turquía...?

Hungría no ha armonizado su legislación audiovisual con la normativa de la UE, y Malta y Rumanía se encuentran ante una situación conflictiva con respecto a diversos compromisos adquiridos en el momento de su adhesión a la OMC, que contradicen algunos aspectos de la Directiva de la Televisión sin Fronteras. La Comisión está negociando con Hungría y Rumanía actualmente, con vistas a determinar si su participación en MEDIA con anterioridad a su adhesión a la UE sería viable aún. Las negociaciones con Turquía continúan tam-

bién. Los países de la antigua Yugoslavia (excepción hecha con Eslovenia) no tienen aún la consideración de países candidatos, aunque creo que sería importante poner en marcha mecanismos de colaboración en el sector audiovisual con estos tres importantes países.

Una vez que los actuales candidatos se hayan integrado en el Programa MEDIA, ¿cuáles serán las consecuencias prácticas de este paso?

Los profesionales de estos países podrán participar en todas las convocatorias de propuestas, tanto en calidad de socios como de participantes, o bien, como solicitantes. Naturalmente, será sumamente importante proceder a la apertura de las oficinas MEDIA (Desks y Antenas) cuanto antes, en todos los nuevos países participantes, con el fin de proporcionar a sus profesionales una oportunidad

justa y real para beneficiarse de las actividades del Programa MEDIA.

Igualmente importantes serán los efectos para los profesionales de los países miembros de la UE, quienes podrán finalmente desarrollar nuevos proyectos en común, distribuir mejor sus obras en nuevos territorios y distribuir recíprocamente las obras procedentes de estos países.

¿Qué es lo que va a cambiar para los antiguos miembros del Programa MEDIA? ¿Se verán reducidas en gran medida las cantidades dentro del Programa MEDIA disponibles a los antiguos países miembros, una vez que tengan que compartir los fondos con solicitantes de otros países miembros?

Tal como se ha remarcado anteriormente, las oportunidades serán mayores también para los profesionales de la UE, y sus posibilidades de acceso a otros mercados

umentarán. Un mayor número de obras cumplirán con los requisitos para obtener ayudas MEDIA. Habrá una diversidad mayor, tanto a nivel de oferta como de demanda. Ya que todos los "nuevos miembros" abonarán su cuota correspondiente, el presupuesto no experimentará ninguna merma significativa y, al contrario, habrá más socios disponibles, entre los que se podrá elegir para la presentación de buenos proyectos, además de un mayor número de "clientes" y más oportunidades de negocio, como por ejemplo, en el sector de la Formación.

¿Cuáles son sus metas para el Programa MEDIA Plus?

Mi objetivo principal es el de implantar una estrategia clara y precisa para la "internacionalización" del programa. Hoy, más que nunca, es fundamental que nos esforcemos por ampliar el espacio de activi-

dad y el acceso a los mercados de la industria audiovisual europea, así como enriquecer el número y la calidad de los intercambios internacionales en este sector.

La apertura del Programa MEDIA a los países candidatos constituye el primer y fundamental paso en esta dirección. Como resultado de su primer año de participación, me sentiría satisfecho si, para finales de año, hubiéramos conseguido la plena participación de al menos 6 de los candidatos aptos para entrar, cerrando en 2003 el proceso para la participación de todos los países restantes que reúnen los requisitos exigidos y habiendo tenido la oportunidad de seleccionar por lo menos una docena de buenos proyectos con la presencia de estos países (bien como el solicitante principal o bien como socios) representando todas las áreas del programa. ♦

La ampliación del Programa MEDIA, una realidad

La Comisión Europea ha adoptado una serie de Decisiones que permiten a nueve países candidatos la adhesión a la participación en el Programa MEDIA (2001-2005). Si se puede, a partir de este año o, de lo contrario, a partir de 2003, los profesionales del cine de estos países y sus industrias audiovisuales tendrán también la posibilidad de utilizar el Programa MEDIA para la producción, la distribución y la promoción de sus obras, así como para actividades de formación.

"La entrada de ocho países candidatos y, pronto, de algunos más en el programa MEDIA es una buena noticia. Una buena noticia para las obras europeas de los Quince y de los países candidatos, que podrán circular más fácilmente con la ayuda de

MEDIA. Una buena noticia también para la diversidad cultural europea, porque las Decisiones que se han adoptado significan que todos los países afectados han realizado una alineación satisfactoria de su legislación audiovisual respecto al acervo comunitario" ha declarado Viviane Reding, Comisaria Europea de Educación y Cultura.

Los nueve países candidatos afectados por estas Decisiones son: Bulgaria, Chipre, la República Checa, Estonia, Letonia, Lituania, Polonia, Eslovaquia y Eslovenia. Cada nuevo país participante en MEDIA hará una aportación financiera al programa, una parte procedente de su presupuesto nacional y el resto a través del programa PHARE. Las modalidades de participación de los creadores

y empresarios del sector audiovisual de los países candidatos serán las mismas que las que se aplican a los de los Estados miembros.

La República de Polonia ha sido el primer país en oficializar su adhesión al Programa MEDIA (2001-2005) mediante la firma de un acuerdo con la Comisión Europea el pasado 19 de junio. La contribución financiera de Polonia al presupuesto de la Unión Europea para participar en MEDIA Plus y en MEDIA Formación será de 1.500.000 euros anuales desde el año 2002 al 2005.

Esta entrada de países candidatos en MEDIA Plus y MEDIA Formación es muy importante, como demuestra un reciente estudio del Observatorio Europeo del sector audiovisual, en el que se señala que, entre 1996 y



Juliusz Braun, Presidente del National Broadcasting Council de la República de Polonia y Nikolaus van der Pas, Director General de Educación y Cultura de la Comisión Europea firmando el acuerdo.

2001, sólo se distribuyeron comercialmente cuarenta y dos películas de países de Europa central y oriental en al menos un Estado miembro de la Unión Europea, para las cuales se vendieron 2,2 millones de entradas en toda la Unión, lo que representa una cuota de mercado del 0,054%. ♦

Festival Internacional de Cine de San Sebastián.

Sales Office 2002. Entrevista a Alicia Luna, Coordinadora



Alicia Luna

¿Cuáles son las novedades que se plantean para este año, el 50 aniversario?

El Sales Office se llena de contenidos en la edición de 2002, además de contar con las actividades que ya se venían desarrollando en otras ediciones. Para el cincuentenario del Festival, el Sales Office apoyará la nueva sección *Cine en Construcción* que el Festival de San Sebastián organiza conjuntamente con el Festival de Toulouse. Desde el Sales Office se promoverá el interés y la asistencia de productores y distribuidores a las proyecciones de esta sección para incentivar la cofinanciación y distribución de las películas resultantes. La finalidad de *Cine en Construcción* es conseguir fondos para finalizar la postproducción de las películas seleccionadas, entre las que se encuentran dos españolas y seis latinoamericanas.

Otra de las novedades se encontrará dentro de la sección *Made in Spanish*. Las películas españolas que se incluyen en dicha sección tendrán proyecciones en vídeo dentro del Sales Office en la Sala Sony. Dichas proyecciones serán exclusivas para profesionales de la industria y se promoverán desde el Sales Office.

Desde tu punto de vista, cuál sería el balance con respecto a los resultados obtenidos el año pasado.

Para hacer un balance de la pasada edición no hay que perder de vista la fecha y las consecuencias económicas del 11 de septiembre, cuyas secuelas económicas todavía siguen vivas. La industria cinematográfica española hizo mayor uso del Sales Office que en otras ediciones y durante el Festival se firmaron contratos de venta de películas europeas como *Escape to Paradise* y *Elling*. A parte del trampolín internacional que supuso el Festival para otros títulos como *En Construcción* o *Juana la Loca*, vendida a Sony Classic, una de las muchas

compañías a quienes mantenemos informadas desde nuestro boletín vía internet *News Flash*. Con lo que el balance, dentro de todo lo ocurrido, no deja de ser positivo.

Como responsable del Sales Office, ¿por qué consideras necesario seguir apostando por este tipo de iniciativas?

Es absolutamente necesario instalar puntos de ventas así como puntos de encuentro, desde donde apoyar un primer contacto con otros profesionales internacionales del sector para incentivar el mercado audiovisual y la coproducción entre compañías europeas, sin perder de vista el potencial de cine latinoamericano. De

hecho los resultados de cuatro años a esta parte están siendo positivos. La industria audiovisual necesita un espacio en los grandes festivales.

MEDIA lleva apostando varios años por este proyecto, ¿cómo valorarías esta apuesta y este interés por promocionar este tipo de plataformas dentro de festivales como Berlín, Venecia, Cannes y San Sebastián respectivamente?

Sin la ayuda de MEDIA sería muy difícil el soporte de estas plataformas, no sólo por los costes económicos que supone organizar estos departamentos, sino por el apoyo logístico y el prestigio que aporta, de cara a la industria internacional, estar apoyado por un programa europeo como MEDIA.

¿Cuál es el objetivo de la organización al potenciar y promocionar este espacio entre los profesionales?

Apoyar la presencia en el Festival de profesionales pertenecientes a la industria cinematográfica internacional que ayudan a la circulación en el mercado de películas seleccionadas en las distintas secciones del Festival. De hecho año tras año el Sales Office ha conseguido despertar el interés de empresas como Fox, Sony Classics o Pony Canyon, por mencionar algunas de las grandes norteamericanas, así como Flash Pyramide, Diaphana o Kinowelt entre otras europeas.

Objetivos para el futuro...

Que el Festival de San Sebastián se convierta en cita obligada para los compradores europeos de cine independiente, sin olvidarnos de las más importantes distribuidoras internacionales. ♦



Sales Office, Donostia



Sales Office, sala de entrevistas

Mikel Olaciregui, director del Festival de Cine de Donostia-San Sebastián

Aprovechando que este año se cumple el cincuentenario del festival, nos gustaría que realizara un balance de estos 50 años.

El Festival de Cine de Donostia-San Sebastián nació hace 50 años, como iniciativa de un grupo de comerciantes donostiarros, con el objetivo de prolongar la temporada estival de la ciudad. A lo largo de todos estos años el Festival, como el resto de los festivales europeos nacidos en la misma época, ha pasado por diversos estados y fases que están en relación directa con los condicionantes políticos y económicos del país. Desde el punto de vista cinematográfico grandes cineastas (Alfred Hitchcock, Luis Buñuel, Stanley Donen, Francis Ford Coppola, Victor Erice, Carlos Saura, Steven Spielberg o Stephen Frears, por citar sólo algunos) han presentado sus obras en San Sebastián y hablar de la historia de este festival es hablar de la historia del cine. En la actualidad el festival de San Sebastián se encuentra consolidado y es uno de los grandes festivales europeos.

En su opinión, ¿qué papel desempeñan los festivales en la promoción del cine?

Los festivales deben ser, en alguna medida, un instrumento corrector de los sistemas de la distribución cinematográfica mundial, según los cuales se da prioridad al cine más comercial, dejando fuera del sistema a un importante número de películas y de concepciones del cine de gran importancia cultural. Alguno de los siguientes aspectos o una combinación de los mismos se deben tener en cuenta al plantearnos el rol que deben desempeñar los festivales en la promoción del cine:

1. Dar a conocer nuevos valores que implican nuevas formas de entender el cine, tanto en su aspecto narrati-

vo como formal y que supone la incorporación de avances tecnológicos y la evolución de la creatividad cinematográfica y su adaptación a las nuevas tendencias creativas. Un aspecto fundamental de todo festival de cine es el de constituirse en plataforma de aquellas novedades que el mercado no se siente capaz de abordar por sí mismo en vista de su escasa rentabilidad o su atrevimiento en cuanto a nuevas formas del lenguaje narrativo.

2. Dar a conocer obras cinematográficas a las que, debido a su temática, su concepción formal o sus planteamientos minoritarios, no sería posible acceder, dada la estructura de la distribución cinematográfica en el mundo en la que se da prioridad a los productos de consumo frente a cualquier otro tipo de consideración.

3. Permitir el acceso a los mercados internacionales de películas de nacionalidades que normalmente no encuentran vías de distribución fuera de sus países de origen. En estos momentos es habitual que las pantallas de un país se encuentren totalmente ocupadas por el cine de consumo (normalmente producido en los EE.UU.) y por producciones del propio país, de manera que es muy difícil encontrarse con películas de otras nacionalidades. Este planteamiento no se puede aplicar únicamente a las producciones de los países más exóticos (Irán, China, Tailandia, etc.), sino que incluso dentro del propio contexto europeo existe una gran dificultad para que las películas de países con una gran tradición cinematográfica y un importante nivel de producción traspasen sus fronteras.

4. Los festivales suponen un punto de encuentro que posibilita y potencia la comercialización y la promoción de las producciones locales, lo que implica que un festival debe estar perfectamente integrado en el tejido de la industria cinematográfica y ser capaz de facilitar encuentros entre productores y distribuidores nacionales e internacionales. Así, el festival ofrece un poderoso instrumento para que los profesionales del país en el que se celebra puedan ver como sus creaciones logran traspasar fronteras, ampliar contactos e incrementar las ventas en el mercado internacional.

