

NÚM #20 | JUNY 2019

eMEDIACAT

LA REVISTA DIGITAL D'EUROPA CREATIVA DESK - MEDIA CATALUNYA

LUMIERE VOD

EDITORIAL DE JAUME RIPOLL, FILMIN

'NISMAN', DE JUSTIN WEBSTER PRODUCTIONS

CONVERSA AMB CARLA SIMÓN

DIRECTORI DONES VISUALS

CARLES TORRAS, PRODUCER ON THE MOVE



04

Editorial

**LLUMS I OMBRES
DEL VOD A
EUROPA.**

06

Article

LUMIERE VOD

08

Article

**MEDIA AL
FESTIVAL DE
CINEMA DE
CANNES**

16

Entrevista

**CARLES TORRAS,
SELECCIONAT A
PRODUCERS ON
THE MOVE**

22

Projecte destacable

**'NISMAN', DE
JUSTIN WEBSTER
PRODUCTIONS**

28

Article

**WOMEN ON THE
MOVE**

36

Article

**MEDIA AMB LA
IGUALTAT DE
GÈNERE**

40

Article

DONES VISUALS

44

Resultats Media i

Distribució

**CATALUNYA 2018
FILMS EUROPEUS
MEDIA A
CATALUNYA**

52

Comunicació

**DIARI DE
L'OFICINA**

57

MFDB

SABIES QUE...?

58

Agenda

**CURSOS,
MERCATS,
CONFERÈNCIES ...**



JAUME RIPOLL VAQUER

Cofundador i Director Editorial

de Filmin

LLUMS I OMBRES DEL VOD A EUROPA

Reflexions a partir del llançament de Lumiere VOD

Aquesta història comença tot just fa 12 anys, quan la gran majoria dels Ministeris de Cultura i Instituts de Cinematografia nacionals miraven cap a un altre costat, aliens a la revolució que suposava el vod (video sota demanda) per a distribuïdores, productors, espectadors i creadors. Afortunadament la Unió Europea, gràcies al seu programa MEDIA, sí va mirar de front aquest canvi sistèmic engagegant un seguit de línies d'ajuda a projectes innovadors amb l'esperança que aquests acabessin consolidant-se com a plataformes de vídeo sota demanda de rellevància en l'àmbit europeu.

La passat el temps i comptem no pocs decessos entre les plataformes que ho van intentar i no han arribat fins aquí. Per a la resta, segueix el ball. Totes, les fortes

i les febles, les que comencen i les que porten des del principi, les generalistes i les especialitzades, conformen una oferta magnífica. Magnífica però alhora insuficient. No tots els països tenen plataformes, i no totes les plataformes tenen cinema europeu no nacional més enllà dels quatre o cinc èxits anuals: premis EFA, Palmes d'Or a Canes i excepcions similars.

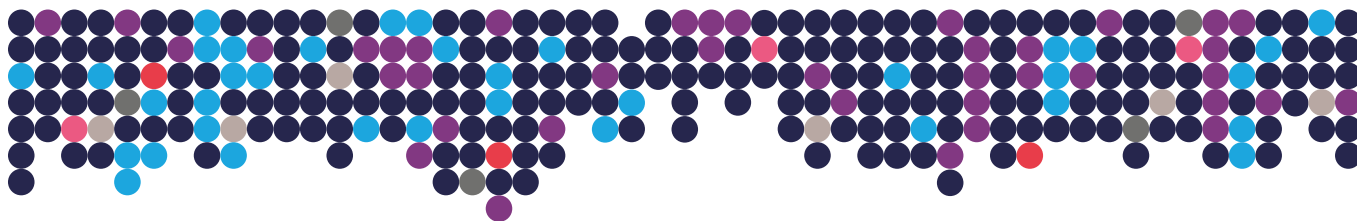
Lumiere VOD, el nou projecte presentat amb el suport de la UE, no és una solució màgica per a tots els problemes de distribució actuals. És probable, també, que arribi 2 o 3 anys tard i ho faci amb un ampli marge de millora en l'àmbit gràfic i d'usabilitat. Tot i així, la seva versió beta ja és una eina imprescindible per als professionals, un projecte ambiciós que va molt més enllà de tots els cercadors nacionals

destinats al públic que tard o d'hora acaben sent devorats per les grans operadores. Sense anar més lluny, Movistar, Vodafone i Apple ja permeten als seus clients la cerca global.

Si Lumiere VOD fos paper i no pantalla, seria una guia inabastable que de ben segur serviria per fer entendre als eurodiputats l'enorme riquesa del nostre cinema i com d'injustes són algunes comparacions que es fan sovint. No, no hi ha ni hi haurà un Netflix Europeu perquè aquest ja hi és, es diu Netflix i està disponible a tota Europa. El que hi ha són plataformes que treballen per donar visibilitat als clàssics però també a la immensa majoria de pel·lícules que es presenten als mercats i als festivals i que desborden qualitat i originalitat sense necessitat de lluir una etiqueta que cridi

Originals. És gràcies a Lumiere VOD que els productors i els directors d'aquestes pel·lícules podran descobrir quines plataformes distribueixen contingut semblant al seu. Negoci i inspiració.

Arribats a aquest punt de la història, amb una guia amb nom de pioner i unes plataformes que en veritat ho són, ens cal superar la darrera frontera: eliminar la desconfiança dels agents de venda que tot sovint prefereixen que la pel·lícula es quedi en un calaix del seu despatx a posar-la a disposició dels espectadors. Sense la seva complicitat, la gran inversió de les plataformes seguirà sent la de trobar pel·lícules i no espectadors.



LUMIERE VOD: EL PRIMER DIRECTORI ONLINE DE PEL·LÍCULES EUROPEES

La Comissió Europea ha llançat **Lumiere VOD**, un nou directori de pel·lícules europees que té com a objectiu ajudar els professionals, les autoritats públiques i els ciutadans a trobar informació sobre les pel·lícules europees amb més facilitat i conèixer la seva disponibilitat en línia.

A les pel·lícules europees encara els manca visibilitat, i és per això que la **Comissió Europea**, juntament amb l'**Observatori Europeu de l'Audiovisual**, han llançat **Lumiere VOD**, el directori de films europeus. El nou directori permetrà als professionals, autoritats públiques i ciutadans accedir a informació sobre pel·lícules europees i la seva disponibilitat en línia a través de serveis de vídeo a la carta (VOD) a tots els països de la Unió Europea.

Lumiere VOD - El Directori de Films Europeus és una innovació tecnològica que permet als productors, distribuïdors i serveis de vídeo a la carta adaptar les seves activitats i millorar la presència i la

circulació de treballs europeus en línia i, en última instància, crear un arxiu de pel·lícules digitals ric i variat. La iniciativa és finançada pel programa **Europa Creativa MEDIA** de suport a la indústria audiovisual europea.

Lumiere VOD permetrà incrementar la transparència i la visibilitat dels films europeus al mercat del VOD, i identificar noves oportunitats de mercat per a les pel·lícules europees.

La versió beta del directori, llançada a l'abril de 2019, inclou:

- Informació de més de 250 catàlegs de VOD, representant un total aproximadament de 35.000 pel·lícules europees.
- Més de 150.000 visites als catàlegs dels serveis de VOD.
- Una xarxa de socis, serveis VOD d'Europa i portals d'origen i informació nord-americans que mostren el que s'ofereix tot participant al projecte Lumiere VOD.

En conjunt, l'eina proporcionarà als ciutadans i professionals europeus una millor informació sobre la gamma de pel·lícules europees disponibles en línia als diferents Estats membres i fomentaran la visibilitat del cinema europeu arreu de la UE.

A finals de 2019 es llançarà la versió final del directori Lumiere VOD.

El llançament oficial de **Lumiere VOD**- el primer Directori de Films Europeus - va tenir lloc el 16 d'abril al Consell d'Europa, a càrrec de Mariya Gabriel (comissària de la Unió Europea per a l'Economia Digital i la Societat) i Thorbjorn Jagland (secretari general del Consell d'Europa), en presència de Silvia Costa (eurodiputada i ponent per a Europa creativa) i el president de l'ARP, el director de cinema Radu Milaileanu.

Durant la presentació, la comissària d'Economia i Societat Digital, Mariya Gabriel, va dir: "Europa és un actor important en la producció de pel·lícules, per la qual cosa hem de garantir que els films europeus i altres obres audiovisuals atreguin el públic que es mereix. **Lumiere VOD** ja cobreix més de 150 serveis de vídeo a la carta i 35.000 pel·lícules europees. Aquesta és una altra iniciativa important per garantir que les obres d'art i el patrimoni cultural europees es trobin al capdavant de l'agenda política".

Avui, només el 29% de les pel·lícules que ofereixen els serveis de VOD a la UE són europees. A més, no hi ha bases de dades europees de pel·lícules disponibles a VOD, tot i que Europa és un important

reproductor de cinema a tot el món, amb més de 18.000 pel·lícules produïdes entre 2007 i 2016 i un volum de producció global que ha augmentat un 47% en 2017. Com a part de l'estratègia Digital4Culture i de l'Any Europeu del Patrimoni Cultural 2018, l'objectiu general de la nova plataforma és promoure la visibilitat de les pel·lícules europees en línia i facilitar-ne l'accés. Després d'una taula rodona organitzada en el context del festival de Cannes al maig del 2018, diverses organitzacions van signar un manifest que demostrava el seu suport. Després de la presentació d'un prototip d'octubre passat, ja hi ha disponible una **versió beta**.

A finals d'aquest any 2019, es llançarà una altra versió millorada de **Lumiere VOD**, que també tindrà en compte els comentaris dels usuaris. Aquesta eina també podria proporcionar una indicació del nivell d'implementació de la quota del 30% de les obres europees per als serveis de VOD inclosos en la Directiva de serveis de mitjans audiovisuals (AVMSD) i contribuir així a l'objectiu polític de garantir i augmentar la presència de treballs europeus en serveis de VOD disponibles a la Unió Europea.

El llançament de LUMIERE VOD ha estat possible gràcies al suport d'Amazon Prime Video, Ampere Analysis, Apple, CNC, EuroVOD, FilmDoo, Filmin, Filmtoro JustWatch, Kino Fondas, La Cinetek, La Pantalla Digital, Le Kino.ch, Mediathèque Numérique, Netflix, realez, Uncut, UniversCiné, VOD Club, VOD.lu, Vodeville.

Més informació i tríptic informatiu.

MEDIA AL FESTIVAL DE CINEMA DE CANNES

Al llarg dels anys, el Festival de Cannes ha reconegut la qualitat del cinema europeu. Des de 1991, el programa Europa Creativa MEDIA ha donat suport per enfortir el sector audiovisual europeu invertint en continguts europeus, creativitat i diversitat cultural. De ‘La belle noiseuse’, de Jacques Rivette el 1991 a ‘The Square’, de Ruben Östlund el 2017, 43 pel·lícules cofinançades per MEDIA han estat guardonades amb els millors premis del Festival de Cinema de Cannes: la Palma d’Or, el Gran Premi i el Premi a la Millor Direcció.

En l’edició d’enguany, 20 pel·lícules amb suport MEDIA han estat seleccionades al Festival de Cannes, i 3 de les quals han resultat premiades.

Els dobles titulars de la Palme d’Or, els germans **Jean-Pierre** i **Luc Dardenne**, han guanyat el premi a la Millor Direcció per a la seva pel·lícula belga “***Le Jeune Ahmed***”, el retrat d’un adolescent embolicat en el remolí de la radicalització religiosa. La pel·lícula va rebre 240.524 euros de finançament de MEDIA per a la seva distribució a tot Europa.

La segona pel·lícula MEDIA



guardonada d'aquest any ha estat **“Little Joe”**, de **Jessica Hausner** (Àustria, Regne Unit, Alemanya). **Emily Beecham** va rebre el premi a la Millor Actriu pel seu paper com a Alice, una científica que crea una planta modificada genèticament que sembla provocar canvis sorprenents en altres éssers vius. La pel·lícula va comptar amb el suport de MEDIA amb una quantitat de 30.000€ per a la distribució.



Finalment, **Antonio Banderas** ha estat guardonat per la seva interpretació magistral en la pel·lícula de **Pedro Almodóvar**, **“Dolor y Gloria”** (Espanya). La pel·lícula narra la història i les lluites de Salvador Mallo, director de cinema en decadència. Per a la seva distribució, la pel·lícula va comptar amb el suport de MEDIA amb un total de 272.704€.



20 PEL·LÍCULES MEDIA AL FESTIVAL DE CANNES 2019

La **72a edició del Festival de Cannes** ha tingut lloc entre el 14 i el 25 de maig de 2019. **20 pel·lícules amb suport del Programa Europa Creativa MEDIA** s'han projectat en diverses seccions del Festival de Cannes i en les seves competicions paral·leles: la Quinzena dels Realitzadors i La Setmana de la Crítica.

Aquestes 20 pel·lícules han comptat amb l'ajut del Programa Europa Creativa MEDIA a través de les línies de suport al desenvolupament, la coproducció i la distribució, per un import total d'1,5 milions d'euros.

Per seccions, trobem que a **Competició** els sis següents films amb suport MEDIA han competit per la prestigiosa Palma d'Or, i **3 dels quals han resultat premiats:**

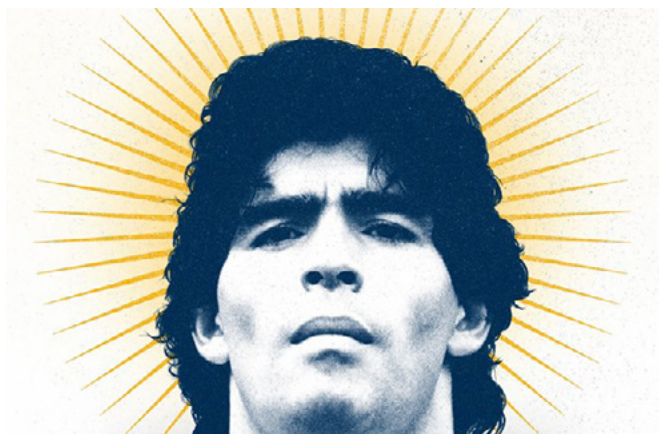
- ***Dolor y Gloria***, de **Pedro Almodóvar** (Espanya). **Premi al Millor Actor per Antonio Banderas.**
- ***The Traitor***, de **Marco Bellocchio** (Itàlia).
- ***Le Jeune Ahmed***, de **Jean-Pierre Dardenne & Luc Dardenne** (Bèlgica). **Premi a la Millor Direcció.**
- ***Little Joe***, de **Jessica Hausner** (Àustria, UK, Alemanya). **Premi a la Millor Actriu per a Emily Beecham.**
- ***Sorry we missed you***, de **Ken Loach** (UK).
- ***The whistlers***, de **Corneliu Porumboiu** (Romania, França, Alemanya).

Un Certain Regard:

Tres pel·lícules amb suport MEDIA s'han inclòs en aquesta categoria, que mostra obres que ofereixen una perspectiva única i no tradicional:

- ***The swallows of Kabul***, de **Zabou Breitman & Eléa Gobé Mévellec** (França)
- ***Port Authority***, de **Danielle Lessovitz** (França, EUA)
- ***La famosa invasione degli orsi in Sicilia***, de **Lorenzo Mattotti** (Itàlia, França)





Fora de Competició:

- ***Diego Maradona***, d'Asif Kapadia (UK)

Cannes Classics Documentals:

- ***Forman vs Forman***, d'Helena Trestikova (República Txeca, França)
- ***La passione di Anna Magnani***, d'Enrico Cerasuolo (Itàlia, França)



Directors' Fortnight:

Tres pel·lícules amb suport MEDIA dirigides per talents emergents han participat a la Directors' Fortnight de la Quinzaine des réalisateurs:

- ***Huo Zhe Chang Zhe (To love To sing)***, de Johnny Ma (Xina, França)
- ***The orphanage***, de Shahrbanoo Sadat (Dinamarca, Afganistan)
- ***Tlameess***, d'Ala Eddine Slim (Tunísia, França)



Semaine de la Critique:

- ***Ceniza negra***, de Sofía Quirós Ubeda (Costa Rica, Argentina, Xile, França)
- ***Hvítur, Hvítur Dagur (A white, white day)***, de Hlynur Pálmason (Islàndia, Dinamarca, Suècia)
- ***Vivarium***, de Lorcan Finnegan (Irlanda, Bèlgica, Dinamarca)
- ***Lucía en el limbo***, de Valentina Maurel (Bèlgica, França, Costa Rica)
- ***Litigante***, de Franco Lolli (Colòmbia, França)



Consulteu **aquí** la resta de la programació del Festival de Cannes 2019.

