

eMEDIACAT



Nº13 | JULIOL 2015

RESULTATS 2015

ANDERGRAUN FILMS

B'ARS VFX

FESTIVAL DE MÀLAGA

FESTIVAL DE CANNES

ATELIER DU CANNES

D'A FESTIVAL DE CINEMA D'AUTOR DE BARCELONA

DOCSBARCELONA

FOTO: YORGOS @ ANDO LIADO

04

Editorial

06

Comunicació
RESULTATS 2015

26

Jornades
**#EUROPECALLS
EUROPA
CREATIVA**

30

Jornades
**INTERDOCS
BARCELONA**

34

Participació
**COPRODUCCIONS
EUROPEES I
ASPECTES LEGALS
I FINANCERS**

08

Entrevista
**ANDERGRAUN
FILMS**

09

Article
**ACTES I INICIATIVES
DEL SUBPROGRAMA
MEDIA A CANNES**

12

Article
**PEL·LÍCULES
AMB SUPORT
MEDIA AL FESTIVAL
DE CANNES**

35

Jornades
**B'ARS,
BARCELONA
INTERNATIONAL
ARTS & VFX FAIR**

38

Entrevista
**ALVISE AVATI
DIRECTOR
D'ANIMACIÓ
IVFX**

40

Comunicació
**INFORMES DE
L'OBSERVATORI
EUROPEU DE
L'AUDIOVISUAL**

14

Entrevista
**MERITXELL COLELL
DIRECTORA DE
TIERRAS
DE SOLEDAD**

17

Article
**PEL·LÍCULES
MEDIA CATALANES
AL FESTIVAL DE
MÀLAGA**

19

Article
**PEL·LÍCULES
MEDIA
AL FESTIVAL
DOCSBARCELONA**

44

Agenda
PROPERAMENT

46

Agenda
**CURSOS, MERCATS,
FESTIVALS,
CONFERÈNCIES**

48

Agenda
**TERMINIS
MEDIA -
CONVOCATÒRIES
I LICITACIONS**

21

Comunicació
**PRESENTACIÓ
DEL MARC PER A
UNA EDUCACIÓ
CINEMATOGRÀFICA
A EUROPA**

22

Jornades
MECAL

24

Jornades
**D'A
FESTIVAL DE
CINEMA D'AUTOR
DE BARCELONA**

49

Enllaços

50

Contraportada

LA CREACIÓ D'UN MERCAT ÚNIC DIGITAL A EUROPA

Internet i les tecnologies digitals estan transformant el món en tots els àmbits de la vida i en tots els sectors empresarials. Europa vol fomentar aquesta revolució digital i oferir tota mena d'oportunitats a persones i empreses, tot creant un mercat únic digital. La Comissió Europea va presentar el passat 6 de maig el seu pla per crear-lo com una de les seves prioritats. La qüestió va ser força debatuda durant el passat Festival de Cannes.

L'objectiu del mercat únic digital és suprimir les barreres que hi ha a Internet i crear un sol mercat en comptes dels vint-i-vuit de nacionals que tenim actualment. Un mercat únic digital que funcionés a ple rendiment li podria generar 415.000 milions d'euros l'any a la nostra economia i crear milers de llocs de treball. Un mercat únic digital amb 500 milions de consumidors que reemplaci els 28 mercats nacionals permetria a Europa disminuir el diferencial tecnològic amb els seus competidors.

L'estratègia per al mercat únic digital que es va aprovar el mes passat inclou un conjunt de mesures concretes que hauran d'haver-se dut a la pràctica a finals d'any, tot aplegant setze mesures o iniciatives que la Comissió presentarà a finals de 2016 a l'entorn de tres pilars principals:

Pilar I: facilitar l'accés dels consumidors i de les empreses als béns i serveis digitals de tot Europa. Aquestes mesures aniran encaminades a aprovar normes per facilitar el comerç electrònic transfronterer; a atorgar més drets als consumidors; a fer més ràpid i eficient el lliurament de paquets; a posar fi al geobloqueig per zones; a la investigació dels problemes de competència que afectin el comerç electrònic europeu; a aprovar una normativa europea més moderna sobre els drets d'autor; a revisar la directiva sobre radiodifusió per satèl·lit i distribució per cable i a reduir la càrrega administrativa que els diferents règims de l'IVA representen per a les empreses.

Pilar II: crear unes condicions adequades i equitatives perquè creixin les xarxes digitals i els serveis innovadors. Això voldrà dir revisar la normativa sobre telecomunicacions de la UE; revisar el marc jurídic dels mitjans de comunicació audiovisual; analitzar exhaustivament el paper que tenen en el mercat les plataformes d'Internet: xarxes socials, cercadors, venedors electrònics d'aplicacions, etc; millorar la seguretat dels serveis digitals pel que fa al tractament de les dades personals tot revisant la normativa de la UE sobre protecció de dades i garantir la seguretat de les xarxes.