5. Pero los festivales de cine no tienen únicamente vocación de futuro, son también un excelente instrumento de acercamiento al pasado, al conocimiento del patrimonio cinematográfico y de la historia del cine, mediante la organización de retrospectivas, tanto de realizadores clásicos como de autores contemporáneos.

Los festivales de cine despiertan un enorme interés gracias al gancho mediático de una parte de sus profesionales y son, además, grandes fiestas en las que el mundo del espectáculo se manifiesta de forma brillante y cercana a la vez. Esta dualidad permite al público participar en vivo y en directo de un acontecimiento singular que les presenta una oferta novedosa, parte de la cual difícilmente accedería por sí sola a los circuitos comerciales, junto a la posibilidad de compartir tiempo y espacio con personajes mitificados de la pantalla. Finalmente un festival no es sino el reflejo fiel del mundo del cine en el que conviven grandes apuestas comerciales con arriesgadas producciones que enriquecen su vertiente artística y cultural.



Mikel Olaciregui, director del Festival

Como director de uno de los festivales internacionales de cine más importantes, ¿cómo ve el presente y el futuro del cine europeo?

Por una parte me manifiesto optimista respecto al cine europeo, pues la creatividad y la riqueza de las diferentes culturas es muy estimulante en términos de producción cinematográfica, frente a un cine de consumo americano cuyo objetivo es el entretenimiento efímero y la obtención de grandes beneficios en el más breve plazo de tiempo. Esta realidad se ve confirmada por el número de grandes cineastas europeos y por la importancia de sus obras y de sus aportaciones a la cultura cinematográfica. Sin embargo, es preocupante el gran poderío comercial del cine americano y su omnipresencia en las salas cinematográficas de todo el mundo, frente a las dificultades que tienen las películas europeas de traspasar las fronteras de sus países de producción, a pesar de obtener grandes éxitos en sus países de origen. Por desgracia, creo que, aunque se puede hablar de cine europeo como una idea, hay que seguir hablando de cine francés, cine alemán o cine español, ya que, aunque hay excepciones muy notables (Almodóvar, Stephen Frears, Nanni Moretti, Mike Leigh o Roberto Benigni) es difícil encontrar realizadores que tengan garantizada la distribución de sus películas en todos los países europeos. ♦

Mercadoc 2002.

Entrevista a Carmelo Romero, Coordinador de Mercadoc



Stand MEDIA en Mercadoc

¿Cuál es tu impresión sobre el Mercadoc de este año?

Pienso que las segundas ediciones, lo mismo que las segundas películas, son muy ilustrativas, en el sentido de que una primera experiencia siempre es positiva pero una segunda edición debe confirmar las expectativas generadas durante la primera experiencia.

En este sentido, mi impresión es que Mercadoc 2002 ha mostrado la consolidación de un mercado especializado que tiene su razón de ser y que tiene un futuro para desarrollarse, sobre todo por la respuesta positiva de los profesionales europeos y latinoamericanos, lo que demuestra que el mercado es útil.

El apoyo de MEDIA ha supuesto un respaldo internacional y un reconocimiento a un evento con sólo un año de existencia MEDIA. Estamos muy contentos y satisfechos de que el Programa MEDIA haya considerado a Mercadoc digno de su apoyo. A través de este Programa comunitario, Mercadoc podrá desarrollarse e integrarse en otras iniciativas de MEDIA y no sólo en su modalidad de promoción sino también en otros instrumentos del programa. Un claro ejemplo de esto es nuestra actual colaboración en la celebración de la iniciativa de formación

Eurodoc-Script en Málaga. Todo ello contribuirá a que los profesionales españoles tengan un mejor acceso a las iniciativas del Programa MEDIA.

¿Qué ventajas consideras que tiene celebrar un mercado internacional de documentales en Málaga? ¿Por qué se elige Málaga para celebrar el Mercadoc?

La ventaja de Mercadoc es que está enmarcado dentro del Festival de Cine Español más importante que se celebra en España. Esto supone que, por un lado, tenemos la infraestructura que ofrece un gran festival, tenemos la presencia de un gran número de periodistas y medios de comunicación en general, la presencia de la industria audiovisual española, un marco complementario como la sección del festival para el documental español e iberoamericano y un congreso, lo cual crea entorno al documental europeo y latinoamericano una sinergia muy provechosa.

¿Qué futuro auguras al género documental en Europa?

Estamos asistiendo en este último año a nivel mundial a un desarrollo del género documental y a un mayor interés por el mismo, tanto por parte de los difusores de TV como por parte del público. El públi-

co no sólo consume los documentales en la televisión sino también en las salas de cine. Este público podría considerarse elitista en las salas de cine pero no en la televisión donde se han alcanzado niveles de audiencia muy altos, incluso en *prime time*. También hay un gran consumo de documentales a través de los canales temáticos.

Todo esto es posible porque el fenómeno de la globalización crece imparablemente, con sus pros y sus contras. Los acontecimientos del 11 de septiembre han puesto de manifiesto la interrelación de las diferentes partes del mundo y esto acrecienta el interés por la realidad global. El mero hecho de que ahora nos demos cuenta de que no podemos ni debemos vivir aislados, nos empuja a que conozcamos al "otro" y el género documental es el medio idóneo para conocer otras realidades.

Por otro lado, no cabe duda de que los canales temáticos ofrecen una estabilidad a la oferta del documental y han fomentado el crecimiento de la producción de documentales en Europa y por supuesto, en España. La fusión de plataformas digitales, así como el inicio de la emisión en digital por parte de las televisiones que emiten en abierto abrirá más canales y dará espacio a otros programas, entre ellos el documental.

¿En qué consistirá la iniciativa de formación Eurodoc-Script que tendrá lugar en Málaga en septiembre?

Eurodoc-Script es un programa que tiene por objetivo desarrollar proyectos documentales destinados al mercado internacional. Esta iniciativa consta de dos sesiones (que se cele-



Mercadoc, Málaga

bran en un período de 3 meses) de 6 y 5 días respectivamente. Entre las dos sesiones se realiza un seguimiento de la escritura del proyecto.

En Málaga se celebrará la segunda sesión de Eurodoc-Script, por lo que la lista de participantes ya está cerrada. Sin embargo, las negociaciones con la organización ha dado como fruto que ésta permita que profesionales del género documental (guionistas, productores, realizadores) asistan a esta sesión como observadores.

Esta sesión representa la fase en que se finaliza el proyecto. En primer lugar, cada tutor trabaja con un grupo de participantes y evalúa las segundas versiones de los guiones, al tiempo que orienta a los participantes para sus reuniones individuales posteriores con expertos en diferentes materias. Durante esos encuentros se cubren, entre otros, los siguientes aspectos: análisis de los proyectos en términos económicos, adaptación a los diferentes niveles de lectura que el proyecto sufrirá en el transcurso de su difusión y realización. ♦

Más información:
www.festcinemalaga.com/mercadoc.html

DocsBarcelona y Medimed, dos citas para el documental

El próximo otoño se presenta próspero para los profesionales del documental. Así, mientras en el mes de octubre (los días 12 y 13) se celebrará en Sitges la tercera edición del Medimed, en el mes de noviembre (del 7 al 9) tendrá lugar el V DocsBarcelona en Terrassa. DocsBarcelona es el foro anual que congrega a casi 300 profesionales de la industria del documental. Son documentalistas de Europa y de Latinoamérica: realizadores, productores, guionistas, distribuidores y profesionales del mundo audiovisual interesados en el documental obtienen un espacio para el intercambio de ideas y experiencias y fuentes de financiación para proyectos en fase de desarrollo. A su vez, la tercera edición del Medimed, un mercado que nació ante la necesidad de promocionar los proyectos y las producciones europeas y mediterráneas, estará dedicada exclusivamente al documental.

Terrassa será el escenario de la V edición de DocsBarcelona, que anualmente reúne numerosos profesionales del sector documental internacional. El Cine y el Club Catalunya de esta población barcelonesa acogerán del 7 al 9 de noviembre próximo este foro, gracias a un acuerdo de colaboración suscrito entre la Sociedad Municipal de Comunicación de Terrassa y Paral·lel 40, que se enmarca desde el proyecto *Terrassa, Ciudad de la Imagen*, una iniciativa del Ayuntamiento de esta localidad.

DocsBarcelona es uno de los cuatro talleres Docs que se celebran anualmente en el sur del continente; Grecia, Italia y Portugal son los otros tres países anfitriones. Estas sesiones de trabajo forman parte del *Project for Documenta-*

ries in Southern Europe, un proyecto promovido por EDN (*European Documentary Network*, asociación que reúne a más de 700 profesionales del documental de toda Europa) con el apoyo del Programa MEDIA de la Unión Europea.

En los talleres Docs, productores independientes y realizadores con proyectos en fase de desarrollo tienen la oportunidad de presentar sus proyectos en sesiones de *pitching* ante televisiones nacionales e internacionales, de donde pueden surgir relaciones de pre-compra o coproducción. Además, estos encuentros profesionales son un punto de reunión donde establecer contactos e interrelaciones con otros profesionales del sector documental.

En la edición anterior de DocsBarcelona participaron

alrededor de 270 profesionales del mundo del documental.

Medimed dedica su tercera edición al documental

La Asociación Internacional de Productores Independientes del Mediterráneo (API-MED) organiza, con el apoyo del Programa MEDIA, el *Institut Català de les Indústries Culturals*, el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales y EGEDA, entre otros, la tercera edición de Medimed.

Medimed se creó con el objetivo de establecer un intercambio comercial y profesional entre los países de la cuenca del Mediterráneo y de la Unión Europea y, sobre todo, para promocionar los proyectos y las producciones

audiovisuales euro-mediterráneas.

El mercado tendrá lugar en el marco del Festival de Sitges, los días 12 y 13 de octubre, a continuación del MIPCOM de Cannes, y la edición de este año estará dedicada exclusivamente al documental.

Un total de más de sesenta compradores y programadores de televisión internacionales han sido invitados a asistir a las sesiones de *pitching* y a los *screenings* que tendrán lugar durante el fin de semana del mercado.

Los productores audiovisuales están convocados nuevamente en Sitges para establecer contactos con los compradores de las televisiones y, al mismo tiempo, promover el intercambio creativo entre ellos. ♦

Entrevista a Joan González, coorganizador de DocsBarcelona

“Sin Europa, DocsBarcelona no hubiera sido posible”

Desde la perspectiva que ofrece organizar la quinta edición de DocsBarcelona, ¿qué balance se puede hacer desde el sector documental?

De entrada y lo más importante, se ha dado prestigio al documental, se ha dado a conocer que el documental va más allá de los insectos y animales diversos y todo ello ha ido acompañado de más y mejor formación y una nueva generación de jóvenes más preparados. También hemos visto multiplicarse el número de compañías que se dedican a la producción de documen-

tales y un buen número de documentales proyectados en salas de cine. Todo este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo y el trabajo de EDN (*European Documentary Network*) y del Programa MEDIA de la Unión Europea.

El único punto oscuro continúan siendo las televisiones, que no acompañan los cambios y continúan sin crear ventanas específicas para el documental, y las pocas que existen, están ocupadas en la compra de derechos y no en la inversión con la producción independiente. No todas las producciones han de ser de

gran presupuesto, precisamente el documental permite una gran escala de cifras, pero si las televisiones no abren nuevos espacios se producirá la fractura.

¿Entonces para qué sirve exactamente DocsBarcelona?

Para las compañías de producción, para los realizadores, para las televisiones, todos han sacado provecho. DocsBarcelona es un punto de encuentro de profesionales entre profesionales. Una fuente de conocimiento del sector, de profundizar sobre metodologías, de contactos.

¿Cómo ves el futuro del documental en España?

Indudablemente irá a más, porque el punto de partida es muy bajo. Y, a parte de potenciar el desarrollo del documental a través de la inversión de la televisión, el objetivo de futuro es ahora ampliar la demanda y crear espectadores, los cuales quieran y puedan ver un documental en el cine, la televisión, Internet o festivales. Todos los formatos son buenos. Además hace falta ampliar el sector documental más allá del documental de creación o más allá de las producciones únicas con

una visión de autor y proponer miniseries de alto contenido documental siguiendo el modelo anglosajón. Está muy bien el documental de autor, pero se necesitan series, y no por eso será menos de autor. DocsBarcelona ha de contribuir a que todo ello salga adelante y, de hecho, algunos de los proyectos presentados son series.

DocsBarcelona se enmarca en una acción conjunta de promoción del documental en el Sur de Europa junto a Italia, Grecia y Portugal, ¿cómo han sido los resultados en general?