ELSGUANYADORSDEL'#EUFILMCONTEST2019ASSISTEIXEN AL FESTIVAL DE CANNES

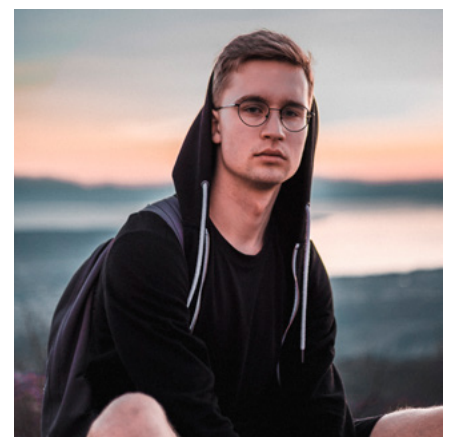
Els 10 guanyadors del concurs de l'**#euFilmContest** 2019 han estat presents a Cannes del 17 al 19 de maig per obtenir més informació sobre els films europeus i la indústria audiovisual directament dels professionals i experimentar la riquesa del cinema europeu.

La tercera edició de l'**#euFilmContest** va despertar un gran interès entre milers de cinèfils d'arreu d'Europa. El concurs, organitzat pel programa Europa Creativa MEDIA de la Comissió Europea, té com a objectiu promoure la riquesa i la diversitat única de les obres audiovisuals europees entre una audiència extensa. 14.116 participants van participar a l'enquesta, i més de 8.000 dels quals van respondre correctament les **18 preguntes** sobre cinema europeu.

A partir d'aquí, gràcies a la pregunta addicional de filtratge, es van seleccionar els 10 afortunats guanyadors. El premi ha consistit en un viatge al **Festival de Cannes**, del 17 al 19 de maig de 2019, on s'han reunit amb professionals del cinema, han visitat el **Marché du Film** i han assistit a projeccions de pel·lícules seleccionades en el marc de **La Quinzaine des Réalisateurs** i **La Semaine de la Critique**.

A continuació, us presentem els guanyadors de la 3a edició de l'**#euFilmContest** i algunes de les seves reaccions:

Arthurs V. (Letònia): "Com a videògraf, el cinema sempre ha estat prop del meu cor, per la qual cosa tenir l'oportunitat d'estar al mig del Festival de Cinema de Cannes ho significa tot i espero amb anticipació el viatge. No només espero conèixer gent nova i fer xarxa, sinó que també espero que aquesta experiència em serveixi d'inspiració i m'animi a fer el meu treball propi més creatiu."



Dániel M. (Hongria): “Estic molt emocionat i honorat d’estar entre els guanyadors, mai no hauria esperat ser seleccionat. Segueixo estudis cinematogràfics a Budapest, així que tinc un fort entusiasme cap a les pel·lícules. Aquest viatge és una gran oportunitat per sentir l’ambient d’un festival d’aquesta escala i experimentar-ho tot en persona envoltat d’artistes. Espero conèixer professionals del cinema i gent nova, estic segur que serà una experiència inoblidable. La idea d’estar a Cannes és absolutament emocionant!”



Dio V. (Portugal): “Sent d’una ciutat petita, l’oportunitat d’anar a un dels festivals de cinema més grans d’Europa semblava una cosa que no podia passar sense provar-la. Representa una oportunitat per estar al centre d’una comunitat amb la qual la perifèria sol ser tot el que puc contactar. Espero conèixer gent que comparteixi la meva inversió intel·lectual al cinema, ja que la cultura només pot avançar si es comparteix i es debat el més possible. Per descomptat, espero veure grans pel·lícules i, com en qualsevol viatge, fer amics, divertir-me i aprendre alguna cosa nova!”.



József V. (Hongria): “Em sento molt afortunat i honorat d’estar entre els guanyadors d’aquest concurs. Tot i que em considero com un cinèfil que està obsessionat amb les pel·lícules d’art europees i m’encanta veure-les amb molta freqüència, si no és per al concurs de cinema de la UE i aquest programa, probablement mai no tindria l’oportunitat d’assistir a un esdeveniment tan prestigiós. Per tant, estic molt feliç per això i agraiït per aquesta oportunitat única a la vida. Estic desitjant experimentar el Festival de Cinema de Cannes en persona!”



Konstantina S. (Grècia): “L’anunci de la meva participació al viatge de Cannes em va agafar per sorpresa. Estic sincerament emocionada per l’oportunitat d’experimentar un festival de cinema d’aquesta escala. M’agradaria donar un càlid agraïment al concurs de cinema de la UE 2019 per aquesta oportunitat i la seva iniciativa. Fins aviat!”



Maria N. (Grècia): “Sempre he estat amant de la cinematografia i he volgut visitar el Festival de Cinema de Cannes! Em sento honorada i agraïda al programa Europa Creativa MEDIA per donar-me l’oportunitat de conèixer personalment Cannes i compartir-la amb gent de tot Europa. No puc esperar a aprendre més sobre les pel·lícules dels professionals i experimentar la indústria cinematogràfica europea entre bastidors.



Michaela P. (República Txeca): “Em va emocionar molt quan vaig descobrir que era una de les guanyadores del concurs de pel·lícules de la UE. Tinc una gran passió per les pel·lícules europees, per tant, és un honor per a mi assistir al Festival de Cannes. Tinc moltes ganes d’experimentar l’esperit del festival en persona!”



Nona A. (Romania): “Pel·lícules? La millor manera d’arribar als cors! Trobo el cinema com una bona manera d’ensenyar als meus estudiants sobre llenguatge, cultura, maneres i estereotips. Espero tornar amb una nova perspectiva i portar una mica de diversió i un toc de màgia per ajudar els adolescents a treure el màxim partit del cinema europeu i utilitzar els vídeos com una eina poderosa. També espero tornar a connectar amb el meu fill més jove de deu anys, que solia pujar a un tramvia i anar al cinema sol. Bé, conèixer una celebritat tampoc no seria dolent! Vindrà Brad Pitt?”



Panos P. (Grècia): “Ser un dels guanyadors del concurs va ser un gran recordatori per no renunciar a allò que estimes. Això s’aplica a totes les persones, inclosa jo, que gaudeixen de les pel·lícules als cinemes cada any. I probablement aquesta és la major expectativa del viatge: celebrar l’art del cinema al festival al qual tots els cinèfils els agradaria assistir.”



Pedro S. (Portugal): “De Almodóvar a Zeman, el cinema sempre ha estat una de les parts principals de la meva vida. Visitar Cannes, la meca del cinema, on alguns dels més grans del món van sacsejar el món amb els seus assoliments enlluernadors, sens dubte serà una experiència memorable i aclaparadora!”



Els objectius d’**#euFilmContest** són promoure les pel·lícules europees entre el públic jove i els amants del cinema, i comprometre’s amb la propera generació de cineastes; millorar la visibilitat del programa MEDIA i destacar-ne l’impacte positiu en el sector audiovisual europeu. També, donar al públic general l’oportunitat d’assistir a un conegut festival i conèixer de primera mà la indústria cinematogràfica europea.

El Subprograma MEDIA d’Europa Creativa vol agrair als partners del concurs la seva aportació perquè hagi estat un èxit: **European Film Awards (EFA)**, **Europa Cinemas Network**, **International Confederation of Arthouse Cinemas (CICAE)**, **International Union of Cinemas (UNIC)** i **European Film Promotion (EFP)**.

Més informació.

**“PRODUCERS ON THE MOVE’
DONA VISIBILITAT ALS TEUS
PROJECTES I ET PERMET
ACCEDIR A GRANS EMPRESSES
INTERNACIONALS”**

CARLES TORRAS

ENTREVISTA AMB EL PRODUCTOR CATALÀ CARLES TORRAS, SELECCIONAT A
‘PRODUCERS ON THE MOVE’

El productor **Carles Torras**, de l’empresa catalana **Zabriskie Films**, ha estat seleccionat per participar al **Producers on the Move** al **Marché du Film de Cannes**. L’objectiu d’aquesta activitat, organitzada per la European Film Promotion (EFP) amb el suport d’**Europa Creativa MEDIA**, és ajudar els productors europeus en la recerca de socis per als seus propers projectes, enfortir les oportunitats de creació de *networking* i oferir una plataforma per a aquests productors.

A més de dirigir llargmetratges com **Joves** juntament amb Ramon Termens (Zip Films, Segarra Films) i **Trash** (Just Films, Escándalo Films, Televisió de Catalunya, Latido Films), Carles Torra ha produït films com el documental **American Jesus** d’Aram Garriga (Zabriskie Films) o **Callback** (Zabriskie Films), guardonat amb la Bisnaga d’Or a la millor pel·lícula i els premis a millor actor i millor guió del **Festival de Màlaga 2016**. Actualment està treballant en la post-producció del nou documental d’Aram Garriga, **American Satan** (Zabriskie Films, Visualsuspects, Morning Light AIE, La Charito Films), en el seu thriller psicològic **El Practicant** (Zabriskie Films, El Practicante AIE, Filmax), en el llargmetratge **Upon Entry** (Zabriskie Films, Basque Films), d’Alejandro Rojas i Juan S. Vázquez, així com en la sèrie de ciència ficció **La invasión**, d’Hèctor Hernández Vicens.



P. Quines són les teves expectatives a Cannes, en formar part de la iniciativa ‘Producers on the Move’?

R. Quan aterres a Cannes, les teves expectatives són que els teus projectes tinguin visibilitat. Participar al ‘Producers On The Move’ et posa en el mapa de la indústria cinematogràfica internacional i fa que empreses importants (distribuidores, broadcasters, productores, etc) es prenguin els teus projectes molt seriosament. **‘Producers on the Move’** et permet, doncs, accedir a empreses d’un àmbit internacional molt elevat, amb les quals abans era difícil tenir accés, perquè, evidentment, tenen una agenda complicada i has de passar uns certs filtres. Més enllà de participar al programa de pitchings, de reunions one-to-ones, d’study cases, de panels discussions, etc, participar a

Producers On The Move et dona una visibilitat que abans no tenies.

P. Sempre es parla que hi ha massa producció a Europa. Creus que la coproducció és imprescindible? Com veus el mercat de les coproduccions europees? Podríem dir que, en general, el productor espanyol i català no està *intended for coproduction*?

R. A Espanya i a Catalunya ens costa molt coproduir internacionalment. En canvi, a Europa es pot veure com molts països tenen mecanismes per coproduir de manera molt dinàmica. Fins i tot existeix una cadena de televisió pública Franco/Alemanya com ARTE.

Països més petits que Catalunya, com Bèlgica, Dinamarca, Suècia i d’altres en-

cara més petits com Lituània o Estònia, s'espavilen per coproduir internacionalment. Potser perquè als seus països no hi ha prou diners i han de trobar manera de finançar-se. Quan veus aquest dinamisme, que hi ha moltíssima coproducció europea i que hi ha vincles entre països, et fa una mica d'enveja. Trobo a faltar que nosaltres també tinguem vincles més forts amb altres països i més facilitats per poder coproduir.

Actualment, coproduir a Espanya suposa més un maldecap que un avantatge. No hi ha línies d'ajuts específiques per a les coproduccions internacionals i, al final, tots els productors busquem sempre el mateix: ser els productors majoritaris, és a dir, tenir el 80%, per treure el màxim de punts de l'ICAA, de l'ICEC i obtenir el 20% minoritari d'un altre país que no sigui tan estricte en aquest sentit. No pot ser que tots busquem el mateix. Això s'hauria de dinamitzar i trobar fórmules per facilitar les coproduccions, com ja existeixen a altres països.

P. Ara ja és públic que Argentina és membre de ple dret d'Eurimages. I amb Argentina, curiosament, estadísticament, és un dels països amb qui més coprodueix l'Estat espanyol. Creus que la incorporació d'Argentina a Eurimages, canviarà, doncs, les regles del joc en aquest sentit?

R. Això és molt interessant. Amb Argentina jo he tingut un vincle molt intens, perquè vaig estar convidat al Festival de Mar del Plata, Pantalla Pinamar i al Ventana Sur. En els últims dos o tres anys he

estat anant moltíssim a Argentina, i m'hi han acollit molt bé. He establert bones relacions amb productors argentins, el problema és que la devaluació del peso dels últims mesos ha estat brutal, i no sé com podrà afectar-hi en aquest sentit. Tot i que això no treu que Argentina formi part d'Eurimages em sembli fantàstic! Tot el que sigui intentar dinamitzar les coproduccions em semblen grans aportacions!

P. Com s'enfronta un productor al repte de les noves finestres, tecnologies i canvis constants? Tu que, a sobre dirigeixes, com pots estar al corrent d'un model constantment canviant?

R. Jo m'enfronto als canvis constants com una oportunitat, no com un problema. Sempre que hi ha canvis de paradigma, intentes aprofitar-los, perquè si vas més ràpid, o ets més espavilat, et pots posicionar i tenir-hi una oportunitat que abans no hi era. Jo m'hi adapto de manera molt natural. Val a dir que jo, i també, Zabriskie films, la meva productora, ens hem focalitzat molt en el que és cinema de ficció i també el documental. Ara estem començant a desenvolupar també projectes de sèries, de docu sèries, i, fins i tot, de web sèries. Ens estem obrint a moltes coses, però per nosaltres el cinema és la nostra activitat principal i ja tenim una trajectòria sòlida en aquest sentit. Evidentment, el tema de les plataformes ha guanyat un pes molt gran i això és una oportunitat, però crec que també s'ha de potenciar l'exhibició en sales. Jo soc molt cinèfil i m'agrada veure les pel·lícules a la gran pantalla.



Producers on the Move al Festival de Cannes 2019

P. El públic s'està bellugant cap a la televisió. Però també cada vegada més, cal invertir més en promoció i advertising (p&a) per al llançament d'una pel·lícula. En general, el productor tipus català, espanyol i europeu té molt pocs recursos per invertir en p&a, a no ser que disposi de la maquinària de distribució. Fins a quin punt, un productor jove com tu, per poder continuar creient, com tu dius, en el que fa en cinema, s'ha de reservar una part de diners per a p&a, per aconseguir que aquests ingressos en cinema continuïn sent els que s'esperaven?

R. El tema del p&a és fonamental, però també hem de tenir en compte el canvi d'hàbits de l'espectador. Quin p&a tenen les pel·lícules que s'estrenen directament

en una plataforma d'internet? Ningú no ho sap. També hi ha pel·lícules que arriben a les sales amb un p&a important, i amb un fort ressò mediàtic, però que després, a taquilla, punxen. Per què? Doncs perquè la gent diu "ja la veuré quan surti a Netflix, perquè aquesta pel·lícula prefereixo veure-la a casa amb manta i sofà".

Els hàbits del públic estan canviant perquè, per 10 euros al mes, tens una barra lliure de pel·lícules. En canvi, no és el mateix pagar 10 euros per una sola pel·lícula. La gent escull molt més a l'hora d'anar al cinema. Cada cop hi ha més casos de pel·lícules que punxen a taquilla, i en canvi, després, quan la passen a Netflix, tenen un gran èxit de públic. Per què? Doncs perquè és una pel·lícula que interessa

però que la gent prefereix veure a casa. Podem dir que l'èxit d'una pel·lícula ja no es mesura en funció dels ingressos a taquilla.

P. El teu punt de vista sobre el paper de les plataformes és, doncs, positiu. Consideres que és compatible des del punt de vista del finançament?

R. Efectivament, és compatible, però una de les habilitats del productor és ser conscient a quina finestra s'adreça la seva pel·lícula. No es tracta de fer una pel·lícula i després posar-la a tot arreu. Has de ser conscient on t'adreces i de vegades acceptar que una determinada pel·lícula, a taquilla, té poques possibilitats. En canvi, trobar un finançament d'una plataforma i sortir directament en exclusiva sense estrenar en cinemes, et pot donar molta més visibilitat i molt més nombre d'espectadors i de repercussió.

Jo, quan faig una pel·lícula, prefereixo que s'estreni als cinemes i que vagi a festivals, però al final has de ser conscient de quines són les finestres d'explotació més apropiades.

P. Com és el procés de selecció a 'Producers on the Move'? Amb quins projectes has vingut sota el braç?

R. 'Producers on the Move' es basa en un sistema de punts, bastant objectiu i força restrictiu. Has de tenir un premi nacional de primer nivell, com un Goya o un premi a la millor pel·lícula en un festival important, i has d'haver participat en festivals de classe A. Si no, no pots optar a 'Producers on the Move'.

També és veritat que la competència pot ser més gran en països grans com Espanya, Alemanya o Itàlia que en un país petit, com Lituània.

També has de tenir un projecte de coproducció internacional o un Slate. Jo vaig presentar un Slate de 5 projectes de Zabriskie: el projecte estrella seria '***El practicante***', del qual he fet el pitching a les sessions organitzades per la EFP.

També tenim un altre llargmetratge de ficció i 3 documentals de temàtiques molt internacionals i atractives. Per exemple, tenim '***An American Satan***' un documental sobre l'Església de Satan, fundada per Anton LaVey, que era fotògraf de les escenes del crim del Departament de Policia de Los Angeles, als anys 50, i que era domador de lleons. I va escriure la Bíblia Satànica, i a partir d'allà, va entrar dins el món de Hollywood, va fer pel·lícules, etc. Va haver-hi diverses estrelles de Hollywood que es van afiliar a la seva religió. El documental ha despertat gran interès entre els compradors internacionals. Tenim, doncs, un bon Slate.

P. Com valora l'organització de l'esdeveniment de 'Producers on the Move' (un dels fills de European Film Promotion, que té ajut de MEDIA)?

R. Jo la valoro molt bé. És un esdeveniment organitzat per un equip petit, de 2 o 3 persones, i els costa molt d'esforç dur-ho a terme, però ha funcionat molt bé. Crec que fins i tot se li podria treure més profit amb una mica més d'implicació per part dels diversos instituts nacio-

nals de cinematografia que formen part de la EFP.

P. Com valors l'experiència de 'Producers on the Move'? Quins beneficis t'ha reportat? Has ampliat la teva xarxa de contactes?

R. El benefici més important és la visibilitat que et dona i el fet que, empreses de primer nivell internacional t'enviïn correus electrònics felicitant-te per estar seleccionat al 'Producers on the Move', i dient-te que els interessaria molt conèixer els teus projectes. És com passar un filtre dins el Festival de Cannes, que et posiciona com un dels top 20 productors joves prometedors d'Europa, a punt per donar el salt al panorama internacional. Aquest és el primer benefici que en destacaria. I després tota la xarxa de contactes que et permet establir. Aquests 20 productors hem estat 4 o 5 dies junts, dinant, sopant, anant a molt llocs junts, i amb alguns comences a entaular relacions professionals i, fins i tot, personals, i d'aquí poden sortir col·laboracions futures.

Són 20 anys ja del Producers on the Move, i és un programa que té una repercussió força important a Cannes, i entre productors i distribuïdors europeus, i fins i tot als EUA.

P. Com valors la situació actual del sector a Catalunya? I a la resta de l'Estat? I a Europa?

R. A Catalunya i a Espanya, en els últims anys, hi ha molta incertesa en el sector. No saps quan tindràs els ajuts, no saps

fins i tot quan sortiran, quan els has de demanar, no pots fer-te un calendari. I clar, això és complicat perquè has d'estar sempre preparat, i a la que surti, presentar-t'hi. Però clar, tu tens uns calendaris de producció, que no t'encaixen amb això. Perquè tu no et quedes parat, signes contractes i adquireixes compromisos. Quan et falta una pota del finançament, vas coix amb aquesta pota, i no saps si aniràs coix fins al novembre, desembre, o fins l'any que ve. Aquesta incertesa és, doncs, un problema que tenim. S'haurien de buscar mecanismes per donar estabilitat.

P. El Fons de Garantia Financera d'Europa Creativa MEDIA, aquest aval d'aval d'entitats com CREA SGR, en seria un bon exemple, ja que permet cobrir el gap de cashflow quan el productor es troba atrapat i no arriba...

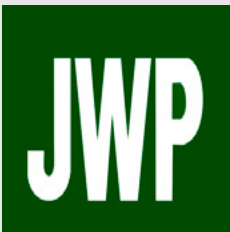
R. Totalment d'acord: CREA SGR ha estat un bot salvavides perquè m'ha permès trobar finançament, mentre hi havia tota aquesta incertesa. I això és fonamental. Necessitem més mecanismes com aquests!

'NISMAN', DE JUSTIN WEBSTER PRODUCTIONS

SUMPTA AYUSO

PRODUCTORA DE JUSTIN WEBSTER PRODUCTIONS

I BENEFICIÀRIA D'EUROPA CREATIVA MEDIA AMB 'NISMAN'



Character-Driven
Narrative Non-Fiction
Filmmaking

JWP és una productora de documentals, especialitzada a construir films narratius reals i sèries per a cinema, televisió i plataformes VOD. Establerta a Barcelona des de 1996, JWP aprofundeix tant en el periodisme com en la cinematografia. Les seves pel·lícules són narratives de no ficció, adreçades a audiències globals, i regularment estan coproduïdes amb mitjans internacionals com BBC Storyville, The Danish Film Institute, Televisió de Catalunya, ITVS, HBO, entre altres.

JWP va resultar beneficiària en el segon termini de la convocatòria de l'ajut a la Difusió per Televisió del Programa Europa Creativa MEDIA EACEA 21/2017 amb el projecte de documental **'Nisman'**, per un import global de **230.000 euros**, tot demostrant la força del seu potencial de circulació transfrontera i internacional.

'Nisman' és una sèrie documental de sis capítols sobre la mort del fiscal jueu argentí Alberto Nisman. Dirigida per **Justin Webster**, recull diversos testimonis directes del cas, i és una coproducció entre Espanya i Alemanya de JWP Productions, Gebrueder Beetz Filmproduktion Berlin i Fasten Films. El projecte està actualment en postproducció i serà lliurat a finals de 2019. S'espera l'estrena internacional a principis de 2020.

Sinopsi

Què hi ha darrere de la mort del fiscal que va acusar Cristina Fernández de Kirchner de protegir els responsables del major atac terrorista de la història de l'Argentina? Un suïcidi... o un assassinat?



Sumpta Ayuso, productora de JWP, ha compartit amb nosaltres alguns detalls del projecte 'Nisman', beneficiari d'Europa Creativa MEDIA.

“MEDIA transmet garantia de qualitat”

P És la 4a vegada que Justin Webster Productions obté ajut de MEDIA (2008 va rebre ajut al desenvolupament per a la ficció 'The Connection' (58.700€), que finalment no es va arribar a produir; 2010 va obtenir ajut al desenvolupament (15.000€) per al documental 'Convict the judge' i l'any 2012, ajut a TV Pro-

gramming (70.000€) per al documental 'Seré asesinado'). Quins canvis heu experimentat en la convocatòria de suport a la Difusió per Televisió en el marc del nou Programa Europa Creativa MEDIA? Més difícil aquest cop, potser?

R El primer cop que vam demanar l'ajut de MEDIA, l'any 2008, per a la ficció 'The Connection', no vam aconseguir tirar endavant el projecte i, en canvi, en les properes vegades, sí que ens en vam sortir. MEDIA no va tenir en compte que havíem fallat el primer cop. I és que MEDIA deixa espai al productor perquè també pugui avortar els projectes.

Difícil no és. Més aviat, meticulós. Un cop entres dins de la dinàmica de MEDIA, saps què busca i encares el teu projecte cap a les condicions que MEDIA et demana. No és que sigui més difícil, ja que el fet d'haver presentat diversos projectes a MEDIA et dona experiència sobre el que es demana, però sí que aquest cop ha estat més complicat d'aconseguir el nombre de països Europeus que MEDIA demanava.

Les televisions públiques europees cada vegada tenen menys diners, els és més difícil entrar en projectes grans. Les plataformes entren amb força i s'emporten grans territoris. Ha calgut anar amb cura a l'hora de complir amb el nombre de territoris dins Europa.

P “Desenvolupar” és imprescindible per arribar a la qualitat? Quins avantatges trobeu en l'ajut d'Europa Creativa MEDIA al desenvolupament i quins avantatges al suport a la difusió per Televisió?

Que són dos ajuts que, en cert moment, poden anar junts o per separat. Perquè un dona suport al primer moment i l'altre dona suport com a *top financing*.

R Per desenvolupar un projecte, el temps i el finançament són imprescindibles. Els ajuts MEDIA al desenvolupament són fantàstics, però en el nostre cas en particular ens trobem que MEDIA va molt a poc a poc.

El finançament és per suposat essencial per aprofundir i investigar en el teu projecte.

Ara bé, els tempos que MEDIA exigeix són massa lents. Ens trobem a JWP que no podem demanar ajut MEDIA perquè la nostra història ja està passant i hem de ser-hi. MEDIA es estricte en quan has de començar a desenvolupar, quan has d'acabar, quan has de començar a rodar, fins a quin dia pots gravar, etc. El món de la no-ficció demana flexibilitat, de seguir la història al seu ritme, no és possible forçar un pla de producció, t'has d'adaptar al que està passant, el temps està supeditat a la realitat.

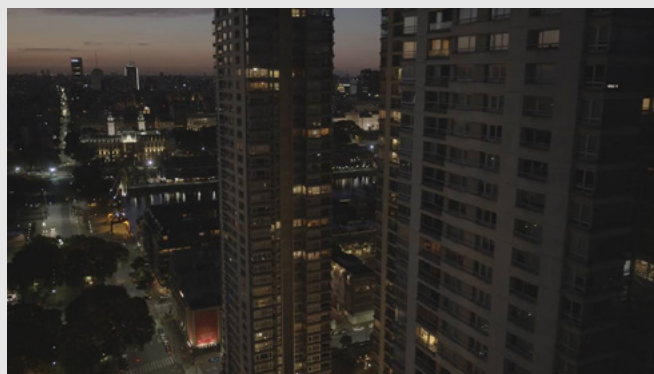
Potser MEDIA té pensat el seus tempos més per la ficció i no tant per a la no-ficció.

P Tradicionalment, la línia de suport a la Difusió per TV no és gaire concorreguda entre els productors espanyols. Creus que el període de llicència amb els broadcasters (de 7 a 10 anys com a màxim) segueix sent el tema clau? Alguna dificultat en aquest sentit amb els vostres canals i operadors?

R Aquesta és una batalla que portem des de ProDocs també. Fa temps que ho diem a TV3. No té sentit. A la resta de televisions europees ho entenen molt bé, però aquí no hi ha manera.

A JWP hem treballat en projectes internacionals i hem pogut compensar aquesta clàusula amb altres televisions, però els projectes més de casa, de TV3 o TVE, es veuen amb les portes de MEDIA tancades per aquesta raó.

Cal seguir insistint i així ho farem des de ProDocs i des de les productores.



Fotograma de 'Nisman'

P Us va obrir portes el fet de comptar amb el suport d'Europa Creativa MEDIA?

R Sí, i no només aquest cop, sinó sempre. MEDIA transmet garantia de qualitat; és cert que presentar-s'hi suposa molta burocràcia, però la qualitat del projecte és part important també.

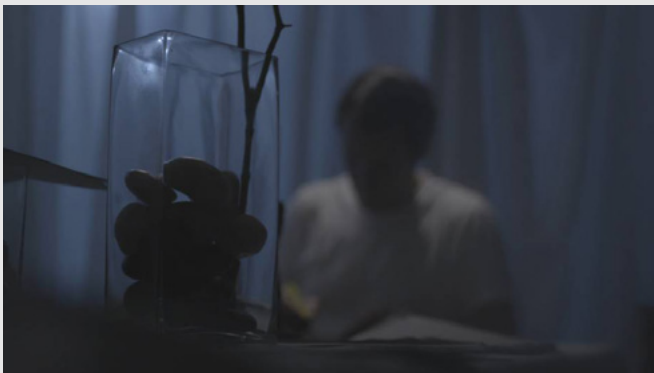
MEDIA genera confiança, ja que transmet el rigor, la transparència i el *fairplay*. El segell MEDIA en un pressupost fa que els coproductors es mirin el projecte amb ulls de seguretat.

P Comptar amb finançament parcial d'una plataforma creieu que us ha facili-

tat les coses a l'hora d'obtenir l'ajut MEDIA?

R El fet que el projecte 'Nisman' tingués una plataforma que inclou totes les Amèriques, des de Canadà fins a Argentina, ha fet que MEDIA veiés l'oportunitat de portar el seu segell a nous territoris.

Crec que és intel·ligent per part de MEDIA veure que no només és important incloure països europeus sinó ajudar a portar projectes fets a Europa arreu del món. Fer valer la producció europea no només als territoris europeus.



Fotograma de 'Nisman'

Penso que és un punt positiu per a MEDIA que s'abraci a les noves formes de producció.

P Plataformes: do's & dont's... Quins en destacaríeu a l'hora de treballar amb una plataforma, com en el cas de 'Nisman' o 'El Pionero'?

R L'experiència amb HBO a 'El Pionero' és completament diferent a l'experiència de 'Nisman'. 'Nisman' és una producció pròpia que s'ha obert a coproductors. Mentre que 'El Pionero' és una producció feta exclusivament per HBO on no participem en la propietat.

Les plataformes tenen de positiu que, com a productora, saps que la distribució està garantida. Treballes en una història que, automàticament, es veurà arreu del món.

La part negativa, i sobretot en el món del documental, és la rapidesa que demanen a la producció. Els falta entrar en el ritme artesanal que requereix explicar una història de no-ficció.

O potser som nosaltres que ens hem d'adaptar a les plataformes? No ho sé, però ara per ara, sembla que tenir producte i els resultats que n'obtingui és massa la seva prioritat. Trobem a faltar aquesta manera de cuidar d'una manera artesana el nostre producte.

P Considereu que el vostre pla de finançament era força innovador a l'hora de presentar-se a MEDIA? I en aquest sentit, quins són els avantatges o desavantatges de participar d'una AIE (Associació d'Interès Econòmic)?

R Vam provar de fer una AIE amb 'Nisman', i al final la vam desestimar. Personalment, la filosofia de les AIES no m'agrada. Ho he provat amb 'Nisman', no m'ha funcionat i crec que no ho tornaré a intentar. Sé que a altres països, com a Anglaterra, ja s'estan tirant enrere d'aquest sistema. He tingut una petita experiència i en això es queda.

P Podríem dir que no és una eina adequada per al sector del documental i, en canvi, sí que ho és pel sector de la ficció, que va més prefabricada?

R No et sabria dir amb certesa. Amb 'Nis-

man' no va funcionar, l'AIE va arribar quan la productora ja havia fet una inversió molt forta en la producció. Traspassar-ho tot a l'AIE ens suposava un daltabaix de *cashflow*. Ho vaig desestimar per qüestions tècniques. Però, a l'entrar-hi, esbrinar i buscar el fons del que són les AIES, per qüestions ètiques, no em va semblar bé.

P Creieu que el valor afegit de JWP és que sou especialistes en aprofundir encara més sobre les històries reals, en el qual vosaltres mateixos anomenau aquesta branca del gènere documental com a «character driven narrative non-fiction filmmaking» (Justin Webster dixit)?

R A JWP portem 20 anys en el món d'explicar històries reals. En Justin ve del periodisme d'investigació i clarament això és una marca que portem a la casa. El sentit periodístic a l'hora d'explicar les històries. "Character driven narrative non-fiction" ens ho diem cada dia per no perdre'n el fil. Ens agraden les històries encarades des del personatge, i ens ha sortit bé o hem aconseguit en aquests últims 20 anys ensenyar als espectadors una forma d'escoltar una història. I ens ha funcionat.



Fotograma de 'Nisman'

Gràcies a la persistència d'en Justin, en aquest aspecte, i gràcies al fet que hem comptat amb el suport de l'espectador. Ha estat un bon camí. Tenim una bona resposta del públic. I això és encoratjador. És un treball d'equip, som molta gent a JWP que hi treballem.

P Quan està prevista l'estrena de la sèrie documental al nostre país? I l'estrena internacional?

R No està definit encara, però sembla ser que serà al gener de 2020. Tot i que nosaltres ja pràcticament l'estem acabant i la volem lliurar aquest mes de setembre de 2019. És un cas que ha portat molta polèmica i hi ha eleccions de govern a Argentina, crec que a l'octubre, i totes les plataformes i televisions han decidit que s'esperaran a després per emetre-la. Tot i així, esperem poder estrenar en festivals i començar a fer presentacions a partir del mes de setembre.

P Per a MEDIA TV Programming és important l'abast. A quins territoris i a quants idiomes es preveu que arribi 'Nisman'?