En Italia y España, estos *workshops* han ayudado a avanzar mucho al sector, mientras que en Portugal y Grecia, los

resultados obtenidos no son tan optimistas. Si vemos la realidad es que en el primer DocsBarcelona se presentaron 8 proyectos y en el último se presentaron 62 de muy buena calidad. También ha variado el interés de las televisiones españolas, que han pasado de tener una presencia simbólica a ser mayoritarias en la actualidad.

¿El próximo DocsBarcelona se celebra en Terrassa, dentro del proyecto que el Ayuntamiento de esta ciudad tiene para el 2010-Ciudad de la Imagen?

Terrassa está muy cerca de Barcelona y su Ayuntamiento apuesta por un tipo de industria del siglo XXI y piensa también que es interesante para



DocsBarcelona, panel de expertos

ellos apostar por DocsBarcelona, que no por ello cambiará de nombre. Los accesos con la gran ciudad y los tres centros principales en los que se desarrolla el Docs son muy rápidos. El Cine y el Club Catalunya y el restaurante están muy cercanos, lo cual permitirá a los participantes

que se relacionen de forma natural. Creíamos que era necesario crear espacios en los que los profesionales se puedan relacionar y conocerse mejor como paso previo para hacer *business (networking)*. ♦

Más información:
www.docsbarcelona.com

Medimed, ágora de las coproducciones y punto de encuentro entre Europa y el Mediterráneo

La tercera edición de Medimed está llamando a la puerta. En unas semanas productores y representantes de televisiones, distribuidores y posibles inversores se darán cita en Sitges. Un lugar de encuentro en el cual y durante dos días, profesionales de las dos riberas del Mediterráneo presentarán sus proyectos acabados, en las salas de *screening*, o intentarán conseguir la financiación que les falta para finalizarlos, a través de las sesiones de *pitching*, formadas por representantes de las principales televisiones.

Esta edición del 2002 se ha querido centrar en el género documental, no obstante, la tarde anterior al inicio del mercado, se celebrará un debate sobre *La viabilidad de la coproducción de TV movies en las dos riberas del Mediterráneo*. En este debate está previsto que participen representantes de televisiones europeas y mediterráneas y en el que TV3, la televisión de Cataluña, ejercerá de anfitriona, tal y como nos informaron Isona Pasola, vicepresidenta de Apimed (asociación de productores de

la Mediterránea) y Sergi Doladé, coordinador de Medimed.

¿Cómo veis la evolución de Medimed en su tercer año?

Para nosotros es como el ágora de las coproducciones. Un lugar en el que se encuentran aquellos que tienen sus documentales acabados y los enseñan a posibles compradores, y también los que tienen un proyecto en marcha,

más comprensible entrar en dinámicas europeas que americanas. Europa representa para ellos la modernidad y nosotros desde Medimed lo que hacemos es poner a todos al mismo nivel, respetando y favoreciendo la diversidad e intentando ofrecer productos para un nuevo público televisivo. Si la realidad es que los mercados se amplían, la situación sociopolítica cambia, tie-

ha aumentado un poco el presupuesto. La Unión Europea apoya la situación estratégica de Barcelona, Sitges en éste caso, como puente entre Europa y el mundo árabe. Además, desde el Sur se está pidiendo a Europa que MEDIA abra una línea para los países del Sur al igual que la que tiene para los quince y ahora los países de la ampliación.

¿Qué es exactamente la Apimed?

Es la Asociación Internacional de Productores Independientes del Mediterráneo, que cuenta con 400 asociados en la actualidad y que tiene su secretaría en Barcelona de la cual está al frente Sergi Doladé. A partir de Apimed, que organiza Medimed entre otras cosas, se están creando otras asociaciones, que no podrían existir por la infraestructura propia de su país. Lo que se está intentando por primera vez es crear una organización propia de los países de la cuenca mediterránea. ♦

Más información:
www.apimed.org

«La lengua del mediterráneo es la traducción»

con un 15% de la financiación del mismo ya asegurada, y quieren conseguir el interés de las televisiones para acabarlo. Pero además es un lugar de diálogo, de participación entre profesionales de las dos orillas del Mediterráneo.

¿Habéis notado cambios tras lo ocurrido el 11-S?

Lo que hemos notado es que el enfrentamiento con los Estados Unidos ha propiciado un acercamiento a Europa por parte de los países de la cuenca mediterránea a los cuales les es mucho

menor que existir producciones audiovisuales que faciliten el conocimiento y el intercambio.

¿Sabes cuál es la lengua del mediterráneo? Pues ellos dicen que es la traducción.

¿Creéis que MEDIA es sensible a estos cambios?

Está claro que sí. MEDIA nos ha apoyado desde el primer momento para realizar Medimed y en Cataluña. Sin la ayuda del Programa MEDIA no podríamos organizar el mercado y además éste año nos

Sitges 2002

programa diez días de fantasía

Sitges 2002 - Festival Internacional de Cine de Catalunya arrancará el próximo 3 de octubre acompañado de una acentuada expectación, motivada por el atractivo cartel de proyecciones y actividades que programa el certamen, así como por su posicionamiento como uno de los más destacados festivales especializados de Europa y su condición de punto de encuentro de la industria y el sector de Catalunya y del conjunto del estado. La edición de este año, la segunda bajo la dirección de Ángel Sala, se presenta con el aval de la crítica y el público que caracterizó a un Sitges 2001 que reforzó su estilo de plataforma de cine fantástico. En este sentido, diversos films estrenados en la última edición del Festival (*Mulholland Drive*, *Amélie*, *Fausto 5.0*, *The Believer*, *Ghost World* o *Strange Invaders*) han recibido diferentes premios, distinciones y nominaciones internacionales.

Durante diez días, Sitges, bella localidad de la costa situada 30 kilómetros al sur de Barcelona, presenta un exquisito programa, que, bajo el eslogan *Un universo fantástico para todos los gustos*, satisface las exigencias de un amplio espectro de aficionados cinematográficos, especialmente del género fantástico. El Festival, que este año celebra su 35ª edición, reúne a 140.000 espectadores, y presenta 250 films y 350 cortos.

El Festival de Sitges exhibirá en esta edición de 2002 una interesante selección de la mejor producción de cine fantástico de este año, entre la que habrá algunos títulos catalanes y españoles. De hecho, *Darkness*, la última producción del joven director catalán Jaume Balagueró, abrirá Sitges 2002. El film, rodado el año pasado en Barcelona, cuenta con un reparto interna-



cional formado por Anna Paquin, Lena Olin, Giancarlo Giannini, Stephan Enquist y los actores españoles Fele Martínez y Fermí Reixach.

Esta y otras películas españolas compartirán el cartel de *Fantàstic*, la sección oficial del Festival, junto a producciones europeas, norteamericanas y orientales de gran calibre y proyección y que recogen las diversas facetas, estilos y territorios por los que circula el cine fantástico. Este es el caso de films como *Spider* (Gran Bretaña-Canadá, 2002) de David Cronenberg (*eXistenZ*, vista en Sitges'99); *Reign of fire* (USA, 2002) una espectacular historia de ciencia ficción, aventura y supervivencia dirigida por Rob Bowman, responsable de más de una treintena de episodios de la serie *Expediente X*.

Por su parte, la sección *Gran Angular*, que premia a la mejor película por votación del público, potenciará la línea aplicada en la última edición como foro de exhibición de films de nuevos autores con un estilo propio, definido y abierto a las nuevas tendencias, junto a producciones de directores consagrados de primera fila, como Woody Allen, que presentará su último trabajo *Hollywood ending*, (USA, 2002) una visión simpática y cínica de la industria estadounidense. *Gran Angular* también recogerá el thriller de suspense *Salton Sea* (USA, 2002), así como la première de *The Rules of Attraction* (USA, 2002), dirigida por el oscarizado coguionista de *Pulp Fiction*, Roger Avary.

La sección *Orient Express*, estrenada en Sitges 2001

como escenario del cine asiático de género, rendirá homenaje al realizador Tsui Hark (Vietnam, 1951).

Por su parte, las dos retrospectivas de la actual convocatoria están dedicadas, respectivamente, al euowestern y al cine fantástico australiano y neozelandés. La primera de ellas, proyectará copias de alta calidad de películas de Sergio Leone, Sergio Corbucci, Antonio Margheriti o Joaquín Romero Marchent, entre otros, mientras que el ciclo bautizado con el nombre de *Fantípodas* combinará la exhibición de films fantásticos consagrados de Australia y Nueva Zelanda junto a otros desconocidos.

El resto de secciones de Sitges 2002 también presentan auténticas sorpresas: *Anima't* dedicará un ciclo a Miyazaki y, como es habitual, recogerá la mejor selección de la animación de la temporada; *Audiovisual Català* actuará como foro de encuentro y presentación de la industria y los profesionales de Catalunya; *Brigadoon* será el punto de exhibición de cine fantástico de culto y gore. Paralelamente al Festival, Sitges reúne a la industria catalana y europea en diversos foros y plataformas. Entre ellas cabe destacar el programa de presentaciones, mesas redondas o coloquios del propio Festival, que reúnen a protagonistas del sector. Por su parte el foro euromediterráneo *Medimed*, que también se desarrolla los mismos días en Sitges, concentra a más de 200 profesionales de las industrias audiovisuales del conjunto del Mediterráneo, tanto del norte como de la cuenca mediterránea y que analizan y programan actuaciones comunes y ofrecen a posibles compradores de películas y documentales sus producciones. ♦

Más información:
www.sitges.com/cinema



Coordinadora Europea de Festivales, una red en pleno desarrollo

Como resultado de la convocatoria 68/2001 de apoyo a redes de festivales del Programa MEDIA Plus, la Coordinadora Europea de Festivales de Cine recibirá 400.000 euros para su Plan de Acción 2002. Este organismo nació en 1995 a partir de la asociación de 8 festivales. Actualmente, la Coordinadora cuenta con 172 miembros. Con motivo de este gran aumento, MEDIA Desk Luxemburgo y MEDIA Desk Francia entrevistaron a Romain Roll sobre los objetivos de la Coordinadora. Romain Roll es miembro del consejo de administración desde 1998 y se incorporó a la ejecutiva en 1999. Además, este luxemburgués dirige desde 2001 el festival Cinéyngma, dedicado esencialmente al cine fantástico.

¿Por qué se creó la Coordinadora Europea de Festivales de Cine?

Una preocupación bien simple fue el origen de este proyecto: ¿Cómo convencer a los espectadores de frecuentar las salas de cine para ver películas europeas? Hay que especificar que el año 1960 se vendieron tres mil millones de entradas de cine enfrente de los 600 millones de 1990; es decir, 80% menos. Mientras que los pequeños cines han ido desapareciendo progresivamente, las multisalas recientemente construidas han reducido el número de películas europeas proyectadas al mismo tiempo que han ido aumentando el número de películas americanas. Esto ha convencido a los fundadores de la Coordinadora de la necesidad de reaccionar de cara a este desequilibrio.

¿Por qué se escogieron los festivales de cine precisamente?

Los festivales de cine son un instrumento ideal para exhibir las películas europeas. Era lógico, pues, reforzar la cola-

boración entre ellos. Con el acuerdo de la Comisión Europea, nació la Coordinadora. Los fundadores estimaron que era el medio más adecuado para volver a dar un lugar al film europeo. 23 festivales se incorporaron a la Coordinadora, mientras que otros se han ido incorporando progresivamente al proyecto hasta llegar a los 172 miembros. La primera sesión se celebró en Amiens a principios de noviembre de 1995. En esa ocasión, los delegados aprobaron un código deontológico. La primera obligación es la de exhibir películas europeas. En esta óptica, parecía lógico exigir a un festival que programara como mínimo un 70% de producciones europeas con el fin de recibir una subvención europea. Mientras, esta exigencia ha sido incorporada a las convocatorias de propuestas del Programa MEDIA.

¿La Comisión Europea ha apoyado a la Coordinadora desde el principio?

Sí, pero al principio, entre 1995 y 1996, la Coordinadora sólo recibió una ayuda puntual. Esto cambió en febrero de 1997, desde que la Coordinadora se transformó jurídicamente en una agrupación europea de interés económico (G.E.I.E.). A partir de este momento, fue posible solicitar directamente las ayudas a Bruselas, al principio por la vía del programa Raphael para el proyecto 15x15 Patrimonio Cinematográfico Europeo, y después a través del programa MEDIA (desde 1999). En los años 2000 y 2001 la Coordinadora Europea de Festivales se benefició de ayudas financieras europeas como red de festivales.

¿Cuál es el organigrama de la Coordinadora? ¿Quiénes son los miembros?

La Coordinadora tiene la sede en Bruselas y da trabajo a una

asalariada a jornada completa. La asamblea plenaria de los 172 festivales designa a los miembros del consejo de administración que se compone actualmente de 18 miembros. Estas 18 personas deciden las 6 personas que forman el ejecutivo. Además, en cada país miembro existe una antena nacional que hace de vínculo con los diferentes festivales del país. La Coordinadora se encarga de representar a los festivales al lado de la Comisión.

¿Cómo adherirse a la Coordinadora?