R Quant a territoris, tenim totes les Amèriques, de dalt a baix, per tant, pel que fa als idiomes, es preveu que arribi en castellà, anglès, portuguès... També a Israel, o sigui que es farà una versió en hebreu; també comptem amb Alemanya i recentment també s'hi ha incorporat Dinamarca. Estem en negociacions amb França i Gran Bretanya. I a Espanya, clar, amb Movistar+.

P Després de la vostra col·laboració amb la premiada (dos recents Emmys) sèrie del món del futbol 'Six Dreams' i amb

una segona temporada en marxa, com valoreu el vostre recent acord de col·laboració amb un gegant com ara MEDIA-PRO per a la realització de fins a sis projectes, en el propers tres anys?

R Tornant a una de les primeres preguntes, en què parlàvem de desenvolupament, i com d'important és el desenvolupament i el difícil que és finançar aquest desenvolupament, per nosaltres aquesta col·laboració és una tranquil·litat brutal, ja que sabem que podem desenvolupar tranquil·lament sota el paraigües de Mediapro en els pròxims tres anys. Hem treballat molt a gust a 'Six Dreams' amb Mediapro, que busca productes de qualitat. I *chapeau* per a en Bernat Elias i Javier Méndez! Estem molt a gust treballant amb ells. Esperem que surtin projectes fantàstics!



P Creieu que és un bon moment per al sector del documental a Catalunya? O tot al contrari?

R És un moment fantàstic, on les productores estan fent coses estupendes, però on NO hi és la nostra televisió. Sortiran

projectes catalans fantàstics, on la nostra televisió no hi serà. Com es possible això? Una producció catalana on TV3 no hi és?

La nostra trajectòria (de JWP) n'és un exemple. Nosaltres li devem molta part del que som al Joan Salvat i la Muntsa Tarrés, amb el Sense Ficció. Van començar a treballar junts en el 30 minuts i després amb el Sense Ficció. El Sense Ficció, una aposta valenta i d'èxit. Junts vam arribar a les coproduccions internacionals i en Salvat i la Muntsa van ser allà per donar nom al documental català.

Què ha passat a TV3? Doncs no ho entenc! Cert que no hi ha diners, però no hi són ni a TV3 ni a les productores i, en canvi, les productores ens n'estem sortint. A TV3 hi ha hagut canvis, molt agressius, que ara mateix, no veig que siguin la solució a l'impuls que el documental català necessita per part de la seva televisió.

“L'EDUCACIÓ ÉS LA CLAU DE TOT”

CONVERSA AMB CARLA SIMÓN,
DIRECTORA D'ESTIU 1993', SOBRE COM
FER UN ÈXIT DE LA PRIMERA PEL·LÍCULA.



Carla Simón entre Àlex Navarro i Lucía Recalde, d'Europa Creativa MEDIA

Durant el Festival de Cannes, Europa Creativa MEDIA va organitzar una sèrie de *showcases* al seu estand, sota el lema **'Women on the Move'**. La primera d'aquestes presentacions va ser una conversa **amb la directora catalana d''*Estiu 1993*'**, Carla Simón, sobre com fer un èxit de la primera pel·lícula.

Nascuda en un petit poble català (Les Planes d'Hostoles, Barcelona) l'any 1986, Carla Simón es va graduar en comunicació audiovisual per la Universitat Autònoma de Barcelona després de passar un any a la Universitat de Califòrnia.

Va dirigir sèries de televisió i programes de la televisió catalana abans d'estudiar a la London Film School, on va escriure i dirigir el curtmetratge documental "Born Positive" i el curt de ficció "Lipstick".

'*Estiu 1993*' va guanyar el millor director novell als premis Goya, i ha segellat la seva reputació a l'avantguarda d'una nova generació de cineastes catalans, molts dels quals són dones.

El film també va ser escollit per representar Espanya en la cursa de llengües estrangeres dels Premis de l'Acadèmia, i Simón va ser homenatjada als premis Women in Motion, de corbata negra, l'any passat al Festival de Cinema de Cannes.

Volem compartir amb vosaltres algunes de les seves reflexions durant la conversa mantinguda el diumenge 19 de maig en el marc del *showcase* 'Women on the Move' al Festival de Cannes 2019 amb **Lucía Recalde**, cap de la Unitat MEDIA, i **Àlex Na-**

varro, director d'Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya.

P Quan, com i per què vas sentir-te atreta per aquesta indústria, i vas decidir dedicar-te a aquesta feina que fas avui?

R Jo vaig créixer en un lloc on, fins i tot, ni miràvem la televisió. És a dir, que no estava gens familiaritzada amb el cinema en absolut. Però, quan era a l'institut, un professor ens va posar una pel·lícula de Michael Haneke ('Code Unknown', 1999) i la vam veure i després vam debatre-la, i recordo que, en sortir de la classe, vaig pensar: "Wow! Pots fer moltes coses amb el cinema!". Vaig veure el film i em va agradar, però després del debat em vaig adonar que estava parlant de moltes més coses de les que vaig pensar inicialment. I aleshores, vaig ser conscient que volia aprendre'n més, i vaig decidir estudiar comunicació audiovisual, que són els estudis més propers al cinema que pots estudiar en universitats públiques a Espanya.

P Quan vas començar el projecte d''*Estiu 1993*'? Quin va ser el punt de partida? Per què?

R No aconseguia trobar les històries sobre les quals volia parlar, i em vaig adonar que realment, potser perquè era lluny de casa, el que volia era parlar sobre la meva família i el meu lloc d'origen, i les relacions entre els membres de la meva família. I era alguna cosa que m'interessava, perquè tinc aquesta gran família.

Quan el meu avi va morir, vaig fer 'Lipstick', que és un petit curtmetratge sobre

com els nens afronten la mort i va ser aleshores quan vaig dir “Wow! Vull realment continuar parlant sobre això”. I vaig escriure, com un curt, el que havia de ser el meu film de graduació. Eren unes 20 pàgines i em vaig adonar que era massa llarg. I vaig decidir fer un altre curt que es diu “Las pequeñas cosas”, que és sobre la meva relació amb la meva tieta i la meva àvia. I el dia que vaig acabar aquest film de graduació, vaig començar a treballar en ‘Estiu 1993’.

O sigui que la idea va néixer, d’alguna manera, en com tot era a dins, i vaig començar a escriure-la quan vaig acabar la carrera. I crec que vam tenir molta sort, perquè vaig començar el 2014 i vaig gravar a l’estiu de 2016. O sigui que, en dos anys, vaig escriure el guió i vam desenvolupar la pel·lícula, i vam trobar el finançament. I això és molt ràpid per una primera pel·lícula! Però vam tenir suport de MEDIA, per desenvolupar, que ajuda molt!



P Has treballat des de molt al principi amb dues productores dones (Valérie Delpierre i María Zamora). Creus que aquestes relacions amb productores dones van marcar realment la diferència en l’èxit d’aquest projecte? Potser no hagués estat similar si haguessin estat homes?

R És molt estrany perquè després d’haver fet la pel·lícula, molta gent, de fet, tots els periodistes em van preguntar ‘Com és el fet de ser una dona i fer pel·lícules?’. I per a mi és una mica estrany, perquè no sé el que és ser un home i fer pel·lícules, o sigui que no ho sé. Per a mi era tan sols normal, perquè tot érem dones a l’equip. I no va ser expressament, simplement va passar, perquè era gent amb qui jo volia treballar, i coincidia que eren dones. O sigui que per a mi va ser súper natural i va ser un gustàs treballar amb elles.

P Valérie Delpierre (Inicia Films), productora del film va afirmar en una entrevista que “sense el suport de MEDIA al desenvolupament no haguéssim pogut fer la pel·lícula tal i com la vam fer”. Què va significar per al projecte obtenir ajut de MEDIA? Com d’útil va ser el suport de MEDIA en qüestions tan crucials com el càsting de les nenes, que és absolutament decisiu per a la pel·lícula?

R Quan vaig començar a escriure, era molt pobra, no tenia gens de diners, i realment, si vols intentar escriure, necessites una mica de diners. O sigui que obtenir MEDIA és molt important, ja que et dona una oportunitat per escriure. També, òbviament, per a les nenes vam necessitar començar el càsting molt aviat, i no teníem el pressupost per iniciar el càsting, així que també va ser fonamental obtenir aquests diners de MEDIA. I per a ‘Alcarràs’, el projecte que estic desenvolupant actualment (també amb el suport de MEDIA), ha passat exactament el mateix.

P Per a informació de l'audiència, 'Alcarràs', el nou projecte de Carla Simón, compta amb el suport d'Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament en la modalitat de Slate Funding, per part d'Avalon, amb la productora María Zamora.

R Sí, amb aquest projecte, com en el cas d' *'Estiu 1993'*, en què vam iniciar el càsting molt abans, vam començar el càsting fa dos mesos, perquè té molts personatges. I torna a ser un gran avantatge poder comptar amb aquests diners de desenvolupament de MEDIA. També crec que és molt important perquè quan vas a buscar el finançament nacional, i tens suport MEDIA, és un gran punt a favor.

“És molt important preservar sempre l'ànima del projecte, que és intocable”

P La història de la pel·lícula és una història molt personal i aquesta història ha viatjat i ha tingut un èxit global. Esperaves des de molt al principi tot aquest enorme èxit del teu projecte? Sabries dir quina és la recepta per a un èxit d'aquestes característiques? Creus que una història autèntica és la clau de l'èxit?

R M'encantaria saber quina és la recepta de l'èxit. Per a mi, va ser totalment inesperat. Jo realment volia explicar aquesta història, i volia fer aquesta pel·lícula. I recordo que vaig parlar amb la Valérie, la meva productora, i em va dir “em sembla que aquesta història pot tocar a molta gent”. I jo vaig dir, “no ho sé, però jo només sé que vull fer aquesta pel·lícula, així que fem-la”.

I ella insistia en això tota l'estona, buscant altres punts de vista, i al final, va passar, però és difícil saber per què.

P Com d'important va ser l'èxit a la Berlinale? Creus que el premi a millor “Opera Prima” rebut a la Berlinale va ser decisiu i va desencadenar tot un seguit d'èxits de la pel·lícula?

R Crec que va ser súper important, perquè vam estrenar a 'Generation KPlus', que és una secció fantàstica que no està tan coberta per la premsa i, per tant, no té tanta exposició com poden ser les altres seccions. Així que el fet de guanyar 'Generation' i després el premi a millor Òpera Prima va suposar que la pel·lícula fos coneguda pel públic. Va servir de plataforma al mercat, i va ser també molt important per a l'estrena comercial nacional als cinemes.

P Vau començar la vostra carrera d'èxits a Berlín i vau arribar gairebé a la porta dels Oscars. Ens podries dir com l'AFP (European Film Promotion) va ser útil per a vosaltres, fins i tot encara que no ho aconseguíssiu, i com li va donar suport a la pel·lícula?

R European Film Promotion dona serveis a tots els films europeus que estan a punt per als Oscars. Tot això a mi, quan es va saber, em va fer tornar mig boja, i no sabia ben bé què havia de fer... La qüestió és que has de fer algunes projeccions per als Membres de l'Acadèmia. A cinemes que ells consideren oficials. I és extremadament car. Ho pots fer tu, i organitzar-t'ho amb el teu equip de publicitat, però és im-

portant que també aconseguis suport, com d'EFP, que organitza les projeccions per a cada pel·lícula. I així t'assegures que els membres de l'Acadèmia puguin veure la pel·lícula.

quan em pregunten quines dones cineastes espanyoles m'han influenciat, no n'hi ha gaire. Ara està començant una nova generació i em demostra que és possible. I soc molt positiva en aquest aspecte. Crec que és possible!



P Quin seria el teu consell per a dones joves que vulguin començar la seva carrera com a cineastes, i vulguin començar a gravar el seu primer film?

R És una pregunta difícil. Per la meua experiència, jo diria que és important escoltar-se a un mateix, per saber quines històries vols explicar. I això seria per a homes i també per a dones. I també per a dones el que diria és que, jo també ensenyo cinema, i m'he adonat que no a l'escola encara, però que a la universitat, les classes estan plenes de dones, i que en el món laboral, no es tradueix. A Comunicació Audiovisual, el 80% de l'alumnat són dones, però això no es tradueix en el món laboral. No sé per què està passant això, i penso que és súper important, per què

P Una de les línies principals d'Europa Creativa MEDIA és Media literacy. Un dels beneficiaris és A Bao a Qu, amb altres partners europeus, amb el seu projecte Moving Cinema. La base d'aquest projecte és la iniciativa 'Cinema en curs', d'A Bao a Qu, sobre com aprendre a fer cinema, i en què tu participes fent *mentoring* dels nens i nenes a l'escola...

R Jo no diria que faig *mentoring*, sinó que diria que fem cinema junts, bàsicament. Sobre aquest projecte meravellós, jo diria que si totes les escoles al món fessin aquest projecte, estic súper convençuda que els cinemes estarien sempre plens! És molt important per ells aprendre a donar valor i descobrir el cinema. Així que, bàsicament, el que fem és no és només sobre

cinema, sinó també sobre educar la sensibilitat per la bellesa, el món, i les arts.

Comencem ensenyant-los alguns fragments d'algunes pel·lícules d'autor, com Chantal Akerman, Nina Menkes, i David Perlov, i comencen a aprendre a mirar al seu voltant, i graven des de la finestra de casa, des de la finestra del cotxe, etc. i fan un petit guió sobre una història que els mogui i emocionï. I pot ser sobre un nen de la seva edat, que pot tenir un problema que ells també podrien tenir. Al final, l'objectiu final és fer un curtmetratge tots junts, i fer una pel·lícula com la que podrien veure. I aleshores arriba aquell moment tan especial en què anem tots a la Filmoteca (de Barcelona o Madrid) i compartim i veiem tots junts els curtmetratges.

Per a mi, és l'única manera de veure cinema i ensenyar-lo. Els nens que participen en aquest projecte van dels 8 als 18 anys.

P El teu proper projecte, 'Alcarràs', que també ha rebut ajut MEDIA com un dels projectes inclosos a l'Slate Funding d'Avalon, serà una coproducció. Felicitats per haver guanyat el Premi Eurimages al Desenvolupament de Coproducció a la darrera edició del Berlinale Co-Production Market. L'èxit del teu primer film suposa massa pressió de cara al teu proper projecte?

R Sí, per descomptat! Sento molta pressió de cara al proper projecte. Però també he de dir que em sento com una gran privilegiada, trobant-me en la situació en què em trobo, rebent tanta atenció en el meu

proper projecte. També he de confessar que va ser difícil per a mi trobar una aturada després d'"Estiu 1993' i posar-me a preparar el següent projecte. Em vaig haver de proposar no viatjar més i centrar-me en el segon projecte. La participació als labs (Torino Film Lab, Résidence de la Cinéfondation, etc.) exigeix uns terminis per lliurar guions, i he de treballar-hi i deixar tot el que em distreu de no centrar-me en el guió. Després, un cop treballat, m'oblido de la pressió.

P Has participat a moltes iniciatives de formació (gran part amb ajut MEDIA), i amb molt d'èxit. Recordo que un dels primers passos, va ser la participació d'"Estiu 1993' als ScriptChecks de Sources que oferim gratuïts des de la nostra oficina Europa Creativa Desk MEDIA Catalunya a Barcelona. Es fa difícil mantenir-se fresca i fidel a tu mateixa, després de passar per diferents iniciatives i comptar amb tantes opinions de diferents operadors del sector?

R La qüestió és que en tots aquests labs fas amics i tens tutors, l'opinió dels quals és molt útil. Tot i que és veritat que de vegades pot passar que acabis perdent el nord, amb tantes opinions diferents. Però en el cas del Torino Film Lab, els tutors estan realment molt oberts i, a més, com que són 3 setmanes, entremig tens temps de retrobar-te amb tu mateixa. En el meu cas, jo hi vaig assistir amb un projecte molt inicial. El més important és que no has de perdre mai de vista l'ànima del projecte, que és intocable. Has de preservar-la i, així, tot anirà bé. També hi ha gent que pensa que totes les pel·lícules que passen

per aquests labs corren el risc d'assemblar-se. Efectivament, hi ha un risc, però després veus tot tipus de pel·lícules. Així que si pots preservar l'ànima del film, tot anirà bé.

P Quan parles de desenvolupament, parles de 'nosaltres' i no de 'jo'. Qui és aquest 'nosaltres'?

R Per a mi, això és súper important. Tu no pots fer una pel·lícula sola. I quan dic "nosaltres" vull dir tot l'equip que és al voltant de la pel·lícula. També sé, per descomptat, què significa ser directora, i prendre decisions i assumir responsabilitats, i les assumeixo, però no pots fer una pel·lícula tu sola. I dic 'nosaltres', perquè mai no estic sola, perquè tinc la meva productora, la meva consellera de guió,

els meus amics... Mai no em sento sola, i això és súper important. Com a directora, òbviament, et sents sola, però saps que tota aquesta gent és aquí amb tu per fer la pel·lícula conjuntament.

P MEDIA dona suport, entre altres, a la diversitat cultural. Com d'important és per a tu poder narrar les teves pel·lícules en el teu propi idioma? Consideres que és un valor afegit?

R Sí, és molt complicat, però per a mi és molt important, i per sort, els meus productors ho respecten molt. Jo parlo català, que és una llengua minoritària, però és la meua llengua materna, i bàsicament, a 'Estiu 1993', no em podia imaginar explicar la història en un altre idioma que no fos el matern. I em passa el mateix en el



cas d'Alcarràs', que és una història sobre la meua família, i són grangers, d'un petit indret de Catalunya, i ha de ser en català. No m'ho puc imaginar en un altre idioma.

Per a mi es tracta de protegir, i és com una connexió. Si veiés els actors treballant en castellà o en un altre idioma, no connectaria de la mateixa manera amb la història. I hi hauria una distància amb la pel·lícula. I això es tradueix a la pel·lícula d'alguna manera. No sé com, però hi és en l'essència. És molt important, doncs.

He tingut també una llarga conversa amb els distribuïdors, a qui no els agrada que faci pel·lícules en català. Ho respecten, però per a ells no és el millor, perquè els suposa una feina extra, els suposa que han de fer subtítols, i a Espanya és molt

difícil distribuir pel·lícules amb subtítols. Les doblen.

I hi ha molts cinemes que, si no la doblen, no projecten la pel·lícula. A Espanya, hi ha molts problemes en aquest sentit i, en canvi, a la resta del món, no crec que suposi cap problema.

P Com creus que el programa podria donar suport a la teua carrera en un futur? Què podríem fer per donar més i millor suport a la teua professió?

R La veritat és que sento que rebo molt de suport per part de MEDIA, amb els diners d'ajut al desenvolupament, i no sé realment què desitjar. Sí que m'agradaria dir que per a mi, la part d'educació és súper important, com el projecte 'Cinema en Curs', del qual he parlat. L'educació és la clau de tot.



MEDIA AMB LA IGUALTAT DE GÈNERE

La igualtat entre dones i homes és un valor fonamental de la UE, un objectiu de la UE i un motor del creixement econòmic. Les indústries creatives i, en particular, els mitjans de comunicació tenen una importància considerable en influir en les nostres creences, valors i percepció de qüestions de gènere.

Diversos estudis han mostrat una estreta relació entre la imatge de les dones als mitjans de comunicació d'una banda i la seva baixa representació en el sector dels mitjans de comunicació, de l'altra.

Avui en dia, a Europa, només una pel·lícula de cada cinc està dirigida per una dona (21%), la qual cosa significa que la gran majoria dels recursos de finançament (a saber, el 84%) es destina a pel·lícules que NO estan dirigides per una dona. En aquest context, queda clar que la indústria audiovisual europea necessita més

cineastes i guionistes femenines, i més perspectives femenines a tots els nivells.

La Comissió ha reconegut la importància estratègica de la diversitat de gènere per mantenir una indústria audiovisual rica i altament creativa, així com societats més obertes, inclusives i competitives. Més particularment, Europa Creativa MEDIA està plenament compromesa a posar de relleu els temes d'igualtat de gènere a través d'una sèrie de mesures, algunes de les quals ja s'han implementat.

L'11 de febrer a la Berlinale, MEDIA va reunir al voltant de 30 representants de les parts interessades per discutir l'equilibri de gènere en les indústries audiovisual i cinematogràfica. Aquesta taula rodona va ser l'ocasió no només per emfasitzar el compromís de la Comissió Europea de promoure el paper de les dones i dur-les al següent nivell en cultura, art i cinema,



sinó també per presentar un **fulletó** amb dades sobre l'equilibri de gènere en el sector audiovisual.

La discussió entre les parts interessades va abordar les barreres i els prejudicis als quals s'enfronten les dones, però també va oferir una sèrie de vies que caldria establir: la tutoria i el pressupost de gènere en van ser algunes.

El programa MEDIA continuarà millorant i adaptant aquestes mesures. La igualtat de gènere serà una prioritat del futur programa després del 2020, i es duran a terme accions que promoguin el seguiment, l'empoderament, l'assessorament, la formació i el treball en xarxa.

En particular, la Comissió Europea ha elaborat una declaració per fomentar que les empreses adoptin un enfocament pràctic per tancar la divisió digital de gènere

en competències, creació de tecnologies i accés i oportunitats professionals. A més, el Comissari Europeu d'Economia Digital i Societat ha posat en marxa una estratègia, tot esforçant-se per fomentar i potenciar les dones a jugar un paper més actiu en l'era digital.

Creative Europe MEDIA també ha inclòs l'equilibri de gènere en la seva agenda / programa. Dona suport a iniciatives com el projecte "Dones pioneres en el cinema europeu", iniciat per EWA (European Women's Audiovisual Network) i s'està mesurant i monitoritzant l'equilibri de participació de gènere al programa MEDIA.

Els resultats mostren que, en general, MEDIA es compara favorablement amb tendències més àmplies, però cal fer més.

Tendències prometedores

En els últims anys, més del 50% dels participants als programes de formació de MEDIA eren dones.

Al 2018, el 41% dels participants als estands MEDIA dels sis principals mercats cinematogràfics eren dones.

Si mirem els caps d'indústria i directors generals dels mercats de coproducció que van rebre suport de MEDIA durant 2018, veiem un nombre igual d'homes i dones.

Pel que fa als talents emergents amb suport de MEDIA, la bretxa entre els homes i les dones és més estreta que en altres categories d'activitats.

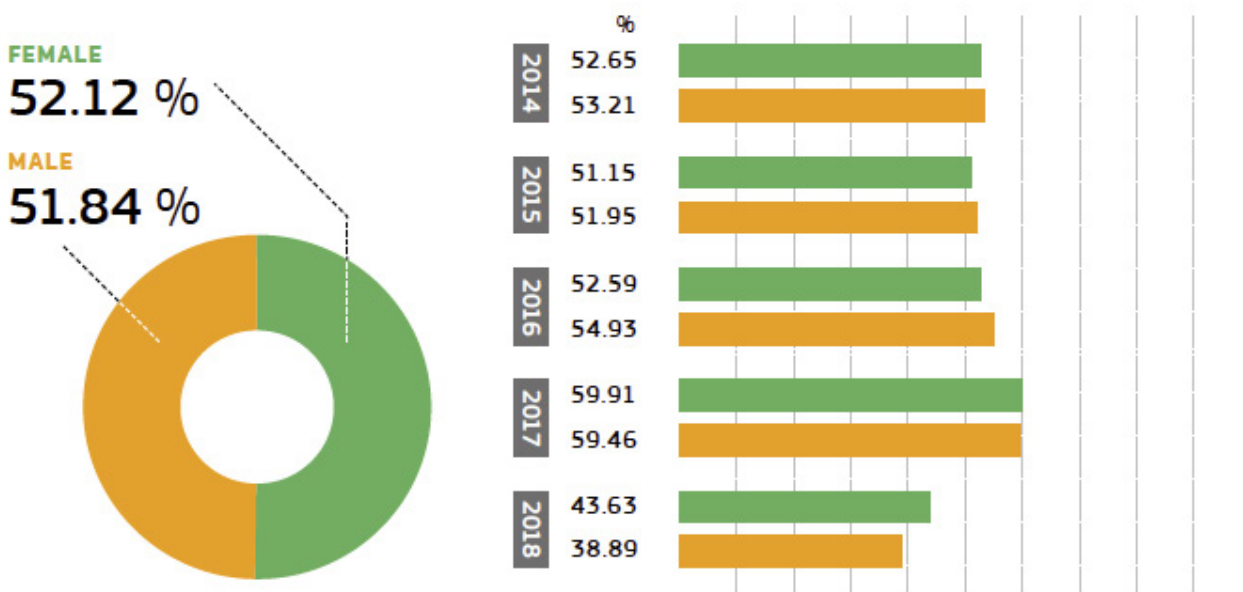
Però...

Entre 2014 i 2018, globalment parlant sobre totes les accions de MEDIA, només el 30% dels sol·licitants van ser dones, versus el 70% dels homes.

Si ens fixem en el suport a la distribució selectiva, de les agrupacions de distribuïdors que estrenen pel·lícules europees no nacionals, veiem que l'any 2018, de les 19 pel·lícules seleccionades, només 2 van ser dirigides per dones.

També hi ha una bretxa en els pressupostos dels projectes i una bretxa salarial. Així, a igualtat de condicions, s'assumeix que els projectes dirigits per dones han de comptar amb pressupostos més baixos, perquè són projectes de caire més íntim que els projectes dirigits per homes.

SUCCESS RATE BY GENDER 2014-2018



* The success rate of submitted projects, including those featuring female applicants, show that there is no negative gender bias in the selection process

Així, en algunes parts de MEDIA hi ha un bon equilibri de gènere, mentre que en altres parts són més febles. Això demostra que MEDIA proporciona algunes respostes a les deficiències i fa suport al canvi, però encara hi ha molt per fer i millorar.

Cap a la igualtat de gènere

Europa Creativa MEDIA es compromet a fer més sobre gènere i ha descrit les accions que pot prendre com a part de la seva estratègia per facilitar i augmentar la participació de les dones en el sector audiovisual.

Les accions se centraran en les següents àrees:

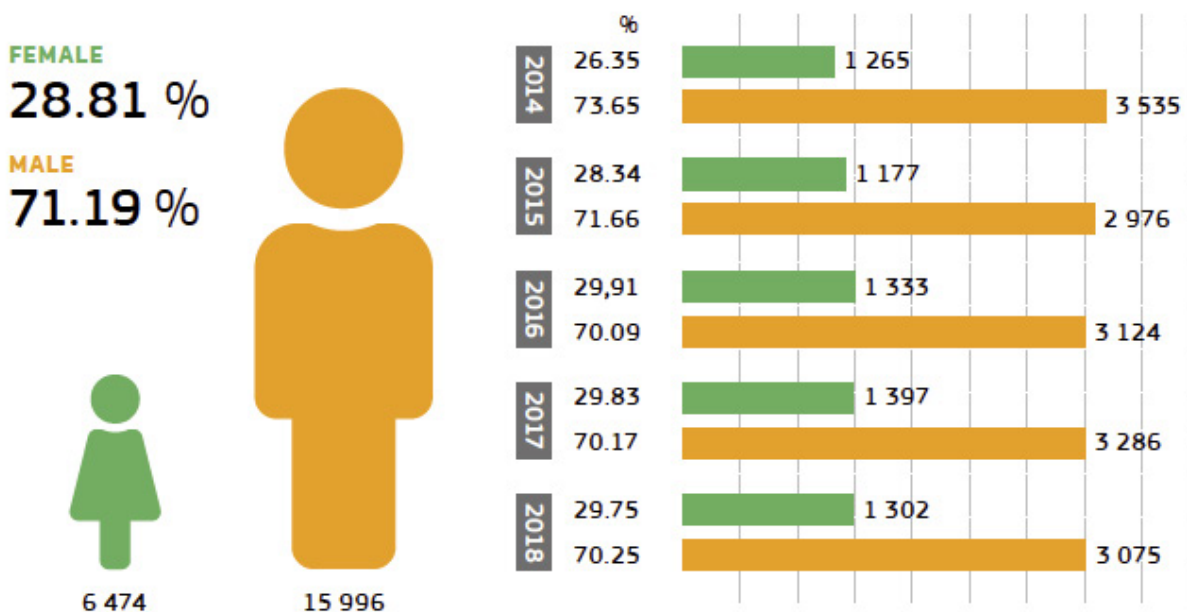
- Donar suport i encoratjar les dones cineastes, així com a la distribució i visibilitat de les seves pel·lícules;
- Enfortir la col·laboració amb fons nacionals i internacionals i institucions,

especialment Eurimages i l'Observatori Europeu de l'Audiovisual, per intercanviar dades i bones pràctiques i garantir que una gamma més àmplia d'històries es creïn, es financin, es distribueixin i es promoguin;

- Fomentar l'empoderament de les dones, per exemple, donant suport a la tutoria d'activitats per a dones professionals en col·laboració amb professionals, xarxes i plataformes;

- La igualtat de gènere serà una prioritat del futur programa Europa Creativa després de 2020: MEDIA contribuirà a la igualtat de gènere en el sector audiovisual, tot incloent estudis, tutories, formació i activitats de networking.

GENDER BALANCE OF MEDIA APPLICANTS 2014-2018



DONES VISUALS PRESENTA EL PRIMER DIRECTORI DIGITAL DE DONES DEL SECTOR AUDIOVISUAL

Tothom qui ens dediquem a aquest sector tenim una gran responsabilitat: l'audiovisual és un mitjà molt poderós que crea imaginari, cultura i referents. Però no totes tenim les mateixes oportunitats per encarar aquesta responsabilitat. Qui crea els continguts audiovisuals a través del cinema, les sèries o la televisió són majoritàriament els homes. Els rols que veiem al cinema molt sovint no responen a la societat moderna que volem ser. Només cal mirar els estudis que es fan sobre les pel·lícules adreçades als infants i adolescents, les conclusions són esfereïdores: en la seva majoria, les pel·lícules promouen la idea que ser un home és més valuós que ser una dona, que les noies han de preocupar-se per la seva aparença i que els seus cossos existeixen per ser cosificats, sexualitzats i consumits per altres. Amb la creació actual de

continguts audiovisuals, no solament no aconseguim explicar el món que tenim al davant de manera prou representativa i diversa, si no que a més no sembla que anem pel bon camí d'aconseguir-ho en un futur pròxim. Els nostres infants i adolescents reproduiran in aeternum els models que els mostrem a través de les pantalles. En les pel·lícules de públic general, la cosa no millora. En les 100 pel·lícules més taquilleres de 2015 arreu del món, els papers protagonistes femenins van tenir tres vegades menys temps en pantalla i parlant que els seus col·legues masculins, i això que les pel·lícules amb protagonistes femenines van fer gairebé el 16% més de taquilla que els que tenien protagonistes masculins. Aquesta última dada no és irrellevant: malgrat l'èxit demostrat que tenen les pel·lícules protagonitzades per dones, hi ha una resistència constant a

deixar que això passi de manera normalitzada. Som el 52% de la població, però això no és suficient per ocupar un temps de pantalla equivalent i, el més important, fer-ho en tota la diversitat de referents que representem. Ni tan sols quan representant-nos encapçalant una història la fa més rendible.

Imaginem-nos, per un moment, que no solament som el 52% de la població sinó que, a més, som el 64% de tot l'alumnat en comunicació audiovisual a les universitats catalanes. Això hauria de ser suficient per canviar aquest escenari, tot incorporant el talent femení de forma massiva a les produccions. Doncs no és així. De nou hi ha una resistència en deixar que aquest 64% real i actual de dones formades passi a formar part de la indústria. A Catalunya només un 15% dels projectes audiovisuals són liderats per dones. No només es tracta que les dones tinguin accés a llocs de decisió, que també, sinó que ens estem perdent altres formes de veure el món i altres sensibilitats. Necessitem incorporar a la indústria dones directores, guionistes i productores que ens expliquin noves històries i ens plantegin nous punts de vista.

Quan es parla d'implementar mesures correctores, com ara quotes de gènere en els sistemes de selecció de projectes per reequilibrar la infrarepresentació de les creadores, sovint s'apela a la meritocràcia donant per fet que forçar la presència de les dones perjudicarà la qualitat de les

obres. En si, aquesta afirmació és bastant ofensiva. No ens adonem que la meritocràcia real i objectiva simplement no existeix. El sistema de selecció, sigui a través d'entitats públiques o privades, nega la igualtat d'oportunitats, ja que en l'imaginari col·lectiu existeix la creença que ells són millors, cosa que tanca les portes a les dones. Anna Serner, al capdavant del Swedish Film Institute, va assolir el 50/50 en tres anys, alhora que va millorar la cinematografia sueca de forma sorprenent. Casos com aquest ens demostren que quan s'intenta pal·liar els prejudicis tot aplicant mesures d'acció positiva, la qualitat de les creacions audiovisuals augmenta. Això no passa perquè les dones estiguin més ben dotades, passa perquè la incorporació del talent femení ve a ocupar un espai fins ara habitat per una

mediocritat masculina que tenia uns privilegis. Perquè no ens enganyem, el pastís no es fa més gran, simplement es reparteix de forma més equilibrada i igualitària, i aquest nou repartiment expulsa

la mediocritat i incorpora l'excel·lència. De retruc, el talent masculí s'estimula davant una nova competència. Realment fascinant! Però no és màgia, és voluntat transformadora.