Primero hace falta estar apadrinado por tres festivales miembros de la Coordinadora. Después, es necesario comprometerse a respetar fielmente el código deontológico. Y finalmente, los miembros deben ingresar una contribución financiera. Paralelamente, los festivales pueden solicitar una ayuda individual en el marco de las convocatorias de MEDIA. Sin embargo, cabe destacar que la adhesión a la Coordinadora no conlleva automáticamente una ayuda financiera de MEDIA.

¿Cuáles son las funciones concretas de la Coordinadora?

La Coordinadora desarrolla proyectos como el plan de acción para la educación a la imagen. A esto hay que añadirle la organización de talleres y de conferencias. También existen grupos de trabajo dentro de la Coordinadora sobre temas como el cine femenino o la aproximación con los Festivales de la Europa del Este. Se organizan debates sobre temas muy precisos. Un nuevo proyecto, *Docs in Europe*, se presentó en Venecia el pasado mes de septiembre. Dos filmes documentales -un corto y un largo- procedentes de cada uno de los 15 Estados miembros han sido seleccionados.

En el futuro, los festivales miembros de la Coordinadora podrán presentar esta selección de 30 filmes en el marco de su programa. Este proyecto *Docs in Europe* está actualmente en preparación y se extiende sobre un período de tres años. Otro proyecto, 15x15 Patrimonio Cinematográfico Europeo funciona bajo el mismo principio. 15 películas procedentes de los 15 Estados miembros y pertenecientes al patrimonio cultural. El objetivo de todas estas iniciativas es la promoción y la valoración de la película en todos sus aspectos.

¿Nuevas iniciativas verán la luz?

Sí, la Comisaria Europea Viviane Reding ha lanzado la idea de crear un programa que permita mostrar las películas que han recibido un premio. Por varios motivos, numerosas producciones no se exhiben nunca fuera de los festivales. La Coordinadora debe poner en marcha este proyecto de grandes dimensiones. Nuestro objetivo es realizar este programa en colaboración con las salas de la red Europa-Cinemas, entre otras. El proyecto deberá ver la luz este año.

Se puede obtener más información en las antenas nacionales de la Coordinadora. ♦

Artículo extraído de las revistas
MEDIA Desk Luxemburgo y
MEDIA Desk Francia.

Coordinadora Europea de Festivales de Cine

Marie-José Carta
64, rue Philippe le Bon
B-1000 Bruselas
Tel.: 32 2 280 13 76
Fax: 32 2 230 91 41
E-mail: cefc@skypro.be
www.eurofilmfest.org

Cooperación y tecnología para fortalecer el audiovisual europeo

Conclusiones de las Conferencias sobre el sector Audiovisual celebradas durante la Presidencia Española de la Unión Europea

durante el ejercicio de la presidencia española de la Unión Europea, a lo largo del primer semestre del año 2002, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte organizó dos importantes eventos cuyo objetivo apuntaba a impulsar el sector audiovisual europeo y sus relaciones con los países vecinos o cercanos por la cultura. El primero, una conferencia centrada en el tema de la cooperación cultural en el terreno cinematográfico y audiovisual, y posteriormente un seminario sobre el futuro de la industria y aspectos relacionados con la conservación del patrimonio.

En el anterior número de la revista MEDIA (abril 2002) se publicó información sobre los contenidos de ambas jornadas, celebradas en Madrid y Sevilla en los meses de abril y mayo, respectivamente. En esta edición se ha hecho balance de las distintas ponencias, del cual se desprenden las siguientes conclusiones:

Conferencia sobre Colaboración en el Sector Cinematográfico y Audiovisual de la Unión Europea y terceros países: relaciones con los Países Iberoamericanos y del Mediterráneo (Madrid, 18 y 19 de abril de 2002).

Esta iniciativa ha supuesto el análisis y estudio de la colaboración en materia audiovisual de la Unión Europea con terceros países, el seguimiento de las conclusiones en materia audiovisual de la Cumbre de los Jefes de Estado de la Unión Europea, América Latina y Caribe, y la preparación de las propuestas para el Foro Cultural y Cumbre de Jefes de Estado de mayo de 2002.

«Más cooperación audiovisual con Iberoamérica y el Mediterráneo y una mayor aplicación de los avances tecnológicos en el sector cinematográfico y de la conservación del patrimonio»

Durante dos días se desarrollaron una serie de temas, vinculados con el sector, a cargo de autoridades cinematográficas de la Unión Europea y de los países candidatos, e importantes personalidades y autoridades del área iberoamericana y mediterránea. Durante la Conferencia presentaron ponencias intelectuales como Jorge Edwards, Nour-Eddine Sail, representantes institucionales como Jean Michel Baer, Álvaro Garzón, Gianni Massaro, Xavier Merlín, Jacques Delmoly, Claudia Landsberger, Marion Döring, Pedro Berhan da Costa, Maurice Reyna, José María Otero, y prestigiosos profesionales como Gerardo Herrero, Thierry Forte, Grazia Volpi, Camilo Vives, Gianpaolo Sodano, Isabelle Dubar, Carlos Morelli, Andrés Vicente Gómez y Ahmed Baha Eddine Attia.

Como conclusiones, la Conferencia ha identificado los siguientes puntos fundamentales:

1. Teniendo en cuenta la importancia de las imágenes en el acceso al conocimiento y en la formación de las representaciones de las identidades, especialmente para los jóvenes, el intercambio y la cooperación internacional en el sector del cine y audiovisual tienen un importante papel que desarrollar en el diálogo intercultural y para la comprensión mutua entre los pueblos.

2. La Unión Europea y sus socios mediterráneos y de Iberoamérica quieren desarrollar un enfoque común en materia audiovisual sobre la base de la idea que comparten sobre este sector, en particular su especificidad, y especialmente el fundamental papel cultural y social desempeñado por las obras audiovisuales ante nuestros conciudadanos, así como la legitimidad de las políticas públicas que buscan la preservación de la diversidad cultural.

3. Se está perfilando una nueva etapa en la política audiovisual de la Unión Europea. Tras haberse concentrado en las políticas e instrumentos de ámbito comunitario, es importante articular estas políticas e instrumentos con respecto a terceros países, para poder trabajar a favor de la diversidad cultural, profundizar en el diálogo intercultural y aumentar los intercambios.

4. La Unión europea interviene ya en este sentido a varios niveles: sus Estados miembros apoyan las coproducciones. La colaboración euro-mediterránea reconoce desde hace tiempo la importancia del sector audiovisual y Euromed Audiovisual apoya distintos proyectos de cooperación entre ambas orillas del Mediterráneo. También se ha iniciado en Rabat un diálogo sobre políticas audiovisuales. En cambio, las

actuaciones relativas a los países iberoamericanos están menos desarrolladas.

5. Proponemos, junto con los ámbitos profesionales implicados, el refuerzo de las actuaciones dirigidas a terceros países, en el marco de los programas comunitarios existentes, especialmente en el marco del Programa Media Plus, y por medio de acciones piloto en una primera fase. La promoción de la circulación transnacional de las obras audiovisuales es importante, especialmente mediante la organización de festivales y la presencia en los mercados. También hay que proporcionar ayudas a la circulación de creadores, la cooperación entre empresas del sector y coproducciones, y en especial promocionar el diálogo y la cooperación entre profesionales europeos y los de países iberoamericanos y mediterráneos sobre los retos de las políticas audiovisuales. Se ha identificado la necesidad de dedicar una atención especial a la participación de profesionales de Iberoamérica y del Mediterráneo a los programas de formación apoyados por el Programa MEDIA.

6. A este respecto, se considera importante establecer a corto plazo, junto con la Conferencia de Autoridades Cinematográficas Iberoamericanas (CACI) y los profesionales iberoamericanos, un diálogo fundamentalmente de carácter normativo sobre la política audiovisual.

7. A más largo plazo, es necesario que la política audiovisual, con sus instrumentos y

desde la perspectiva de su evaluación y examen internos, concedan un lugar fundamental a la cooperación con los países iberoamericanos y mediterráneos en particular, con el fin de reforzar nuestras colaboraciones y trabajar conjuntamente por la diversidad cultural.

8. Los profesionales participantes en el Programa Euromed Audiovisual han solicitado que la gestión de este programa sea incorporada al Programa MEDIA, en el marco de la política audiovisual, con el fin de desarrollar plenamente las sinergias entre los proyectos.

9. Un número relevante de profesionales del sector ha considerado la importancia de promover la participación de las entidades bancarias, públicas y privadas, en la financiación de largometrajes y programas de ficción para televisión para el desarrollo de proyectos con vocación internacional como forma de mejorar su calidad y la comercialización internacional de los mismos, mediante la aplicación de incentivos fiscales y el establecimiento de fondos de garantía que contribuyan a incrementar la inversión en el sector audiovisual.

Seminario Seguimiento de la Comunicación sobre el futuro de la industria cinematográfica y audiovisual: aspectos relacionados con la conservación del patrimonio, el cine digital, la educación cinematográfica y la calificación de películas (Sevilla, 6 y 7 de mayo de 2002).

La Comisión Europea elaboró, en septiembre de 2001, la ya citada Comunicación, elevándola al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité de las Regiones y al Comité Económico y Social, con la que orientó su política en campos tan importantes como el de las ayudas estatales al sector cinematográfico, los aspectos



Madrid, 18-19 de abril

fiscales, nuevas medidas para mejorar la circulación de las películas, o aspectos a tener en cuenta en la próxima revisión de la Directiva sobre *Televisión sin Fronteras*, sin olvidar los que precisamente fueron elegidos para ser tratados durante este Seminario de Sevilla: la protección del patrimonio y la explotación de las obras audiovisuales, el cine electrónico y la calificación y circulación de películas.

La política audiovisual europea parte de la siguiente premisa: las obras audiovisuales y el cine en particular, desempeñan un papel importante en la conformación de las identidades europeas, tanto por lo que respecta a aspectos comunes compartidos en el conjunto de Europa como en lo referente a la diversidad cultural que caracteriza nuestras diferentes tradiciones y culturas.

A esto hay que añadir que las transformaciones derivadas del desarrollo de la sociedad de la información y, en concreto, los avances tecnológicos, ofrecen nuevas oportunidades para fomentar la cultura, el desarrollo de la industria cinematográfica y televisiva y la conservación de este patrimonio.

Se debe recordar que los principios que rigen la política audiovisual comunitaria, establecidos en la Comunicación de la Comisión de diciembre de 1999, suponen que la reglamentación del sector audiovi-

sual debe tender a salvaguardar determinados objetivos de interés público, como el pluralismo, la diversidad cultural y lingüística y la protección de los menores. A nivel Europeo, es preciso guardar el equilibrio necesario para garantizar la subsidiariedad en un ámbito en el que las principales competencias corresponden a los niveles nacionales o regionales, asegurando al mismo tiempo que las empresas europeas puedan aprovechar plenamente su propia dimensión europea.

Los instrumentos europeos básicos desarrollados específicamente en este ámbito (la Directiva sobre *Televisión sin Fronteras* -aspectos reglamentarios- y el Programa MEDIA 2001 - 2005 -mecanismos de apoyo-) tienen como objetivo primordial el incremento de la circulación y el desarrollo de las obras europeas, asegurando que las empresas europeas del sector puedan aprovechar al máximo las posibilidades que ofrece el mercado único europeo.

El seminario celebrado en Sevilla ha servido para desarrollar tales temas vinculados con el sector, a cargo de autoridades cinematográficas de la Unión Europea, responsables de Filmotecas y Archivos Cinematográficos en Europa, directores, productores, distribuidores y exhibidores.

Durante el Seminario han presentado ponencias representantes institucionales como

Jean Michel Baer, Giorgio Ficarelli, Aviva Silver, Gabrielle Claes, Rossanna Rummo, Bjorn Erichsen, Maruja Gutiérrez, Beatriz de Armas, Wim Bekkers, Renaud di Francesco, y prestigiosos profesionales como, Fátima Djoumer, Elisabetta Brunella, Miguel Ángel Benzal, Charlotte Lund Thomsen, Fernando Labrada, Antonio Saura, Cay Wesnigk, Enrique González Macho, Ana Solá, Assumpta Serna, Carlos de Muns, Xavier Casals y José María Morales.

Las conclusiones del Seminario se basan en los siguientes puntos fundamentales:

1. El conjunto de los archivos de imágenes en movimiento, fundamentalmente conservados en filmotecas y en archivos de televisión europeos, constituye para nuestra sociedad un patrimonio de carácter cultural de la máxima importancia, y equiparable a otros archivos y museos que conforman el patrimonio cultural de Europa. Los participantes en el Seminario identificaron la necesidad de acciones conjuntas, a nivel nacional y europeo, para la conservación, restauración y revalorización del cine europeo.

2. Por otra parte, el Seminario ha puesto de relieve la necesidad de analizar más en detalle dos iniciativas complementarias, pero distintas, como son el registro de películas y obras audiovisuales, y el depósito para la conservación del patrimonio audiovisual.

En este sentido, la Comisión está a la espera de recibir las respuestas de los Estados miembros al cuestionario relativo a la conservación del patrimonio audiovisual, y los participantes en el Seminario consideraron que esta información debe ser ampliamente difundida.

3. El registro de películas y obras audiovisuales tiene como finalidad dar fe de los titulares de las películas y obras audiovisuales a los efectos de garantizar la titularidad e identificar las películas y las obras audiovisuales. Esta identificación da seguridad al cobro de los derechos que correspondan, a los contratos de coproducción, ventas internacionales y cesiones a las televisiones y, asimismo, facilita la obtención de créditos ante las Instituciones financieras.

Este procedimiento se manifiesta en Europa de diferentes formas. En Francia, por ejemplo, existe un registro público donde la inscripción de los contratos es oponible a terceros; en España, el registro articulado facilita los cobros de derechos que correspondan a los productores y las garantías a los mecanismos financieros; y en Italia, se presenta como mecanismo previo a la concesión de créditos públicos.

4. Respecto al banco de datos, sería de utilidad estudiar más en profundidad la creación de una página web que contenga datos sobre los rodajes y otras informaciones sobre las películas europeas actuales. Asimismo es conveniente estudiar la posibilidad de que los datos de los registros sean accesibles para su consulta a través de Internet y que los registros de los distintos Estados de la UE puedan estar conectados. Los datos deberían establecerse de acuerdo con una serie de criterios comunes establecidos a nivel europeo.

5. Por otra parte, la conservación de patrimonio se manifiesta como una cuestión fundamental. Prueba de ello son sus diversas manifestaciones en Europa, ya sea su obligatoriedad por ley, o su carácter de mecanismo previo a la per-

cepción de subvenciones, ayudas o incentivos, como en el caso español.

6. El desarrollo tecnológico ha posibilitado una revalorización de los archivos televisivos como activos digitales, abriendo nuevas vías para su explotación económica y cultural, y creando la necesidad de preservar los contenidos digitales. Esta posibilidad exige nuevas acciones de cooperación europea e internacional que respondan a los retos jurídicos, tecnológicos, y de formación, tanto de los profesionales como de los usuarios.

7. Por otro lado, los diferentes criterios de calificación de las obras audiovisuales en Europa pueden generar importantes obstáculos a la circulación de las películas. Aunque la mayoría de los Estados posee nociones similares sobre los conceptos de la pornografía y la apología del terrorismo y de la violencia para considerarlos no recomendados o prohibidos a menores de 18 años, se debería estudiar la adopción de sistemas análogos de calificación para el cine, el DVD y la televisión, que respetando sus diferencias culturales otorguen una seguridad a la circulación de obras y películas.

8. La educación cinematográfica en las escuelas y la destinada a los jóvenes constituye una medida adecuada para potenciar el conocimiento del patrimonio cinematográfico europeo. Desde esta perspectiva, las iniciativas de las Comisión como *e-Learning*, y *CINEDd@ys 2002*, que, por primera vez y al mismo tiempo (entre el 12 y 24 de noviembre de 2002), girará en torno a *La Semana del patrimonio cinematográfico europeo* y a los *Netd@ys 2002 - Educación de la Imagen*, son valoradas muy positivamente.

Los participantes manifestaron la necesidad de contar con un completo apoyo de las televisiones europeas a esta importante iniciativa.

9. La distribución es clave para el desarrollo del cine europeo y para convertir a la UE en un verdadero mercado interior. La acción de MEDIA Plus en apoyo de la distribución y el éxito de las ayudas automáticas hacen recomendable su ampliación. Especialmente, las acciones de Europa Cinemas (una iniciativa del Programa MEDIA Plus) contribuyen a la difusión de las películas europeas. Sin embargo es necesario llamar la atención por el escaso número de películas europeas emitidas por las televisiones, aparte de las nacionales en cada país. Es conveniente desarrollar iniciativas que tengan como resultado el aumento en la difusión de cine europeo, que por otra parte cuando esté bien programado supera en éxito a la mayoría de películas y TV *movies* de EE.UU.

10. Durante las discusiones del Seminario se identificó claramente la necesidad de un debate en profundidad en un futuro próximo con las televisiones europeas, especialmente con las televisiones públicas, con el fin de identificar conjuntamente soluciones efectivas que contribuyan a la producción y circulación de las obras europeas.

11. El cambio de 35 mm. a digital debe realizarse en las mejores condiciones para que todos los usuarios obtengan ventajas. Para garantizar que la industria de la exhibición y de la distribución se orienta a esa dirección, tanto la Comisión Europea como los Gobiernos de los Estados de la UE, deben informar amplia-

mente de las ventajas del cine digital. El cambio a cine digital reportará beneficios a toda la cadena cinematográfica: directores, profesionales, productores, estudios, distribuidores y exhibidores, quienes deben recibir una detallada información que les motive a este cambio.

La exhibición necesita permanecer como un espectáculo único mientras se realiza la transformación a la era digital. Esto necesita ser percibido con claridad por los espectadores.

12. El cine digital comporta unos requerimientos básicos para la exhibición: calidad análoga al 35 mm., sistemas standard y equipos de operación intercambiable, seguridad en el transporte y en la proyección que garantice el respeto a la propiedad intelectual y a los derechos de los titulares, así como unos costes razonables.

13. Los incentivos gubernamentales deberían favorecer este proceso de introducción gradual de la tecnología digital, especialmente en zonas rurales o de baja rentabilidad cinematográfica.

En este sentido, tienen especial importancia los trabajos que está desarrollando el Foro Digital con apoyo de la Comisión Europea, así como las iniciativas de la Comisión Europea en apoyo de la introducción de la tecnología digital en MEDIA Plus (proyectos piloto) y en "i2i Audiovisual".

En definitiva, éste es el escenario descrito por los participantes en ambos eventos para proseguir con un adecuado desarrollo de nuestro sector audiovisual a nivel europeo e internacional. ♦

Eurimages continúa su apoyo a los proyectos españoles



El embrujo de Shangai, de Fernando Trueba



Los lunes al sol, de Fernando León

Eurimages es el fondo de ayuda a la coproducción, distribución y exhibición de las obras cinematográficas europeas. Establecido por el Consejo de Europa en 1989 como un Acuerdo Parcial, el fondo cuenta actualmente con la participación de 27 Estados europeos¹. El objetivo de Eurimages es promover la industria cinematográfica europea, estimulando la producción y circulación de las obras y la colaboración entre profesionales del sector.

Eurimages abarca tres modalidades de ayuda:

Ayudas para la coproducción de largometrajes de ficción, animación y documentales, con una duración mínima de 70 minutos. Las normas que rigen actualmente estas ayudas se revisaron en 1999, entrando en vigor a partir de enero de 2000. Las ayudas, en forma de anticipos reembolsables sobre ingresos, se facilitan bajo dos esquemas distintos: el primero se basa en el potencial de circulación del proyecto, mientras que el segundo, dirigido a películas que reflejen la diversidad cultural europea, se concentra fundamentalmente en el valor artístico de la producción. Todos los proyectos deben

contar con la participación de al menos dos coproductores establecidos en diferentes Estados participantes en Eurimages.

Ayudas para la distribución cuyo objetivo es proporcionar un esquema de apoyo a los distribuidores cinematográficos para la distribución de cine europeo no nacional, en forma de subvención. Estas ayudas, complementarias a las del Programa MEDIA, están dirigidas a distribuidoras y películas de Estados no participantes en el Programa MEDIA Plus. En este sentido, los distribuidores pueden solicitar ayuda para la distribución de películas procedentes de cualquier Estado perteneciente a Eurimages, excepto para su país de origen.

Ayudas a las Salas de Cine. Se trata de un sistema complementario a las ayudas a la exhibición que funcionan dentro del Programa MEDIA 2001-2005, en el seno de la red Europa Cinémas. Al igual que sucede en las ayudas a la distribución, la ayuda a la exhibición está destinada a aquellos países que no pueden acceder al Programa MEDIA.

Eurimages cuenta con un Consejo Ejecutivo que define la política del Fondo, las con-

diciones de concesión de las ayudas y la selección de los proyectos presentados. Cada Estado participante en el Fondo nombra un representante en el Consejo. En el caso de España, esta representatividad la lleva a cabo el Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA) del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

El Comité Ejecutivo se reúne aproximadamente seis veces al año, un mes y medio después de cada fecha límite de presentación de proyectos. **Las fechas límite establecidas para este año son: 11 de marzo, 10 de mayo, 22 de agosto, 10 de octubre y 13 de diciembre de 2002.**

El Secretariado de Eurimages, dirigido por la Secretaria Ejecutiva, Renate Roginas, se encuentra en la sede de Consejo de Europa, en Estrasburgo.

Resultados ayudas a la coproducción

Durante el año 2001, España contó con una participación significativa en lo que se refiere a las ayudas a la coproducción. Eurimages apoyó la coproducción de un total de 48 largometrajes por un importe global de 15.717.374 euros; entre ellos, 8 contaban con

participación española y para ellos se destinaron 3.834.000 euros (el 24% del importe total concedido a los proyectos de coproducción) Se trata de los siguientes largometrajes:

Esquema 1:

Afroditá, el sabor del amor de Fernando Pino Solanas (Francia/Argentina). Con la participación de España (Astrolabio), Italia (Filmtree), Francia (Leo et Cie.), Suiza (Thelma Film) y Argentina (Cinesur).

El embrujo de Shangai de Fernando Trueba (España). Con la participación de España (Lola Films) y Francia (Pyramide).

Callas forever de Franco Zeffirelli (Italia). Con la participación de Italia (Cattleya / Medusa Film), Rumanía (Media Pro Pictures), España (Alquimia Cinema), Francia (Galfin SA) y Reino Unido (Film and General Productions Ltd.).

Los lunes al sol de Fernando León (España). Con la participación de España (Elías Que-rejeta PC), Italia (Eyescreen) y Francia (Quo Vadis).

Plus près du paradis de Tonie Marshall (Francia) Con la participación de Francia (Orsans Productions / Maïa Films), España (Lola Films) y Canadá (Film Paradis Inc.).

¹Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, República Checa, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Letonia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumanía, Suecia, Suiza y Turquía.

Esquema 2:

Carnages de Delphine Gleize (Francia). Con la participación de Francia (Balthazar Productions), Bélgica (Need Production), Suiza (PCT Cinéma Television) y España (Oasis P.C.).

Food of love de Ventura Pons (España). Con la participación de España (Els Films de la Rambla / 42 Street Productions) y Alemania (FFP Entertainment).

Torremolinos 73 de Pablo Berger (España). Con la participación de España (Telespan 2000 / Mama Films) y Dinamarca (Nimbus Film).

Durante la primera mitad de 2002, Eurimages ha apoyado un total de 21 proyectos de largometraje (6 dentro del Esquema 1 y 15 bajo el Esquema 2) por un importe global de 7.181.000 euros entre los que se encuentra un único proyecto español. Se trata de *El misterio de Galíndez* de Gerardo Herrero (Esquema 1), con la participación de España (Tornasol Films / Ensueño), Italia (Storie Srl.), Francia (D.M.V.B Films), Portugal (Madragoa Filmes), Cuba (ICAIC Productora Cinematográfica) y Reino Unido (Greenpoint Films Ltd.).

Sesión Informativa en Madrid y Barcelona

El pasado mes de mayo, como parte de una nueva gira informativa a escala europea, la Secretaria Ejecutiva de Eurimages, Renate Roginas, se desplazó a Madrid y Barcelona con objeto de realizar una pre-



Torremolinos 73, de Pablo Berger

sentación de estas ayudas y mantener un encuentro personal con los productores, con vistas a mejorar el resultado de los proyectos con participación española en el seno de Eurimages.

Coordinadas por la red de oficinas MEDIA establecidas en España, estas sesiones informativas y de trabajo tuvieron lugar en Madrid (3 y 4 de abril de 2002) y Barcelona (5 de abril de 2002) y contaron con la participación de numerosos productores procedentes de todo el Estado. Para las dos sesiones organizadas en Madrid, MEDIA Desk España contó con la colaboración del Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA) y las mismas tuvieron lugar en la sede del Ministerio de Educación, Cultura y

Deporte, del que depende este Organismo.

La reunión en Barcelona tuvo lugar en la sede central del Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya, donde medio centenar de productores catalanes aprovecharon la visita de Renate Roginas para exponer sus dudas y informarse de las últimas novedades en el campo de la coproducción.