Sembla obvi que el debat no és si s'ha de fer alguna cosa per solucionar-ho, el debat és què s'ha de fer, quina és la millor manera de canviar les coses. Quan parlem dels recursos públics que financen la producció de pel·lícules no hi ha dubte que les institucions tenen una responsabilitat.



No poden subvencionar projectes que perpetuïn els estereotips i tampoc poden girar l'esquena a una realitat que s'anomena 'inferioritat d'oportunitats'. És urgent la incorporació d'experts en perspectiva de gènere per evitar que continguts sexistes continuïn sent subvencionats amb diners públics. De totes les possibles accions, la voluntat política és l'única realment eficaç.

Aquesta voluntat no sempre hi és, perquè les mateixes estructures de poder són gestionades per homes que sovint no volen canviar les coses o encara pitjor, que simplement no veuen per què s'haurien de canviar. Respecte al com, hi ha grans exemples i el cas suec n'és un. Però també associacions feministes del sector saben com fer-ho, només les han d'escoltar.

Una altra fal·làcia sovint utilitzada per qui té la responsabilitat de contractar dones creadores o tècniques és que no n'hi ha. I sí, no les veiem perquè estan invisibilitzades. El cas més extrem és el de les caps d'equip: en tota la producció catalana, només el 26% de les caps de departament són dones. Quan llegim aques-

ta dada cal tenir en compte que càrrecs històricament ocupats per les dones com perruqueria, maquillatge i vestuari, alimenten el gruix del percentatge, mentre que continuem obligades a parlar de llocs de difícil accés per a les compositores –només un 3%!–, directores de fotografia, efectes especials i so. Però tenim bones notícies: l'excusa que no hi ha profes-

sionals dones en el sector audiovisual, com a mínim a Catalunya, ha deixat de ser-ho.

DONES VISUALS, l'Associació Promotora de Dones Cineastes i de Mitjans Audiovisuals de Catalunya, ha creat un directori on actualment hi ha gairebé 400 perfils omplerts. 400! És un cop de realitat que desmunta en pocs clics la fal·làcia imposada que a la nostra indústria no hi ha dones per contractar. L'invisible es torna visible: hi podem veure no solament les profes-

sionals del sector i tot el que ja han fet –a través dels seus currículums, projectes, tràilers, imatges...–, que és immens, si no tot el que poden fer. Perquè aquest és un dels paradigmes que cal canviar

amb més urgència: als homes se'ls demana potencial, mentre que a les dones se'ls



Sra. Yolanda Olmos, Directora de Dones Visuals; Miriam Porté, Presidenta de Dones Visuals; la Hble Consellera Mairàngela Vilallonga, Miquel Curanta, Director de l'ICEC; i Carlos Ríos, director del D'A.



Neus Ballús, Anna Serner, Marta Selva, Elisenda Alamany, Carla Simón i Miriam Porté.

exigeix experiència. Al Directori hi ha tantes professionals consagrades com nous talents. Volem pensar que els productors i les productores confiaran en el seu potencial i no només en la seva experiència.

El **Directori & Comunitat**, com molt bé diu el seu nom, no és solament una eina de visualització, és una xarxa de connexions professionals en dues direccions: entre les professionals i la indústria, i també entre les dones del sector. Tradicionalment, els homes han ocupat l'espai de les relacions professionals i continuen preferint relacionar-se entre ells, si voleu i en alguns casos, de manera inconscient. És allò del *men's club*, no dit ni definit, però que perpetua la posició de privilegi dels homes vers les dones. Diguem-ho clar: per a les dones és més difícil, costa més, cal invertir més esforços i temps del que ho fan els homes. Però això també pot canviar. Una comunitat com la del directori ens dona un espai propi de suport, no per ser un

women's club, no cal repetir esquemes, però sí per revertir, canviar i redescobrir la manera que tenim de relacionar-nos amb la indústria i entre nosaltres i, sobretot, redefinir qui pren les decisions sobre com i qui se suposa que té dret a tenir les connexions en el nostre sector.

Us voldríem dir que tot això ho fem per a un futur millor, però no és cert. Volem un present millor. No volem esperar a "salvar" la generació vinent, que les coses canviïn a poc a poc. El que volem és que la generació actual de dones professionals del sector audiovisual tingui oportunitats en equitat en la nostra indústria.

Deixem de parlar i comencem a actuar, aquest és el camí.

Miriam Porté i Carme Puche Moré, DONES VISUALS

Més informació: www.donesvisuals.cat



MEDIA REPARTEIX GAIREBÉ 3 MILIONS D'EUROS ENTRE MÉS DE 30 EMPRESSES DEL SECTOR AUDIOVISUAL CATALÀ EN EL 2018

Si tenim en compte les reduccions presupostàries inesperades, l'augment sostingut a l'alça de sol·licituds i l'increment de països potencialment beneficiaris, les xifres totals d'Europa Creativa MEDIA són positives per a Catalunya el 2018.

Podem afirmar que la collita 2018 de projectes catalans beneficiats amb suport MEDIA ha estat bona. Fins i tot potser la millor fins a la data i dins del període 2014-2020 i dins d'Europa Creativa. Veiem-ne algunes raons a continuació:

El coixí estable i permanent de bons operadors assentats en el panorama i amb sol·licituds aprovades per imports iguals o molt semblants als del 2017, com ara: el Festival MECAL (33.000 euros); el mercat professional del DOCSBarcelona (59.000 euros); la plataforma FILMIN (387.172 euros) i el mercat del documental MEDIMED (80.000 euros) que en aquest 2018 aconseguix 12.000 euros més que en el 2017.

Un airbag en ascens format per la suma de cinemes catalans dins la xarxa Europa Cinemas que al 2017 van arribar a la xifra de 287.500 euros entre les 10 sales del territori. Una xifra que podria repetir-se pel 2018 quan els responsables d'Europa Cinemas presentin els seus resultats després del Festival de Canes 2019 i que en el moment de tancar l'edició de l'eMEDIAcat encara no són oficials, però que passen dels 245.000 euros.

Aviat sabrem, doncs, què s'emporten finalment els cinemes Truffaut de Girona, els Verdi, els Renoir, els Boliche, els Girona, el Balmes multicines, els Mèlies, el Maldà, el Texas i el Cinebaix de Sant Feliu de Llobregat.

Que la distribució encongeix és un fet. Les "altes temperatures" d'audiències en altres dispositius i finestres i el "centrifugat" cap a altres models de negoci van encongint les sumes finals de les empreses distribuïdores catalanes. L'EACEA va endarrerir la convocatòria de suport automàtic de 2018 i també els seus resul-

tats, que tot just s'han publicat. Sis companyies catalanes aconseguen prop de 600.000 euros per poder reinvertir en propers títols europeus.

Respecte a la distribució sota l'esquema selectiu, quatre títols reben 177.200 euros: dos per Vercine 2007 S.L. ("Twarz" i "L'Apparition"), conjuntament amb La Aventura Audivisual ("Undir Trenu") i Paycom Multimèdia ("Los Bando").

La difícil línia de videojocs -per escassa dotació i alt contingut narratiu- aconseguen novament una IP catalana. Mango Protocol SL i el joc "Clem" aconseguen 29.853 euros.

Slate o no slate. Aquí tenim el debat. Per obtenir un ajut de desenvolupament a paquet de projectes cal complir molts requisits i tenir capacitat financera. Al 2018 vam obtenir-ne dos. Dues empreses, Filmmax i Inicia Films, ens van suposar un increment de 200.000 i 103.000 euros en el total final en una convocatòria difícil però enriquidora pel que suposa per a la internacionalització de les empreses.

Aquests diners de desenvolupament se sumen als 130.000 euros entre els quatre projectes individuals, dos documentals de les productores Alba Sotorra i Luki-media i dos de ficció de les productores

Alhena Produccions i Lastor MEDIA.

La línia d'educació en la imatge continua sent estratègica per a MEDIA, que considera que cal invertir en les audiències del futur. L'Associació A Bao A Qu obté 148.562,50 euros liderant el seu projecte "Moving Cinema" pels anys 2019 i 2020 i fa "doblete" com a part d'un altre projecte, "CinEd". Play Acció Cultural aconseguix 35.128 euros també com a partner en el projecte educatiu "Wrap 2018-2020".

La cirereta final és la convocatòria de TV programming. Una línia extremadament competitiva. Grans operadors i diner real a la producció televisiva. El treball exhaustiu i constant de les productores Peekaboo Animation amb "Elvis Riboldi" i Justin Webster Productions amb la sèrie documental "Nisman" per assolir el nombre de televisions requerit va fer que sumessin 500.000 euros i 230.000, euros que representen aproximadament entre un 12,5% i un 20% del seu cost de producció.

Aquests gairebé 3.000.000 totals signifiquen un augment de quasi un 100% d'increment respecte el total de 2017: 1.495.049 euros. Felicitem doncs, des d'aquí, les empreses seleccionades.

CATALUNYA RESULTATS 2018

CATALUNYA HA REBUT MÉS DOS MILIONS D'EUROS DEL SUPROGRAMA MEDIA DURANT 2018

CONVOCATÒRIES MEDIA

| Convocatòries MEDIA | Empresa (Beneficiari) | Projecte | Import atorgat |
|--------------------------------------|------------------------------|----------------------|-----------------|
| FESTIVALS | | | |
| EACEA 17/2017 (Deadline 2) | <u>Mecal Association</u> | <u>MECAL</u> | 33.000€ |
| TOTAL | | | 33.000€ |
| PROMOCIÓ / ACCÉS ALS MERCATS | | | |
| EACEA 18/2017 (únic deadline) | | <u>Medimed</u> | 80.000€ |
| | <u>Planeta Med</u> | <u>DocsBcn</u> | 59.000€ |
| TOTAL | | | 139.000€ |
| PROGRAMACIÓ TV | | | |
| EACEA 21/2017 (Deadline 1) | <u>Peekaboo Animation SL</u> | <u>Elvis Riboldi</u> | 500.000€ |
| EACEA 21/2017 (Deadline 2) | <u>JWP (Justin Webster)</u> | <u>Nisman</u> | 230.000€ |
| TOTAL | | | 730.000€ |
| DISTRIBUCIÓ/ Suport Automàtic | | | |
| EACEA 15/2018 (Únic Deadline) | <u>A Contracorriente</u> | | 332.430€ |
| | <u>Bteam Pictures</u> | | 73.782€ |
| | <u>Dea Planeta</u> | | 42.120€ |
| | <u>La Aventura Av</u> | | 48.453€ |
| | <u>Selecta Vision</u> | | 65.098€ |
| | <u>Watson & Holmes</u> | | 34.438€ |
| TOTAL | | | 596.321€ |
| DISTRIBUCIÓ/ Suport Selectiu | | | |
| EACEA 12/2017 (Deadline1) | <u>VERCINE 2007 SL</u> | <u>L'apparition</u> | 67.400€ |
| | <u>LA AVENTURA AV</u> | <u>Undir Trenu</u> | 46.300€ |
| EACEA 12/2017 (Deadline2) | <u>VERCINE 2007 SL</u> | <u>Twarz</u> | 17.200€ |
| | <u>PAYCOM Multimedia</u> | <u>Los Bando</u> | 46.300€ |
| TOTAL | | | 177.200€ |

| Convocatòries MEDIA | Empresa (Beneficiari) | Projecte | Import atorgat |
|--|---------------------------------------|------------------------------------|-----------------------|
| DISTRIBUCIÓ DIGITAL | | | |
| EACEA 26/2016 (únic deadline) | <u>COMUNIDAD FILMIN</u> | <u>Filmin</u> | 387.171,88€ |
| TOTAL | | | 387.171,88€ |
| DESENVOLUPAMENT PROJECTE ÚNIC | | | |
| EACEA 22/2017 (Deadline 1) | <u>ALHENA PRODUCTION</u> | <u>Each of us (ficció)</u> | 50.000€ |
| | <u>ALBA SATORRA</u> | <u>Francesca i l'amor (doc)</u> | 25.000€ |
| EACEA 22/2017 (Deadline 2) | <u>LUKIMEDIA</u> | <u>Postwar Albums (doc)</u> | 25.000€ |
| | <u>LASTORMEDIA</u> | <u>Suro (ficció)</u> | 30.000€ |
| TOTAL | | | 130.000€ |
| DESENVOLUPAMENT VIDEOJOCS | | | |
| EACEA 24/2017 (únic deadline) | <u>MANGO PROTOCOL SL</u> | <u>Clem</u> | 29.835€ |
| TOTAL | | | 29.853€ |
| PAQUET DE PROJECTES (SLATE FUNDING) | | | |
| EACEA 23/2017 (Únic Deadline) | INICIA FILMS | | 103.000€ |
| | FILMAX-CASTELAO | | 200.000€ |
| TOTAL | | | 303.000€ |
| EDUCACIÓ CINEMATogrÀFICA | | | |
| EACEA 14/2017 (únic deadline) | <u>A Bao qu</u> | <u>Moving Cinema (2019 i 2020)</u> | 148.562,50€ |
| | <u>A Bao qu</u> | <u>CinEd</u> | 50.617,47€ |
| | <u>Play Acció Cultural</u> | <u>Wrap 2018-2020</u> | 35.128,22€ |
| TOTAL | | | 234.308,19€ |
| EXHIBICIÓ - Xarxes de Cinema | | | |
| EUROPA CINEMAS | Cinema Truffaut - Girona | | |
| | Cinema Catalunya - Terrassa | | |
| | Cinebaix - Sant Feliu de Llobregat | | |
| | Cinemes Girona - Barcelona | | |
| | Cinema Méliès - Barcelona | | |
| | Renoir Floridablanca - Barcelona | | |
| | Cinemes Verdi, Verdi Park - Barcelona | | |
| TOTAL | | | Pendent |
| TOTAL MEDIA 2018 | | | 2.759.854,07€ |

CONVOCATÒRIES CULTURA

| Convocatòries Cultura | Entitat (beneficiari) | Projecte | Import atorgat |
|--------------------------------|--|--|-----------------------|
| PROJECTES DE COOPERACIÓ | | | |
| EACEA (categoria 1) | | | |
| Coordinador | <u>Fundació Privada Elisava Escola Universitària</u> | <u>Materials Designers. Boosting Talent towards Circular Economies</u> | 200.000€ |
| Partner | <u>Patronat Call de Girona</u> | <u>Parallel Traces "A new lens for Jewish Heritage"</u> | 197.439,77€ |
| Partner | <u>Fundació Sala Beckett / Obrador Internacional de Dramatúrgia</u> | <u>Extended Universe</u> | 198.653,02€ |
| Partner | <u>Institut d'Arquitectura Avançada de Catalunya</u> | <u>Creative Food Cycles</u> | 198.000€ |
| Partner | <u>Institute of the Arts Barcelona Culture & Innovation, SL</u> | <u>Make a Move</u> | 200.000€ |
| Partner | <u>Centre de Cultura Contemporània de Barcelona</u> | <u>Literary Europe Live Plus</u> | 200.000€ |
| Partner | <u>Fundació Bancària Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona La Caixa</u> | <u>Teen Ambassadors across Europe</u> | 198.653,56€ |
| EACEA (categoria 2) | | | |
| Partner | <u>Consorti Mercat de les Flors / Centre de les Arts de Moviment</u> | <u>Dancing Museums - The Democracy of beings</u> | 561.246€ |
| Partner | <u>Universitat Pompeu Fabra</u> | <u>Future Songwriting</u> | 419.805,64€ |
| Partner | <u>Consorti del Museu d'Art Contemporani de Barcelona</u> | <u>Our Many Europes</u> | 2.000.000€ |
| Partner | <u>Universitat de Barcelona</u> | <u>Be SpactActive!</u> | 2.000.000€ |
| Partner | <u>Advanced Music</u> | <u>We are Europe</u> | 2.000.000€* |

| Convocatòries Cultura | Entitat (beneficiari) | Projecte | Import atorgat |
|---|--|--|-----------------------|
| EACEA (categoria 3) | | | |
| Projectes de Cooperació relacionat amb l'Any Europeu del Patrimoni Cultural Europeu 2018 | | | |
| Lider | <u>LaFundició SCCL</u> | <u>Where the city loses its name</u> | 129.132€ |
| Partner | <u>Universitat Autònoma de Barcelona</u> | <u>Crafting Europe in the Bronze Age and Today</u> | 104.760,52€ |
| Partner | <u>Ajuntamen de Gironella</u> | <u>Textile Heritage Inspiring Creatives</u> | 198.000€ |
| Partner | <u>Tasca Serveis d'Animació</u> | <u>Future Epics</u> | 199.872€ |
| Partner | <u>EPE Fundació Mies can der Rohe</u> | <u>Imagine Europe. A House History</u> | 200.000€ |
| TOTAL | | | 9.205.562,51€* |
| TOTAL CULTURA | | | 9.205.563€* |