Para el desarrollo de las jornadas se diseñó el siguiente formato: se primera parte, de carácter teórico, durante la que se llevó a cabo una exposición de los objetivos y reglamentación de Eurimages y el análisis de casos prácticos, mediante *Power Point* y traducción simultánea. La tarde se reservó para

una serie de entrevistas bilaterales entre los productores y la Sra. Roginas, en el transcurso de los cuales los responsables de los proyectos presentados en el último plazo de presentación tuvieron la oportunidad de analizar diversos aspectos relacionados con los mismos, antes de ser presentados ante el próximo Comité de Dirección. ♦

CONSEJO DE EUROPA EURIMAGES

Secretaria Ejecutiva:

Mrs. Renate Roginas
Avenue de l'Europe
F-67075 Strasbourg Cedex
Tel.: +33.(0)3.88.41.26.40
Fax: +33.(0)3.88.41.27.60
E-mail: eurimages@coe.int
<http://culture.coe.int/>
Eurimages

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE. ICAA

Representante Nacional Comité
Dirección Eurimages:
Sra. Rosario Alburquerque
Plaza del Rey, 1
E-28004 Madrid
Tel.: 91 701 72 59
Fax: 91 523 19 13
E-mail:
rosario.alburquerque@icaa.mcu.es



Sesión informativa en Madrid

117 pantallas europeas se unen a la red de exhibición Europa Cinémas

Desde los orígenes del Programa MEDIA, a comienzos de los 90, el sector de la exhibición cinematográfica ha sido identificado por la Comisión Europea como esencial para una adecuada circulación de las obras europeas. Como consecuencia de este interés estratégico surgió el proyecto de apoyar una Red europea de salas de exhibición que, en su política de programación, dedicaran un espacio significativo al cine europeo, especialmente a las cinematografías no nacionales, arriesgando con ello unos niveles de recaudación "más cómodos", en términos comerciales, que si hubieran optado por la proyección de títulos más convencionales.

Sin embargo, los empresarios de estas salas, la mayoría ya propietarios de varias pantallas debido al fenómeno de la proliferación de complejos de exhibición, encontraron un común interés y sensibilidad por el cine europeo, coincidiendo en ello con colegas de toda Europa y, visto este interés no sólo del sector profesional sino del propio público, la UE facilitó el nacimiento de Europa Cinémas, una estructura permanente de apoyo a la exhibición.

Esta Red de exhibidores europeos viene siendo apoyada por el Programa MEDIA desde su origen mediante las ayudas que la Comunidad Europea define como "a la integración de cines que proyecten cine europeo", convocatoria anual a la que se ha venido presentando la organización para obtener la correspondiente subvención, encargándose posteriormente de su asignación entre las salas que forman parte de Europa Cinémas, en función de una serie de criterios objetivos fijados por la propia UE

Los criterios de elegibilidad para acceder a las ayudas de Europa Cinémas durante el año 2002 establecen las siguientes condiciones: las salas deben estar en funcionamiento desde hace al menos 6 meses; mínimo de proyecciones anuales: 800 -para salas permanentes- ó 30 -para salas "de temporada" abiertas menos de 6 meses al año-; programación de reestrenos: como máximo, un 30% de la cantidad total de proyecciones europeas no nacionales; mínimo de asientos: 70; mínimo de espectadores durante los últimos 12 meses: 20.000, excepto para Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido: 30.000; equipamiento técnico acorde con los niveles profesionales habituales; condiciones de seguridad y proyección de acuerdo con la regulación nacional.

Como novedad, el año pasado la UE seleccionó a Europa Cinémas para un apoyo bianual o, lo que es lo mismo, la Red gestionará fondos para sus miembros correspondientes a dos anualidades (2002 y 2003), lo que deberá garantizar una continuidad en la importante labor desempeñada por estos cines, así como un flujo de ayuda más estable que lo que pudiera haber sido en anteriores convocatorias.

En ejecución de estas ayudas, y con ocasión de la Presidencia Española de la Unión Europea durante el 1º semestre de 2002, el Comité de Expertos de Europa Cinémas se reunió en Madrid (19-21 abril de 2002) para analizar las nuevas solicitudes de integración por parte de los exhibidores, la programación detallada de 2001 y para validar la ayuda del Programa MEDIA Plus destinada a cada sala. Durante al año 2001, la red de exhibidores apoyada por



La Pianiste, de Michael Haneke



Dos imágenes de Amélie, la película europea más taquillera del año 2001 en la Red de Salas de Europa Cinémas

MEDIA ha programado un 61% del total con películas europeas (56% en el 2000); y un 38% con películas europeas no nacionales (35% en el 2000). La circulación de estas últimas es el objetivo principal del esquema de ayuda.

Estas salas atrajeron a 18 millones de espectadores -o el 58% de las admisiones- para las películas europeas, de los que 11 millones fueron para las películas europeas no nacionales.

El Comité de Expertos ha decidido incorporar a la Red a 171 nuevas pantallas localizadas en 28 ciudades europeas. En el marco de MEDIA Plus, Europa Cinémas integra ahora 896 pantallas, 356 salas de cine en 201 ciudades de 17 Estados miembros.

Asimismo, en el marco del programa Euromed Audiovisual (Comisión Europea), la Red de Europa Cinémas incorpora otras 37 salas y 103 pantallas localizadas en los 12 países socios de la región mediterránea. Actualmente,

77 películas europeas y mediterráneas han sido o van a ser apoyadas para su distribución en los países de esta región, alcanzando cerca de un millón de espectadores. ♦

Top 12 películas europeas en las salas de Europa Cinémas (total proyecciones hasta 31/12/2001):

1. *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* (FR)
2. *Billy Elliot* (RU)
3. *Pane e Tulipani* (IT)
4. *Le goût des autres* (IT)
5. *La stanza del figlio* (IT)
6. *Chocolat* (FR)
7. *Bridget Jones' Diary* (RU)
8. *Chicken run* (RU)
9. *La pianiste* (FR)
10. *Tillsammans* (SU)
11. *Sous le sable* (FR)
12. *Intimacy* (FR)

EUROPA CINÉMAS

Director General:

Mr. Claude Eric Poiroux
54 rue Beaubourg
F-75003 Paris
Tel.: +33.1.42.71.53.70
Fax: +33.1.42.71.47.55
www.europa-cinemas.org

El sector de formación en España desarrolla nuevas iniciativas con el apoyo de MEDIA Formación

Los profesionales audiovisuales españoles están de enhorabuena ya que el Programa MEDIA 2001-2005 de la Comisión Europea ha decidido apoyar a dos nuevos proyectos diseñados por empresas españolas en el marco de sus ayudas a la Formación en este año 2002.

Se trata de la empresa Corporación Multimedia S.A., con su iniciativa sobre *Audiencias y espectadores para las obras audiovisuales de ficción europeas*, y de Iberoautor Promociones Culturales (Fundación Autor) con su curso titulado *Las películas europeas cruzan fronteras*.

En el número anterior de nuestra Revista, ya informamos sobre el nuevo curso de la empresa En Efecto, S.A., en colaboración con la Escuela de Cine y Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM), que recibió también apoyo de MEDIA Formación para su *Master Europeo sobre efectos virtuales*, con lo que los "retornos" para España del Programa MEDIA son ya significativos en este sector de formación si recordamos las dos ya tradicionales iniciativas subvencionadas por MEDIA desde el año 1991: la Fundación Cultural Media (Media Business School) y su programa de cursos, y la Asociación Cultural Pilots con sus talleres sobre escritura de guiones para televisión.

La empresa Corporación Multimedia S.A., ha diseñado un curso denominado *Audiencias y espectadores para las obras audiovi-*

suales de ficción europeas, que consiste en tres talleres intensivos de formación continua, de tres días de duración cada uno, en el campo de la gestión audiovisual (*management*) y con soporte "en línea".

Estos talleres van dirigidos a productores de televisión, programadores, guionistas, distribuidores, expertos en marketing y publicidad así como en gestión empresarial, y su objetivo es la definición de audiencias potenciales.

Este curso abordará temas como los siguientes:

1. La economía digital de los medios. Estudios de audiencias. Plataformas de comunicación: televisión, radio, internet, prensa, cine, publicidad estática. Otros modelos análogos.
2. Los objetivos de la investigación de audiencias: antecedentes históricos, conocimiento del mercado, búsqueda de rentabilidad económica, análisis de tendencias, expectativas futuras.
3. Metodología de la investigación de audiencias: estudios cuantitativos y cualitativos, aplicación de métodos de investigación.
4. Investigación de audiencias en cine y televisión.
5. Aplicación de la investigación de audiencias en programación y planificación publicitaria en televisión.

6. Casos prácticos e ilustración con ejemplos.

En cuanto al segundo de los cursos apoyados por MEDIA este año, se trata del presentado por Iberoautor Promociones Culturales (Fundación Autor), identificado como *Las películas europeas cruzan fronteras*, tres talleres igualmente de carácter intensivo de formación continua, de dos días de duración cada uno, en el campo también de la gestión audiovisual (*management*), dirigidos a jóvenes productores y distribuidores.

Su objetivo es instruirles en la identificación de los mecanismos para una óptima explotación comercial de sus películas y para sacar el máximo aprovechamiento de su presencia en aquellos festivales de cine en los que participen.

Estos talleres, en número de tres al año, se organizarán coincidiendo con los festivales de Cannes, San Sebastián y Berlín, como grandes citas del sector a nivel internacional, y se celebrarán dos días antes del comienzo de dichas citas.

Su estructura básica será la de tres prestigiosos ponentes y un importante número de profesionales participantes.

Entre los temas que se tratarán destacan los siguientes:

1. Marco legal y económico. Especial atención al mercado europeo.
2. Mercado Europeo del Cine.
3. Organizaciones públicas de promoción cinematográfica.
4. Festivales Europeos de Cine.
5. Financiación y apoyos públicos.
6. Casos prácticos. ♦

Los contactos para ambas iniciativas son los siguientes:

Corporación Multimedia S.A. Audiencias y espectadores para las obras audiovisuales de ficción Europeas.

Persona de contacto:

Saturnino Santos Montiel.
Marqués de Valdeiglesias, 3.
ES - 28004 Madrid.
Tel.: +34 91 701 4660
Fax: +34 91 701 4662
E-mail: mgirona@corporacionmultimedia.es
www.corporacionmultimedia.es

Iberoautor Promociones Culturales / Fundación Autor. Las películas Europeas cruzan fronteras.

Persona de contacto:

Brigitte Veyne Camm.
Bárbara de Braganza, 7.
ES - 28004 Madrid.
Tel.: +34 91 503 68 00
Fax: +34 91 503 68 76
E-mail: bveyne@sgae.es
www.artenetsgae.es

Estos talleres, en número de tres al año, se organizarán coincidiendo con los festivales de Cannes, San Sebastián y Berlín.

Iniciativas de formación

ESCRITURA DE GUIONES

PILOTS

Talleres de desarrollo de guiones de televisión.

Próximas sesiones:

Del 29 septiembre al 5 octubre 2002, Sitges (Barcelona)

Contacto: Pere Fages

C/ Colon, 4

17600 Figueres

Tel.: +34 972 504 061

Fax: +34 972 504 760

E-mail: pilots@intercom.es

Web: <http://www.acpilots.com>

SOURCES 2

Taller de desarrollo de guiones.

Próxima sesión:

marzo/abril 2003

Fecha límite:

1 diciembre 2002

Contacto: Renate Gomper

Köthener Strasse 44

D-10963 Berlín (Alemania)

Tel.: +49 30 88 60 211

Fax: +34 93 487 39 52

E-mail: info@sources2.de

Web: www.sources2.de

EQUINOXE

Taller de escritura de largometrajes.

Próxima sesión: Noviembre 2002, Chateau de Beychevelle (Francia)

Contacto: Gérard Berger

4 Square du Roule,

Paris 75008, Francia

Tel.: +33 1 53 53 44 88

Fax: +33 1 53 53 44 89

E-mail: equinoxend@aol.com

MEDITERRANEAN FILM INSTITUTE

Taller de escritura de guiones.

Iniciativa dirigida a guionistas o escritores/directores con un proyecto de largometraje en desarrollo.

Próximas sesiones: Octubre 2002 y Marzo 2003, Grecia,

Contacto:

George Kalogeropoulos

Alopekis 13,

Atenas 10675 Grecia

Tel.: +30 1 723 1190

Fax: +30 1 723 1190

E-mail:

medfilminst@tee.gr

<http://www.mfi.gr>

SAGAS: Writing Interactive Fiction.

Iniciativa dirigida a guionistas, directores y productores interesados o especializados en media interactiva.

Próxima sesión: Taller "Future TV", 25-31 Octubre 2002, Karlsruhe

Contacto: Wolfgang Längsfeld

C/o Bayerisches Filmzentrum, Bavariafilmplatz 7

D-82031 Munich-Grünwald

Tel.: +49 89 64 98 11 30

Fax: +49 89 64 98 13 30

E-mail: info@sagas.de

<http://www.sagas.de>

NUEVAS TECNOLOGÍAS

INA - TRAM (Training and Research in Multimedia) European Master on the Management of Digital Interactive Services (EMM-DIS): master en servicios digitales interactivos.

El próximo master: del 13 de enero al 28 de marzo de 2003

Fecha límite de inscripción: 29 noviembre de 2002.