TOTAL MEDIA

2.759.854,07€

TOTAL CULTURA

9.205.563€*

TOTAL MEDIA+CULTURA

11.965.417€*

*Cal tenir en compte que aquest import no és només per a les entitats catalanes, sinó que es reparteix entre tots els socis participants a cadascun dels projectes

LLISTA DELS 20 FILMS EUROPEUS AMB SUPORT MEDIA AMB MÉS RECAPTACIÓ I NOMBRE D'ESPECTADORS, ESTRENATS A LES SALES CATALANES DURANT EL 1ER I 2ON TRIMESTRE DE 2019

* Informació extreta de la Font ComScore

| | DATA D'ESTRENA | PEL·LÍCULA | DISTRIBUIDORA | RECAPTACIÓ EN € (des de la seva data d'estrena fins al 2 de juny de 2019) | NOMBRE D'ESPECTADORS (des de la seva data d'estrena fins al 2 de juny de 2019) |
|-----------|-----------------------|--|----------------------|---|--|
| 1 | 22 de març de 2019 | <i>Dolor y Gloria</i> | SONY | 1.021.680,10 | 156.566 |
| 2 | 18 de gener de 2019 | <i>The Favourite (La Favorita)</i> | FOX | 703.268,02 | 108.485 |
| 3 | 12 d'abril de 2019 | <i>Mia et le lion blanc (Mia y el León Blanco)</i> | ACONTRA | 644.377,38 | 101.135 |
| 4 | 18 d'abril de 2019 | <i>Red Joan (La espía roja)</i> | VERTICE | 358.467,63 | 51.990 |
| 5 | 8 de març de 2019 | <i>Royal Corgi (Corgi, la mascota de la Reina)</i> | TRI | 202.952,70 | 30.945 |
| 6 | 11 de gener de 2019 | <i>Le grand bain (El gran baño)</i> | FLINS | 187.380,42 | 28.887,00 |
| 7 | 11 de gener de 2019 | <i>Astérix - Le secret de la potion magique (Astérix: El secreto de la poción mágica)</i> | VERTICE | 182.201,22 | 28.381 |
| 8 | 8 de març de 2019 | <i>Woman at War / La Mujer de la Montaña</i> | AVALON | 74.661,29 | 12.148 |
| 9 | 17 de maig de 2019 | <i>L'homme fidèle (Un hombre fiel)</i> | BTEAM | 62.703,07 | 9.562 |
| 10 | 10 de maig de 2019 | <i>De la India a París en un armario de Ikea</i> | ACONTRA | 61.129,52 | 9.742 |

| | DATA D'ESTRENA | PEL·LÍCULA | DISTRIBUÏDORA | RECAPTACIÓ EN € (des de la seva data d'estrena fins al 2 de juny de 2019) | NOMBRE D'ESPECTADORS (des de la seva data d'estrena fins al 2 de juny de 2019) |
|-----------|-----------------------|--|----------------------|---|--|
| 11 | 5 d'abril de 2019 | <i>Never look away (La sombra del pasado)</i> | AVALON | 47.941,47 | 7.301 |
| 12 | 29 de març de 2019 | <i>Les invisibles (Las invisibles)</i> | VERTIGO | 39.019,82 | 6.254 |
| 13 | 18 d'abril de 2019 | <i>Grâce à Dieu (Gracias a Dios)</i> | GOLEM | 37.694,50 | 5.666 |
| 14 | 15 de març de 2019 | <i>Maya</i> | GOLEM | 37.694,50 | 5.453 |
| 15 | 11 de gener de 2019 | <i>Sunset (Atardecer)</i> | AVALON | 34.833,25 | 5.275 |
| 16 | 29 de març de 2019 | <i>Unga Astrid (Conociendo a Astrid)</i> | CARA-MEL | 33.094,55 | 5.569 |
| 17 | 11 de gener de 2019 | <i>Gräns (Border)</i> | KARMA | 30.280,28 | 4.532 |
| 18 | 8 de març de 2019 | <i>Las Herederas</i> | BTEAM | 28.980,31 | 4.442 |
| 19 | 30 d'abril de 2019 | <i>Pupille (En buenas manos)</i> | CARA-MEL | 28.842,40 | 4.465 |
| 20 | 24 de maig de 2019 | <i>Como pez fuera del agua (Come un gatto in tangenziale)</i> | CARA-MEL | 24.949,45 | 3.882 |

DIARI DE L'OFICINA

8 de gener. Comencem l'any obrint compte a Instagram @europa-creativamediacatalunya.

15 de gener. Qualifiquem de genial per part de l'Acadèmia de Cinema Catalana la idea de fer les taules rodones prèvies amb nominats als Gaudi. La sessió amb els documentalistes a la seu de l'SGAE va ser estupenda.

17 de gener. En sincronia amb la Comissió Europea a Brussel·les i amb les altres oficines MEDIA europees, llancem el concurs #euFilmContest, que sortejarà 10 viatges a Cannes 2019 entre els màxims encertants de les 18 preguntes que es formulen.



23 de gener. Ens reunim amb la revista TIME OUT per col·laborar en aquesta iniciativa B2C de l'European Film Contest.

27 de gener. Toca teclejar a les xarxes #premisGaudí. Promoció màxima pels films MEDIA en la llista de nominats. Gala de la mà del Mag Lari. Acabem al Luz de Gas...



1 de febrer. Ens retrobem amb Aïda Díaz, al corrent del programa Horitzo2020, per al primer #EuropeCalls de l'any a l'Arts santa Mònica i per explicar les noves oportunitats per al món de la cultura d'aquest programa sobre recerca i innovació.



4 i 5 de febrer. Marxem cap al Palau de Pedralbes, on ens espera el Fòrum Catalunya Mediterrània. Cita ineludible amb els companys d'Occitània i Illes Balears a l'Euroregió. Participem com a ponents a una de les taules, tot explicant els ajuts d'Europa Creativa i al costat dels companys d'Economia i Finances, que expliquen els ajuts FEDER a la Cultura.

8 de febrer. Comença la Berlinale 2019 i acompanyem el nostre director, Miquel Curanta, en la seva visita a l'estand MEDIA del mercat a Martin Gropius.

10 de febrer. Assistim a la première de 'Staff Only', de Neus Ballús a la Berlinale i aprofitem per saludar i donar la benvinguda al nou sotsdirector de l'ICAA, Jaime Alejandro.



15 de febrer. Temps de justificació. Arriba la data límit per lliurar, primer a Madrid i després a Brussel·les, la justificació del pressupost i el pla de treball de l'oficina pel 2018. Uff!!! Ja coneixeu aquesta història.

20 de febrer. Anem a la presentació de la programació del proper Moritz Fed Dog. No ens cansarem de dir-ho. El "fashioneo" també el fan molt bé.

21 i 22 de febrer. Adoptem posició de loto i assistim al curs sobre Mindfulness. El programa MEDIA també necessita d'aquestes coses.

7 de març. SGAE ens acull per una nova sessió sobre la línia de suport al desenvolupament de projectes individuals. Aquest cop ens acompanya Arash T. Riahi, que ens explica quin serà el propòsit de les sessions de scriptcheck d'enguany, que farem al juny en col·laboració amb SOURCES, i de les quals en serà el tutor.



13 de març Sempre és un honor que en Joan González ens faci confiança i ens expliqui en

distància curta totes les novetats i projectes futurs del DOCSBarcelona.

19 de març. Agraïment infinit pel tracte rebut per IKIRU Films i El Kinògraf en convidar-nos a formar part de la catifa vermella en el passi de 'Staff Only', de Neus Ballús al Festival de Màlaga. Sergi López encantador amb tothom fins a dir prou. Ozú.



22 de març. Ens acostem al CCCB, on el **Servei de Desenvolupament Empresarial (SDE) de l'ICEC**, col·labora enguany en el marc del **Kosmopolis 2019 (K19)**, i la sessió sobre adaptacions "Sempre és millor la novel·la?". Entre d'altres ponents, fixem Ignacio Monter, advocat del GAC per a una futura activitat amb nosaltres.

23 de març. Ens conviden a la inauguració del MECAL 2019, festival amb ajut MEDIA, a l'Arts Santa Mònica. Com sempre, amb una excel·lent selecció de curtmetratges.

26 de març. Carolina Fennoll, companya de l'oficina Europa Creativa Cultura a Madrid, ens visita per a la sessió #EuropeCalls sobre ajuts a la traducció literària. La jornada a la SGAE torna a ser un èxit i agraïm la col·laboració i generositat de Donatella Iannuzzi, editora de Gallo Nero Ediciones, com a estudi de cas.



Del 28 al 31. Cap de setmana en què no ens perdem cap documental de Moritz fed Dog als Aribau,

que s'inaugura amb el documental casualment titulat 'Yellow is forbidden'.

2 d'abril. Excursió a Terrassa. Els alumnes de producció de l'ESCAC ens esperen per saber-ho tot de com preparar un bon paquet de projectes (slate funding) per desenvolupar a MEDIA.

9 d'abril. Assistim a un MIPTV pàl·lid i desganat i on, en canvi, l'estand de Catalan Films no para en activitat per a les companyies catalanes. Coincidim en opinió amb la companya Mònica Galeriú de l'EACEA, al corrent d'explicar la convocatòria de TV Programming. Contents de retrobar Antoni D'Ocon i el come back dels 'Fruitis'.

11 d'abril. Arribats tot just de Niça, anem al centre Movistar on, entre altres activitats, entrevistem a MANGO Protocol, l'empresa de videojocs catalana

seleccionada al 2018 per MEDIA en la seva línia de desenvolupament dins la jornada professional MEDIA del MECAL.



17 d'abril. Esmorzem amb Antonia Nava al Soho House i l'enredem a participar en una taula rodona en el proper European Film Forum de maig a Cannes.

23 d'abril. Passem la tarda de Sant Jordi a la seu de MEDIAPRO, on s'acull el curs organitzat per l'ECIB (Escola de Cine de Barcelona) i on expliquem la política audiovisual europea i la seva eina principal: MEDIA. projeccions al Festival dels treballs produïts per Marta Andreu i Bettina Walter.

24 d'abril. No podem evitar-ho, ens apuntem a tot al que ens convida en Manuel Cristobal. La presentació de la seva darrera producció "Buñuel y el Laberinto de las Tortugas", dirigida per Salvador Simó, ens permet acostar-nos al Barcelona Film Fest als cinemes Verdi.



25 d'abril. Ens acostem al Festival Sismògraf, mercat estratègic de la dansa contemporània a casa nostra, a Olot, per tal d'establir sinergies amb els nostres homòlegs occitans pel que fa a futurs projectes euroregionals i de cooperació dins Europa Creativa Cultura.

25 d'abril. L'autobús que arriba d'Olot és prou puntual com per arribar a temps i gaudir d'una de les millors inauguracions mai vistes. Louis Garrel presentant el seu film 'El hombre fiel' a la inauguració del D'A. Felicitem de nou en Carlos Rios i el seu equip.



29 i 30 d'abril. Nova jornada professional del D'A en col·laboració amb l'SDE a l'SGAE. Enguany amb el Labs i les residències com a tema central. Aplaudim des d'aquí la feina del seu coordinador. Elena Neira presentant i final de festa amb la presentació del directori de professionals de Dones Visuals, amb l'special guest appearance de l'Hble. Consellera de Cultura, Sra. Mariàngela Vilallonga.

3 de maig. El Museu d'Història de Catalunya acull la nostra sessió #Europecalls sobre la recent publicació de l'ajut euroregional. Celebrem que Raul Berninches, de MAGO Productions, ens expliqui el seu projecte de documentals a les biblioteques, seleccionat en la convocatòria de 2018.



9 de maig. Celebrem - algú ho podia dubtar?- el Dia d'Europa dins els actes de la representació de la Comissió Europea a Barcelona. La campanya encara no havia començat.

15 de maig. 'Aquarel·la' inaugura el Festival DOCSBarcelona d'enguany. Com ens agrada veure la sala Aribau plena de gom a gom amb tot del sector documental fent costat.



16 de maig. Marxem cap a la Croisette, on ens esperen, entre d'altres, la pel·li d'Albert Serra; Carles Torras, flamant Producers on the Move; Carla Simón i Antonia Nava, convidades al European Film Forum de Lucía Recalde, i 'Dolor y Gloria', la darrera d'Almodóvar amb ajut MEDIA a la distribució.

Saps a quants festivals s'ha pogut veure la pel·lícula amb suport de MEDIA ***Girl***, de **Lukas Dhont**? I quants i quins premis ha guanyat? Descobreix-ho ***aquí!***



El film d'animació ***Dilil à Paris***, de **Michel Ocelot**, ha passat per nombrosos festivals internacionals i ha estat nominat i guanyador de múltiples premis. Descobreix ***quins!***

Saps quins ***9 títols*** de la filmografia de **Pedro Almodóvar** han rebut suport de MEDIA?

Podries dir quines de les següents pel·lícules amb suport MEDIA i dirigides per dones han guanyat l'**Os d'Or a Millor Pel·lícula** en alguna de les edicions del **Festival de Berlín**?

- ***3 Days in Quiberon***, d'Emily Atef
- ***Touch me not***, d'Adina Pintilie
- ***Nadie quiere la noche***, d'Isabel Coixet
- ***La teta asustada***, de Claudia Llosa
- ***On body and soul***, d'Ildikó Enyedi
- ***Estiu 1993***, de Carla Simón

Quin és el nom de la directora catalana del documental amb suport MEDIA ***Comandant Arian, una història de dones, guerra i lliberat?***



Sabries dir quines són les ***4 pel·lícules*** dirigides per **Ruben Östlund** que compten amb el suport del Programa MEDIA?



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

CURSOS

DESENVOLUPAMENT DE PROJECTES

ACE

Ateliers du Cinéma Européen (ACE)

Taller de desenvolupament de continguts que inclou un curs intensiu en l'ús d'eines de desenvolupament d'històries, adreçat a productors independents amb experiència.

Dates: Del 7 al 12 d'octubre a Helsinki (Finlàndia).

Berlinale Talents 2019

Berlinale Talents és la cimera anual i plataforma de networking del Festival Internacional de Cinema de Berlín. Programa de desenvolupament de talent del Berlin International Film Festival per a 250 cineastes emergents i creadors de sèries de tot el món

Dates: Del 22 al 27 de febrer de 2019, a Berlín.

Cinekid Script LAB

En aquest laboratori

destinat a projectes, un grup internacional d'escriptors i escriptors i directors també desenvolupen els seus plans per a llargmetratges infantils en totes les etapes de desenvolupament. El coaching ofert per cada cineasta és a mida, respon a les necessitats específiques de l'escriptor i de la història que es produeixen al llarg d'una trajectòria en dues fases

Dates: Febrer 2020, Berlinale. Característica Llençament Spotlight - Gener 2020, Trieste, Itàlia

European Genre Forum

Organitzat conjuntament pel Festival Black Nights de Tallinn, l'Imagine Film Festival d'Amsterdam, i el Festival de Cinema Fantàstic de Zagreb. Tallers de cinc dies de durada adreçats a equips de

directors i productors europeus que desenvolupen el primer i segon llargmetratge de gènere.

Dates propers tallers: Producer's lab, del 4 al 7 de juliol de 2019, en el marc del Festival de Zagreb, Mark&Packaging Lab, la darrera setmana de novembre de 2019, en el marc del Festival de Tallinn.

Film Spring Open workshop

Es tracta d'un programa educatiu interdisciplinari per a joves artistes del sector audiovisual. Es tracta d'un punt de trobada únic per a professionals de cinema i nous mitjans, estudiants, debutants i aficionats al cinema, que poden desenvolupar les seves habilitats artístiques i tècniques amb l'aspiració de la cooperació

i la passió compartida pel cinema.