Contacto: Ana Vinuela

INA, 4 avenue de l'Europe

F - 94366 Bry-sur-Marne

Cedex - France

Tel.: 33 1 49 83 33 44

Fax: 33 1 49 83 25 83

E-mail: tram@ina.fr

<http://ina-tram.com>

CURSO DE DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN INTERACTIVA (ITAP) Curso sobre dirección y producción de televisión interactiva.

Tecnología Multimedia: 23-26 septiembre 2002, Lisboa + 30 días on-line

Producción: 18-26 septiembre 2002, Lisboa + 20 días on-line

Postproducción: 11-14 diciembre 2002, Lisboa + 20 días on-line

Contacto: Manuel Damásio

Av do Campo Grande 376

Lisboa 1749-024 - Portugal

Tel.: +351 21 751 5500

Fax: +351 21 757 7006

E-mail:

mjdamasio@ulusofona.pt

Eugeniacicente@ulusofona.pt

<http://www.ulusofona.pt>

EUROPEAN ANIMATION MASTERCLASS - EAM/ Verano 2003.

Iniciativa de formación intensiva para aquellos profesionales que deseen perfeccionar sus conocimientos en el área de la producción tradicional de la animación.

Fecha límite:

1 de diciembre 2002

Contacto: Katerina Hagen

Rudolph-Breitscheid-Street, 10

D-06110 Halle/Saale

(Alemania)

Tel.: +49 345 131 88-0

Fax: +49 245 131 88 29

E-mail:

direktorium@

fernseh-akademie.de

www.fernseh-akademie.de

SAGAS: SagasNet

Curso para formar, capacitar y ayudar a jóvenes profesionales a introducir conceptos de contenido en el mercado media interactiva.

Seminario: 26-30 de Septiembre 2002, Munich (Alemania)

Contacto: Bruhild Bushoff

Frankenhthalerstr. 23

D- 81539 Munich - Gruenwald

Tel.: +49 89 64 98 11 30

Fax: +49 89 64 98 13 30

E-mail:

sagasnet@sagasnet.de

<http://www.sagasnet.de>

GESTIÓN

MBS

Formación para elaborar un plan financiero viable para los proyectos de largometrajes en desarrollo y maximizar su potencial internacional.

• **TELEVISIÓN BUSINESS SCHOOL: Curso intensivo de técnicas de gestión para la financiación de proyectos de TV.**

Próximas sesiones: tendrán lugar en Lübeck, Alemania: TVBS - Especial ANIMACIÓN: del 6 al 10 de noviembre 2002.

Fecha límite de inscripción: 7 octubre 2002.

Información complementaria: tvbs@mediaschool.org

• **FILM BUSINESS SCHOOL: Curso intensivo especializado en la financiación de proyectos de cine, en las estructuras legales y en la co-producción.**

Próximas sesiones: Ronda, Málaga, FBS - sesión invierno, del 27 de noviembre al 1 de diciembre.

Fecha límite de inscripción: 21 octubre 2002.

Información complementaria: fbs@mediaschool.org

Contacto: Juan Pita

Velázquez, 14 Bajo Dcha.

E - 28001 Madrid

Tel.: +34 91 575 9583

Fax: +34 91 431 3303

E-mail: fem@mediaschool.org

<http://www.mediaschool.org>

STRATEGICS

Ampliar los conocimientos de los productores europeos en cuanto a la introducción de una película en el mercado.

• **Strategics Film Marketing Workshop: técnicas de marketing aplicadas a la redacción y la distribución.**

Próximas sesiones: Mondor-Les-Bains (Luxemburgo) del 5 al 8 Diciembre 2002.

Fecha límite de inscripción: 4 octubre 2002

• **Strategics Film Test: laboratorio de marketing "in vivo" para los participantes presentados anteriormente en el Film Marketing Workshop.**

MEDIA Agenda

Próxima sesión: Londres (Reino Unido) entre octubre y noviembre 2002.

La fecha límite de inscripción: 28 septiembre de 2002.

• **El Strategic Film Finance Forum: es una formación exhaustiva que pretende aproximar la industria cinematográfica y el mundo de las finanzas.**

Próxima sesión: Marzo 2003.

Fecha límite de inscripción: febrero 2003

Contacto: Christian Kmiotek
238C Rue de Luxembourg
L-8077 Betrange
Luxemburgo
Tel.: +352 45 19 80
Fax: +352 45 19 68
E-mail: strategics@filmnet.lu
Web: <http://www.strategics.lu>

CARTOON MASTERS

Masters de formación en gestión, escritura y producción de películas de animación.

Próximos masters: Forum Internacional de tecnologías de la animación: cartoon master de Angoulême, del 14 al 16 noviembre 2002, Angoulême (Francia)

Contacto: Stéphanie Wouters
314 Boulevard Lambermont
B - 1030 Bruselas - Bélgica
Tel.: +32 2 245 1200
Fax: +32 2 245 4689
E-mail:
masters@cartoon.skynet.be
Web: www.cartoon-media.be

ARCHIMEDIA+

Gestión del patrimonio de cine europeo.

Próximas sesiones: 4-9 Noviembre 2002, Copenhague y 16-18 Enero 2003, Amsterdam

Contacto: Martina Kittilä
23, rue Ravenstein,
B - 1000 Bruselas, Bélgica
Tel.: +32 2 507 84 03
Fax: +32 2 513 12 72
E-mail:
archimedia@ledoux.be
www.ledoux.be/archimedia

NIPKOW

Formación de larga duración para profesionales de cine y televisión.

Próxima sesión: 30 de septiembre 2002

Contacto: Uta Berg-Ganschow
Kurfürstendamm 225
D - Berlin 10719, (Alemania)
Tel: +49 30 614 28 38
Fax: +49 30 614 28 26
E-mail:
nipkow-programm@t-online.de
<http://www.nipkow.de>

MAGICA: "EMAM"

Master Europeo en Gestión Audiovisual

Este máster tiene como objetivo, proporcionar a los jóvenes profesionales con conocimientos de gestión y marketing para que así puedan conquistar el mercado audiovisual y multimedia europeo y norteamericano.

Próximas sesiones: Desde Septiembre 2002 hasta Enero 2003, Roma

Contacto: Gloriano Mazzé & Gero Nucera
Via Lucullo 7, int. 8, 00187
Roma, Italia
Tel.: +39 06 420 04 51
Fax: +39 06 420 10 898
audiovisual@audiovisual.org
<http://www.audiovisual.org>

ACE "Ateliers du Cinéma Européen"

Formación a través del desarrollo de un proyecto cinematográfico

Próximas sesiones: 1/2 día de pre taller en Noviembre 2002 / 6 días taller en Diciembre 2002 / un año de formación continua desde Noviembre 2002 / un día de seminario en Marzo 2003

Contacto: Sophie Bourdon
68 rue de Rivoli
75004 Paris, Francia
Tel.: +33 1 44 61 88 30
Fax: +33 1 44 61 40
e-mail:
sophie.ace@wanadoo.fr

SEPTIEMBRE 2002

• 1 de septiembre-31 de diciembre

Le Quotidien du Cinema Europeen - Roma (Italia)

• 6-15 septiembre

Festival y Mercado Internacional de Cine de Toronto
Toronto (Canadá)

• 19-22 septiembre

Forum Cartoon - Bayern (Alemania)

• 19-28 septiembre

Sales Office - Festival Internacional de Cine de San Sebastián -
San Sebastián

OCTUBRE 2002

• 3-13 octubre

Festival Internacional de Cine de Cataluña - Sitges

• 5-6 octubre

Mipcom Junior - Cannes (Francia)

• 7-11 octubre

Mipcom - Cannes (Francia)

• 12-13 octubre

Medimed - Sitges

• 21-28 octubre

Cinekid International Meetings
Ámsterdam (Holanda)

• 25-28 octubre

Rencontres Cinematographiques de Beaune - Beaune (Francia)

• 25 de octubre - 2 de noviembre

Semana Internacional de Cine de Valladolid - Valladolid

NOVIEMBRE 2002

• 3-11 noviembre

Mifed - Festival Internacional - Milán (Italia)

• 7-9 noviembre

DocsBarcelona - Terrassa

• 15-18 noviembre

Eureka Screenings - Skopje

• 15-23 noviembre

L'Alternativa 02 - Barcelona

• 15-23 noviembre

Cined@ys Europe 2002
1ª Semana del Patrimonio Cinematográfico - Europa

• 16-23 noviembre

Festival Internazionale de Cinema Giovane - Bellinzona

• 20 de noviembre - 1 diciembre

Idfa - Amsterdam (Holanda)

• 22-29 noviembre

Festival Internacional de Cine de Gijón - Gijón

DICIEMBRE 2002

• 7 diciembre

European Film Awards - Roma (Italia)

Alemania

MEDIA Desk Alemania
 • Cornelia Hamelmann
 14-16, Friedensallee
 D-22765 Hamburgo
 Tel.: 49 40 390 65 85
 Fax: 49 40 390 86 32
 E-mail: info@mediadesk.de
 Website: www.mediadesk.de

MEDIA Antena Munich
 • Carola Zimmerer
 Herzog Wilhelm Strasse, 16
 D-80331 Munich
 Tel.: 49 89 54 46 03 30
 Fax: 49 89 54 46 03 40
 E-mail:
 info@mediaantennemuenchen.de
 Website: www.mediadesk.de

MEDIA Antena Düsseldorf
 • Heike Meyer Döring
 14, Kaistrasse
 D-40221 Düsseldorf
 Tel.: 49 211 930 50 14
 Fax: 49 211 930 05 05
 E-mail: media@filmstiftung.de
 Website: www.mediadesk.de

MEDIA Antena Berlín-Brandenburg
 • Gabriele Brunnenmeyer
 August-Bebel-Strasse , 26-53
 D-14482 Postdam
 Tel.: 49 331 743 87 50
 Fax: 49 331 743 87 59
 E-mail:
 mediaantenne@filmboard.de
 Website: www.mediadesk.de

Austria

MEDIA Desk Austria
 • Gerlinde Seitner
 Österreichisches Filminstitut
 Stiftgasse, 6
 A-1070 Wien
 Tel.: 43 1 526 97 30-406
 Fax: 43 1 522 47 77-460
 E-mail: media@filminstitut.at
 Website: www.mediadesk.at

Bélgica

MEDIA Desk België
 Vlaamse Gemeenschap
 • Karin Depoorter
 Handelskaai 18, B2
 B-1000 Bruselas
 Tel.: 32 2 219 31 25
 Fax: 32 2 219 31 53
 E-mail: mediadesk@flanders-image.com
 Website: www.mediadesk-vlaanderen.be

MEDIA Desk Belgique
 Communauté française de Belgique
 • Gilbert Dutrieux
 44 Bd. Léopold II
 B-1080 Bruselas
 Tel.: 32 2 413 22 45
 Fax: 32 2 413 20 68
 E-mail: mediadesk.belgique@cfwb.be
 Website:
 www.cfwb.be/mediadesk/index.htm

Dinamarca

MEDIA Desk Dinamarca
 • Soren Stevns
 Vognmagergade, 10
 DK-1120 Copenague
 Tel.: 45 33 74 34 42 / Fax: 45 33 74 34 65
 E-mail: media@centrum.dk
 Website: www.mediadesk.dk

España

MEDIA Desk España
 • Jesús Hernández
 Ciudad de la Imagen
 C/ Luis Buñuel 2 - 2ª A
 E-28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
 Tel.: 34 91 512 01 78/Fax: 34 91 512 02 29
 E-mail: info@mediadeskspain.com
 Website: www.mediadeskspain.com

MEDIA Antena Catalunya
 • Aurora Moreno
 Portal Santa Madrona, 6-8
 E-08001 Barcelona
 Tel.: 34 93 316 27 84/Fax: 34 93 316 27 81
 E-mail: media.antena@correu.gencat.es
 Website: www.media-cat.com

MEDIA Antena Euskal Herria
 • Verónica Sánchez
 C/ Ramón María Lili, 7-1ª B
 E-20002 San Sebastián
 Tel.: 34 943 32 68 37/Fax: 34 943 27 54 15
 E-mail: info@mediaeusk.com
 Website: www.mediaeusk.com

MEDIA Antena Andalucía
 Casa Museo Murillo - Santa Teresa, 8
 E-41004 Sevilla
 Tel.: 34 95 503 72 50/Fax: 34 95 503 72 65
 E-mail: media@epgpc.com
 Website:
 www.antenamediaandalucia.com

Francia

MEDIA Desk Francia
 • Françoise Maupin
 24, rue Hamelin F-75116 París
 Tel.: 33 1 47 27 12 77
 Fax: 33 1 47 27 04 15
 E-mail: mediadesk@wanadoo.fr
 Website: www.mediadesk.com.fr

MEDIA Antena Estrasburgo
 I, Place de l'Etoile
 F-67070 Estrasburgo
 Tel.: 33 3 88 60 95 89
 Fax: 33 3 88 60 98 57
 E-mail: media@cus.sdv.fr
 Website: www.strasbourg-film.com