Dates: del 15 al 24 d'octubre a Polònia.
Deadline: juny 2019

Less is More (LIM)

LIM té experiència en nous enfocaments metodològics per dur la fase de desenvolupament de guió més enllà de nous límits, generant una intensitat més profunda, singularitat i significat, utilitzant un coaching dinàmic i consistent en grup. Durant un dels 3 tallers anuals de LIM a Europa, cadascun dels 12 participants seleccionats d'aquesta convocatòria seguirà el desenvolupament de 4 projectes dins d'un grup, mentre es treballa en els seus comentaris i desenvolupament d'eines i enfocament a càrrec d'un tutor, director artístic de LIM.

Propera convocatòria: setembre 2019

Torino Film Lab Story editin & Audience design Workshops

Els dos tallers es duran a terme durant els mateixos 4 dies a Torí, Itàlia. Com sempre, hi haurà treball i aprenentatge intensius, però també una gran quantitat de networking amb professionals del cinema de tot el món

Dates: del 6 al 9 de setembre de 2019.
Termini de presentació de sol·licituds de participació: 1 de juliol de 2019

Sources 2 Script Development Workshops

Tallers de 7 dies de durada, per a guionistes professionals i equips de guionistes, productors o directors amb un projecte de llargmetratge de ficció en procés de desenvolupament: llargmetratges de ficció i documentals de creació per a projectar per cinema,

televisió, cross-media, web.

Dates: del 26 de març al 03 d'abril de 2020 a Luxemburg. Termini d'inscripció: 1 de desembre de 2019.

DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL

Eave Marketing Workshop

Es tracta d'un esdeveniment pràctic de quatre dies sobre màrqueting 360 ° per obtenir experiència, mètode de màrqueting, participació de l'audiència i les últimes tendències del mercat.

Els participants poden presentar-se amb o sense un projecte en qualsevol etapa de producció per treballar amb especialistes en aquest camp.

Dates: del 05 al 10 de novembre de 2019 a Luxemburg

CURSOS

DESENVOLUPAMENT D'AUDIÈNCIES, MÀR- QUETING. DISTRIBU- CIÓ I EXHIBICIÓ

Art Cinema = Action + Management (CICAE)

CICAE, la Confederació Internacional de Cinesmes d'autor, ofereix un programa internacional de formació per a professionals que treballen a la indústria de l'exhibició de cinema d'autor, a Venècia:

Sessió per a Juniors (del 67 d'agost a l'1 de setembre):

Apte per a operadors independents i programadors amb experiència mínima d'1 any i altres professionals de la indústria com ara programadors de festivals, operadors, distribuïdors i institucions de cinema públics o privats que vulguin millorar el seu coneixement i habilitats o que tenen previst obrir un cinema independent. Es tracta d'un programa de formació

residencial de 7 dies.

Sessió per a executius (del 26 al 31 d'agost):

adreçada a expositors i programadors amb almenys 10 anys d'experiència en cinema independent (o almenys 5 anys d'experiència en un lloc executiu dins de la indústria) i altres professionals amb àmplia experiència en el sector, com ara programadors de festivals, operadors, distribuïdors i institucions de cinema públiques o privades que vulguin millorar el seu coneixement sobre l'exhibició independent a Europa. Es tracta d'un programa de formació residencial de 6 dies.

Lloc: Illa de San Servolo (Venècia)

Developing your film Festival

Es tracta d'un programa intensiu per a professionals del festival de cinema, impartit per alguns dels experts del món en portar el vos-

tre festival al següent nivell. Es desenvolupa en el marc del New Horizons International Film Festival. Tindreu la possibilitat de fer noves connexions i veure la bonica ciutat polonesa de Wroclaw, així com veure l'increïble festival on es troben els artistes més gran d'Europa.

Dates: del 22 al 28 de juliol de 2019

Essential Legal Fra- mework: Legal innova- tion & change in film and TV. Erich Pommer Institute

En un paisatge canviant dels mitjans digitals, és imprescindible que les empreses s'adaptin ràpidament al mercat i que adoptin nous models i oportunitats de negoci derivats de la digitalització. Aquest taller ofereix coneixements pràctics sobre els processos i metodologies de les innovacions dels models de negoci. Les tècniques pràctiques

ajudaran a crear i implementar noves idees i estudis de casos de la indústria que oferiran les millors pràctiques.

Dates: novembre de 2019. Lloc encara per confirmar

DIGITAL & MULTIMÈDIA

Essential Legal Framework: e-Learning

Es tracta de cursos de formació online (no presencials) que cobreixen els següents temes i més:

Drets d'autor de cinema i televisió, coproducció europea, guions per a televisió, etc.

El principal objectiu d'aquests cursos és que el participant actualitzi els seus coneixements per tal de mantenir-se el màxim de competitiu possible.

Al ser de caràcter online es poden cursar en qualsevol moment i per a una durada de 6 mesos

ANIMACIÓ

Animation sans frontieres

És un programa de formació basat en conferències / tallers de 4-2 setmanes dissenyat per donar a conèixer als professionals de producció i cinema d'animació júnior europeus la indústria i els mercats d'animació europeus i internacionals, així com l'espai, el temps i les eines per desenvolupar, finançar i produir projectes propis, carreres i eventualment empreses productores.

- Mòdul 1: del 14 al 25 d'octubre de 2019 a Alemanya
- Mòdul 2: del 18 al 29 de novembre de 2019 a Hungria
- Mòdul 3: del 20 al 31 de gener de 2020 a Dinamarca
- Cartoon Movie Pitching Event: del 03 al 05 de març a Lyon (França)
- Mòdul 4: del 09 al

20 de març de 2020 a França

- FMX Conference, Animation Production Day & ITFS Festival: abril-maig 2020 a Stuttgart (Alemanya)

Cartoon 360- European Association of Animation Film Pitching per a projectes d'animació transmèdia

Les sessions de pitching (de 40 minuts de durada) es complementen amb presentacions sobre elements clau del mercat digital com ara els costos detallats en els pressupostos, plans de negoci, participació del públic, nous partenariats, bones pràctiques, distribució, etc. L'esdeveniment s'adreça no només a professionals interessats en fer el pitching o llançament del seu projecte sinó també a d'altres professionals de l'animació/jocs/transmèdia implicats a nivell financer i/o crea-

CURSOS

tiu amb el projecte en qüestió.

Dates: del 02 al 04 de desembre de 2019.

Lloc: Lille (França)

Termini de presentació de candidatures (amb projecte): 05 de novembre de 2019

Sense projecte: 15 de novembre de 2019

Cartoon Springboard 2019- European Association of Animation

Film

Nou esdeveniment de pitching i seminari basat en projectes i destinat a ajudar els Nou Talents que han completat la seva formació per millorar i accelerar el seu accés als mercats audiovisuals i digitals.

Dates: del 30 de setembre al 02 d'octubre de 2019. Lloc: València

Cartoon Business 2020- European Association of Animation

Film

Conferència sobre nous models empresarials emergents en animació Cartoon Business és un seminari de primer nivell centrat en els models de nova generació de finançament i ingressos produïts pels canvis en els mercats de producció i distribució.

Dates: del 24 al 26 de març de 2020. Lloc: Las Palmas de Gran Canària

Cartoon Business 2020- European Association of Animation

Film

Cartoon Digital és un seminari d'alt nivell sobre les últimes novetats en animació digital i entreteniment per a pantalles connectades. Gairebé 30 ponents es concentraran a Gantes per dirigir una conferència de 3 dies de durada sobre com la combinació d'Internet i la mobilitat han obert grans oportunitats

creatives i de negoci per als propietaris i productors de contingut d'animació

Dates: del 26 al 28 de maig de 2020. Lloc: Cagliari (Itàlia)

DOCUMENTAL

Documentary Campus Masterschool

És un programa intensiu de formació de deu mesos. Ofereix als professionals dels mitjans de comunicació d'Europa una oportunitat excel·lent per accedir al mercat internacional de documentals i desenvolupar noves estratègies empresarials. Al llarg de quatre tallers intensius de 5 dies de durada, 15 equips de productors / directors europeus seleccionats acuradament estan ajudats a desenvolupar, finançar i comercialitzar el seu format basat en fets per a la publicació pública; sent el mercat de la televisió

tradicional o les noves plataformes digitals.

Dates dels tallers: març/juny/agost i octubre de 2020. Lloc: cada taller tindrà lloc a una ciutat europea diferent. Encara per determinar

IDFA Academy durant l'IDFA 2019

IDFAcademy té lloc cada mes de novembre durant l'IDFA. Ofereix als cineastes internacionals emergents l'oportunitat de conèixer un ampli espectre de professionals de documentals molt apreciats que vulguin compartir els seus coneixements sobre la indústria. Durant aquest intens programa de formació de quatre dies, els participants obtenen coneixements actualitzats sobre el mercat del documental i aprenen de primera mà les tendències actuals del cinema documental.

Dates: 21-24 novembre de 2019, en el marc de l'IDFA, a Amsterdam.

Acreditació online: 01 de juliol. Termini de sol·licituds: 01 de setembre de 2019

SÈRIES DE TELEVISIÓ DOCUMENTAL

MIDPOINT

Writers'Room 2019

Dedicat a l'escriptura i el desenvolupament de sèries de televisió, és un mòdul dissenyat per donar suport a la formació d'habilitats especialitzades i oferir coneixements pràctics sobre l'organització d'una sala d'escriptors. L'esdeveniment únic es realitza en 4 dies d'entrenament i consisteix en conferències, formació de plotters i escriptura i simulació d'una sala d'escriptors. El programa s'executa en anglès.

Dates: 02-07 novembre 2019. Lloc: Praga (Rep. Txeca).

Termini de presentació de sol·licituds: 13 de setembre de 2019

Series Lab 2019 -Torino Film Lab-

TorinoFilmLab llança la quarta edició de SeriesLab, un programa anual destinat a desenvolupar projectes de sèries de televisió internacionals innovadors i d'alt perfil. Adreçat a guionistes i directors europeus professionals. El curs va destinat a projectes de sèries de TV de llarga durada en una etapa de desenvolupament primerenca. Està format per 3 tallers residencials de 4 dies durant el mes de desembre de 2019, febrer i març de 2020 + 2 sessions en línia.

Termini de sol·licituds: 09 de juliol de 2019

MERCATS, FESTIVALS, CONFERÈNCIES

M **47è Festival de Cinema de La Rochelle**

La Rochelle (França), del 28 de juny al 07 de juliol de 2019.

E **European Series Summit**

Fontainebleau (França), de l'1 al 03 de juliol de 2019

C **27 Curtas Vila do Conde Fest Int Cinema**

Vila do Conde (Portugal), del 6 al 14 de juliol de 2019

I **International Coproduction Platform-FID-Lab 2019**

Marsella (França), 11 i 12 de juliol de 2019

G **Galway Film Fair 2019**

Galway (Irlanda), de l'11 al 14 de juliol de 2019

E **26. European Film Festival Palic**

Palic (Sèrbia), del 20 al 26 de juliol de 2019

M **NEW HORIZONS INTERNATIONAL FILM FESTIVAL**

Varsòvia (Polònia), del 25 de juliol al 04 d'agost de 2019

S **SARAJEVO FILM FESTIVAL 2019**

Sarajevo (Bòsnia), del 16 al 23 d'agost de 2019

N **New Nordic Films**

Haugesund (Noruega), del 20 al 23 d'agost de 2019

I **Indie Arena Booth 2019 gamescom**

Colònia (Alemanya), del 20 al 24 d'agost de 2019

M **MakeDox Creative Documentary Film Festival**

Skopje (Macedònia), del 21 al 28 d'agost de 2019

V **Venice Gap-financing market**

Venècia (Itàlia), del 30

d'agost a l'1 de setembre de 2019

B **Baltic Sea Docs**

Riga (Letònia), del 3 al 7 de setembre de 2019

I **40 International Cinematographers' Film Festival "Manaki Brothers"**

Bitola (Macedònia), del 14 al 21 de setembre de 2019

C **Cartoon Forum 2019**

Toulouse (França), del 16 al 19 de setembre de 2019

H **32nd Helsinki International Film Festival - Love & Anarchy**

Helsinki (Suècia), del 19 al 29 de setembre de 2019

I **Industry Club Donostia Film Festival**

San Sebastian (Espanya), del 20 al 28 de setembre de 2019

**M The Kids Film/Kino
Dzieci International
Film Festival**

Varsòvia (Polònia), del
21 al 29 de setembre de
2019

M BUSTER 2019

Copenhague (Dinamar-
ca), del 23 de setembre
al 06 d'octubre de 2019

**M 25th Encounters
Festival**

Bristol (Regne Unit),
del 24 al 29 de setem-
bre de 2019

**Festival Int de Cinema
Fantàstic de Catalun-
ya-Sitges 2019**

Sitges (Catalunya), del
03 al 13 d'octubre de
2019

**M 14è Anim'est Inter-
national Animation
Film Festival, 14th
edition**

Bucarest (Romania),
del 4 al 13 d'octubre de
2019

**M 24th International
Film Festival for Chil-
dren and Young Au-
dience SCHLINGEL**

Chemnitz (Alemania),
del 7 al 13 d'octubre de
2019

**Medimed 2019 -The
Euromed Docs Market-**

Sitges (Catalunya), del
10 al 13 d'octubre de
2019

**M Mercato Internazio-
nale Audiovisivo**

Roma (Itàlia), del 16 al
20 d'octubre de 2019

**M Doclisboa Interna-
tional Film Festival
2019**

Lisboa (Portugal), del
17 al 27 d'octubre de
2019

**M Cinekid Festival
2019**

Amsterdam (Holanda),
del 19 al 25 d'octubre
de 2019

**M CineKid for profes-
sionals 2019**

Amsterdam (Holanda),
del 21 al 25 d'octubre
de 2019

**M 23rd JI.HLAVA IN-
TERNATIONAL DOCU-
MENTARY FILM FESTI-
VAL 2019**

Jihlava (Txèquia), del
24 al 29 d'octubre de
2019

Festival In-Edit 2019

Barcelona (Catalunya),
del 24 d'octubre al 03
de novembre de 2019

M DOK Leipzig 2019

Leipzig (Alemania), del
28 d'octubre al 03 de
novembre de 2019

**M 60th THESSALO-
NIKI INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL**

Thessaloniki (Grè-
cia), del 31 d'octubre
al 10 de novembre

M Connecting Cottbus

Cottbus (Alemania), del

06 al 08 de novembre de 2019

L'Alternativa-26è Festival de Cinema Independent de Barcelona

Barcelona (Catalunya), de l'11 al 17 de novembre de 2019

VR Days Europe

Amsterdam (Holanda), del 13 al 15 de novembre de 2019

Torino Short Film Market

Torino (Itàlia), del 21 al 23 de novembre de 2019

Idfa Forum

Amsterdam (Holanda), del 24 al 27 de novembre de 2019

Ventana Sur

Buenos Aires (Argentina), del 02 al 06 de desembre de 2019

32 European Film Awards

Berlin (Alemanya), 07 de desembre de 2019

Les Arcs Industry Village

Les Arcs (França), del 14 al 21 de desembre de 2019

TERMINIS MEDIA CONVOCATÒRIES

Suport a la distribució automàtica EACEA/27/2018

Termini: 5 de setembre de 2019 (Generació)

EUROPA CREATIVA

EACEA

(AGÈNCIA EXECUTIVA
D'EDUCACIÓ, AUDIOVISUAL I
CULTURA)

Convocatòria de manifestacions d'interès

EAC 14/2014

Termini: 31 de desembre de 2020

Treballar com a expert a l'EACEA
Convocatòria de manifestacions d'interès

EACEA 2013/01

Termini: 30 de setembre de 2020



**ESTIGUES
AL DIA!**

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

SUBSCRIU-T'HI

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

EUROPA CREATIVA DESK - MEDIA CATALUNYA



**Europa
Creativa
MEDIA**



Generalitat de Catalunya
**Departament
de Cultura**

Ptge. de la Banca 1-3, 1a
planta 08002 Barcelona

Tels. 34-93 552 49 49

34-93 552 49 48

europacreativamedia@

gencat.cat

www.europacreativamedia.cat

Coordinació

Àlex Navarro

Continguts i Administració

Europa Creativa Desk -
MEDIA Catalunya

Disseny

ICEC



Imatge portada:

Nisman

Documental dirigit per Justin Webster i produït per **JWProductions**, **Fasten Films** i

Gebrueder Beetz Filmproduktion, amb el suport d'**Europa Creativa MEDIA a la Difusió per Televisió**.