Finlandia

MEDIA Desk Finlandia
 • Kerstin Degerman
 Finnish Film Foundation
 K 13, Kanavatu, 12
 SF-00160 Helsinki
 Tel.: 358 9 62 20 30 13
 Fax: 358 9 62 20 30 70
 E-mail: kesrtin.degerman@ses.fi
 Website: www.ses.fi/mediadesk

Grecia

MEDIA Desk Hellas
 • Ioanna Haritatu
 44, Vassileos Konstantinou street
 GR-11635 Atenas
 Tel.: 30 1 725 40 56
 Fax: 30 1 725 40 58
 E-mail: media-he@otenet.gr
 Website: www.mediadesk.gr

Holanda

MEDIA Desk Nederland
 • Dominique Van Ratingen
 Post Box 256
 NL-1200 AG Hilversum
 Tel.: 31 35 677 72 00
 Fax: 31 35 621 85 41
 E-mail: info@mediadesk.nl
 Website: www.mediadesk.nl

Irlanda

MEDIA Desk Irlanda
 • Siobhan O'Donoghue
 6, Eustace Street IRL-Dublín 2
 Tel.: 353 1 679 18 56
 Fax: 353 1 670 96 08
 E-mail: info@mediadesk.ie
 Website: www.iftn.ie/mediadesk

MEDIA Antena Galway
 • Eibhlín Ní Mhúngaile
 Cluain Mhuire Monivea Road
 IRL-Galway
 Tel.: 353 91 77 07 28
 Fax: 353 91 77 07 46
 E-mail: mediaant@iol.ie
 Website: www.iftn.ie/mediadesk

Islandia

MEDIA Desk Islandia
 • Sigrídur Vigfusdóttir
 14, Tungata IS-101 Reykjavík
 Tel.: 354 562 63 66 / Fax: 354 562 71 71
 E-mail: mediadesk@centrum.is
 E-mail: mediadesk@iff.is
 Website: www.centrum.is/mediadesk

Italia

MEDIA Desk Italia
 • Andrea Marcotulli/Giuseppe Massaro
 c/o ANICA
 286 Viale Regina Margherita
 I-00198 Roma
 Tel.: 39 06 440 46 33/ Fax: 39 06 440 28 65
 E-mail: produzione@mediadesk.it
 E-mail: formazione@mediadesk.it
 E-mail: distribuzione@mediadesk.it
 E-mail: mercati@mediadesk.it
 Website: www.mediadesk.it

MEDIA Antena Torino
 • Alessandro Signetto/Silvia Sandrone
 Piazza Carignano, 8
 I-10123 Torino
 Tel.: 39 01 153 98 53
 Fax: 39 01 153 14 90
 E-mail: media@antennamedia.to.it
 Website: www.antennamedia.to.it

Luxemburgo

MEDIA Desk Luxemburgo
 • Romain Kohn
 Maison de Cassal
 5, rue Large L-1917 Luxemburgo
 Tel.: 352 478 21 70 / Fax: 352 46 74 95
 E-mail: romain.kohn@mediadesk.etat.lu
 Website: www.mediadesk.lu

Noruega

MEDIA Desk Noruega
 • Sidsel Kraakenes
 Norsk Filmfond
 PO Box 752 Sentrum N-0106 Oslo
 Tel.: 47 22 47 80 40 / Fax: 47 22 47 80 41
 E-mail: sidselk@filmfondet.no
 Website: www.nfi.no/mediadesk/

Portugal

MEDIA Desk Portugal
 • Amélia Tavares
 45, Rua Sao Pedro Alcantara
 P-1200 Lisboa
 Tel.: 35121347864 / Fax: 351213478643
 E-mail: mediadesk@ip.pt
 Website: www.webpt.net/mediadeskpt/

Reino Unido

MEDIA Desk UK
 • Agnieszka Moody
 Fourth Floor, 66-68 Margaret Street
 UK-London W1W 8SR
 Tel.: 44 20 73 23 97 33
 Fax: 44 20 73 23 97 47
 E-mail: england@mediadesk.co.uk
 Website: www.mediadesk.co.uk

MEDIA Desk UK
 Media Service Northern Ireland
 c/o Northern Ireland Film Commission
 • Cian Smyth
 3rd floor Alfred House - 21, Alfred Street
 Belfast BT2 8ED Northern Ireland
 Tel.: 442890232444 / Fax: 442890239918
 E-mail: info@niftc.co.uk
 Website: www.niftc.co.uk

MEDIA Antena Glasgow
 • Emma Valentine
 249, West George Street Glasgow G2 4QE
 Tel.: 44 141 302 17 76
 Fax: 44 141 302 17 78
 media.scotland@scottishscreen.com
 Website: www.mediadesk.co.uk

MEDIA Antena Cardiff
 c/o Sgrín The Bank,
 Mount Stuart Square, 10 Cardiff CF10 5EE
 Tel.: 4429203333 04/Fax: 44292033320
 E-mail: antenna@sgrin.co.uk
 Website: www.mediadesk.co.uk

Suecia

MEDIA Desk Suecia
 • Antonia D. Carnerud
 Svenska Filminstitutet
 5, Borgvagen S-10252 Estocolmo
 Tel.: 46 8 665 12 05 7 Fax: 46 8 666 37 48
 E-mail: mediadesk@sfi.se
 Website: www.sfi.se/mediadesk

CONTACTOS PARA ALGUNOS DE LOS PAÍSES DE LA AMPLIACIÓN

Bulgaria

Bulgarian National Film Center
 2 - A Kniaz Dondukov Blvd.
 1000 SOFIA
 Bulgaria
 Tel.: + 359 2 988 38 31
 Tel.: + 359 2987 51 35
 Tel.: + 359 2987 40 96
 Fax: + 359 2 987 36 26
 E-mail : nfc@mail.bol.bg
 • Contacto: Maya Nyagolova

Estonia

Estonian Film Foundation
 Department of International Relations
 Vana - Viru 3 10111 TALLINN Estonia
 Tel.: +372 6 27 60 65/Fax: +372 6 27 60 61
 E-mail: hanna.miller@efsa.ee
 • Contacto: Hanna Miller

Letonia

National Film Centre
 Elizabetes 49 1010 RIGA Latvia
 Tel.: +371 75 050 74/+371 960 55 10
 Fax: +371 75 050 77
 E-mail: Bruno.Ascuks@nfc.gov.lv
 • Contacto: Bruno As_uks - Director of
 National Film Centre

Polonia

National Broadcasting Council
 Department of International Relations
 and European Integration
 Skwer Ks. Kardynala Wyszyńskiego 9
 01 115 WARSAW
 Poland
 Tel.: +48 22 838 16 47
 Fax: +48 22 63 66 806
 E-mail: rostek@krrit.gov.pl
 • Contacto: Halina Rostek

República Checa

Ministry of Culture
 Media Department
 Milady Horákové 139
 16041 PRAHA 6
 Czech Republic
 Tel.: +420 2 24 31 06 81
 Tel.: +420 2 570 85 111
 Fax: +420 2 243 22 558
 E-mail: hana.vachalova@mkcr.cz
 • Contacto: Hana Váchalová



Education and culture



A programme of the EU

DIRECTOR GENERAL DE EDUCACIÓN Y CULTURA

Nikolaus G. VAN DER PAS • +32 2 296 83 08

DIRECTOR DE CULTURA Y AUDIOVISUAL

Jean-Michel BAER • +32 2 296 92 60

Programa MEDIA

100, Rue Belliard • B-1049 Bruselas • Tel.: +32 2 295 84 06 • Fax: +32 2 299 92 14

E-mail: eac-media@cec.eu.int Web: http://www.europa.eu.int/comm/avpolicy/media/index_en.html

DIRECTOR DE LA UNIDAD

Jacques DELMOLY • +32 2 295 84 06

E-mail: Jacques.Delmoly@cec.eu.int

SECTOR FORMACIÓN

Judith JOHANNES. Tel: +32 2 299 92 76

E-mail: Judith.Johannes@cec.eu.int

SECTOR DESARROLLO

Jean JAUNIAUX. Tel: +32 2 299 91 48

E-mail: Jean.Jauniaux@cec.eu.int

Domenico RANERI. Tel: +32 2 296 21 20

SECTOR DISTRIBUCIÓN

Cine-Vídeo-Multimedia:

Hughes BECQUART. Tel: +32 2 295 92 04

E-mail: Hughes.Becquart@cec.eu.int

Televisión y Vídeo:

Hilde EIDE. Tel: +32 2 295 99 25

E-mail: Hilde.Eide@cec.eu.int

ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y PROYECTOS PILOTO

Costas DASKALAKIS • +32 2 296 35 96

E-mail: Costas.Daskalakis@cec.eu.int

SECTOR PROMOCIÓN

Acceso a Mercados y Festivales:

Elena BRAUN. Tel: +32 2 296 03 96

E-mail: Elena.Braun@cec.eu.int

Ampliación, Nuevos mecanismos Promoción, Cined@ays:

Giorgio FICCARELLI. Tel: +32 2 295 83 20

E-mail: Giorgio.Ficcarelli@cec.eu.int

DEPARTAMENTO FINANCIERO

Phat MINH TANG. Tel: +32 2 295 67 14

Vito LARASPATA. Tel: +32 2 296 02 58

INFORMACIÓN

Y COMUNICACIÓN

Nils KOCH. Tel: +32 2 295 98 97

E-mail: Nils.Koch@cec.eu.int

Red de Salas Europa Cinemas

54 Rue Beaubourg - F-75003 París. Tel: +33 1 42 71 53 70 - Fax: +33 1 42 71 47 55

Director General: Claude-Eric POIROUX E-mail: europa-cinema@magic.fr - web: www.europa-cinemas.org

Oficina de Asistencia Técnica (TAO)

OFICINA CENTRAL

Rue de Trone, 12- B-1000 BRUSELAS

Director General: John DICK

Tel.: +32 2 743 22 43

Fax: +32 2 743 22 46

E-mail: jd@d-and-s.com

Página web:

www.d-and-s.com/texts/info.htm

DISTRIBUCIÓN CINE:

Selección:

Pierre GAVET

Tel.: +32 2 743 22 39 -

Fax: +32 2 743 22 45

E-mail: pierre.gavet@d-and-s.com

Contratos:

Raymond GOVERDE

Tel.: +32 2 743 22 35

Fax: +32 2 743 22 45

E-mail: raymond.goverde@d-and-s.com

PROMOCIÓN, FESTIVALES Y VIDEO:

Selección Festivales y Promoción:

Frédérique WESTHOFF

Tel.: +32 2 743 22 41 Fax: +32 2 743 22 46

E-mail: frederique.westhoff@d-and-s.com

Contratos Festivales, Promoción y Vídeo:

Benoît GINISTY

Tel.: +32 2 743 22 38 Fax: +32 2 743 22 46

E-mail: benoit.ginisty@d-and-s.com

DESARROLLO:

Selección:

Sophie SCHOUCKENS

Tel: +32 2 743 20 88-Fax: +32 2 743 27 27

E-mail:sophie.schouckens@d-and-s.com

Contratos proyectos individuales /

"Slate Funding":

Virve INDREN

Tel: +32 2 743 27 22 Fax: +32 2 743 22 45

E-mail: virve.indren@d-and-s.com

FORMACIÓN:

c/ Claudio Coello, 43 ES-28001 MADRID

Selección y contratos:

Fernando LABRADA

E-mail:

fernando.labrada.mrc@d-and-s.com

Begoña CALAHORRO

E-mail:

begona.calahorro.mrc@d-and-s.com

Tel: 91 577 94 04 - Fax: 91 575 71 99

E-mail: mrc@mad.servicom.es

DISTRIBUCIÓN TV:

Theatinerstrasse 11

D-80333 MÜNICH

Selección y contratos:

Brigitte LINK

Tel: +49 89 2121 48 134

Fax: +49 89 2121 48 19

E-mail: brigitte.link@dsmedia.de



Education and culture

MEDIA



A programme of the EU



Industriay pepiniere



Información en la red de oficinas MEDIA de España

MEDIA Desk España

Ciudad de la Imagen / Luis Buñuel 2, 2A
E-28223 Pozuelo de Alarcón
Tel.: 91 512 01 78 / Fax: 91 512 02 29
info@mediadeskspain.com
www.mediadeskspain

MEDIA Antena Catalunya

Portal Santa Madrona, 6-8
E-08001 Barcelona
Tel.: 93 316 27 84 / Fax: 93 316 27 81
media.antena@correu.gencat.es
www.media-cat.com

MEDIA Antena Euskal Herria

C/ Ramón María Lili, 7 1º B
E-20002 San Sebastián
Tel.: 943 32 68 37 / Fax: 943 27 54 15
info@mediaeusk.org
www.mediaeusk.org

MEDIA Antena Andalucía

Casa Museo Murillo - Santa Teresa, 8
E-41004 Sevilla
Tel.: 95 503 72 58 / Fax: 95 503 72 65
media@epgpc.com
www.antenamediaandalucia.com