Pilar III: aprofitar al màxim el potencial de creixement de l'economia digital. Això significarà proposar una iniciativa europea per fomentar la lliure circulació de dades a Europa; definir prioritats normatives i d'in-

teroperabilitat en àmbits fonamentals per al mercat únic digital i donar suport a una societat digital integradora en què els ciutadans tinguin les competències necessàries per aprofitar les oportunitats que els ofereix Internet.

El mercat únic digital va figurar a l'ordre del dia de la cimera de caps d'Estat i de Govern de la UE els dies 25 i 26 de juny.

Àlex Navarro,
Coordinador d'Europa Creativa Desk –
MEDIA Catalunya

RESULTATS 2015

RESULTATS MEDIA A CATALUNYA 1R SEMESTRE 2015

SUPORT ALS PRODUCTORS

Convocatòria Europa Creativa MEDIA de suport al Desenvolupament de projectes individuals - **Single Project EACEA/17/2014**

Dues productores catalanes han rebut aquest ajut: **Inicia Films** aconsegueix **30.000€** per a **Verano 1993**. **Polar Star Films** obté **25.000€** per a **The Turquoise Hill**.

Convocatòria Europa Creativa MEDIA de suport a la Difusió per TV EACEA/24/2014

La productora catalana Polar Star Films és l'única de tot l'Estat espanyol que ha rebut aquest ajut: **Polar Star Films** obté **90.080€** per a **Frightened**.

SUPORT A LA DISTRIBUCIÓ

Convocatòria Europa Creativa MEDIA de suport a la Distribució Selectiva EACEA/23/2014

Dues distribuïdores catalanes han rebut aquest ajut:

A Contracorriente aconsegueix **64.400€** per a **Marie Heurtin**.

Abordar S.L obté **45.700€** per a **Bande de Filles** i **45.700€** per a **Eden**.

SUPORT A LA PROMOCIÓ

Convocatòria Europa Creativa MEDIA de Suport a l'Accés a Mercats EACEA/29/2014

L'**Associació Internacional de Productors Audiovisuals Independents de la Mediterrània** rebrà **68.000€** de la Comissió Europea per a l'organització del **MEDIMED 2015**.



Podeu consultar tots els resultats recents de les convocatòries MEDIA en **aquest enllaç**.

ANDERGRAUN FILMS

Parlem amb **Albert Serra i Montse Triola**, d'**Andergraun Films**, que estan produint la ficció ***I am an artist***. El projecte ha rebut el suport de MEDIA al Desenvolupament de Projectes Individuals (convocatòria 30/2013, 50.000€).

P *I Am an Artist* és el retrat del món d'un artista i del món de l'art contemporani. Quines característiques presenta el film?

R És una comèdia dramàtica i amb això ja dona a entendre una mica l'ambigüitat que hi ha al darrere. És el retrat d'un món i d'una gent que viuen al límit de l'absurd, però que encara tenen una fe sincera en l'art i en la seva transcendència. I això, per a un artista jove, de vegades pot ser dramàtic i ridícul al mateix temps.



P És el primer cop que rebeu un ajut del Subprograma MEDIA? Com és que va decidir demanar l'ajut al desenvolupament de projectes individuals?

R Doncs perquè és un projecte molt més complex que els anteriors, que requereix absolutament coproductors internacionals i on hi ha involucrats artistes molt famosos. La preproducció serà molt llarga i difícil, perquè el projecte és arriscat en tots els sentits.

P Quin fet diferencial aporta *I Am an Artist* que fa que MEDIA hi hagi apostat?

R Creiem que representa la culminació de tot el saber cinematogràfic del seu director, i això es veu. Conserva tots els punts forts del seu estil i n'introdueix d'altres de realment nous i inesperats (tant en l'àmbit temàtic, com formal), que sorgeixen una mica de la seva experiència en el món de l'art contemporani durant els últims anys, ja que ha participat com a artista convidat a la Documenta de Kassel i a la Biennial de Venècia, entre d'altres fites.



P Què representa per a la producció de *I Am an Artist* aquest ajut?

R És essencial i ha suposat un bonic estímul en aquests temps difícils. La despesa per només intentar plantejar la possibilitat de fer una coproducció ambiciosa és molt gran, i és difícil que productores petites puguin fer-se'n càrrec amb els seus propis recursos sense cap ajuda. Però també ens exigeix i ara nosaltres volem correspondre amb una pel·lícula genial, ens hi sentim obligats.

P A la pel·lícula hi participen productores d'altres països: quins avantatges té la coproducció, en aquest cas?

R El més obvi és el finançament, és clar; però també és important pels llocs de rodatge, perquè el guió prefigura escenes

en diferents països, ja que retrata un món que és totalment global, que és el de l'art contemporani, on els artistes es mouen constantment i preparen projectes arreu del món. Tenir un coproductor en el país on rodes representa un grau d'implicació artística molt més fort que si simplement et fan el *service* i això per força es nota en la qualitat final del film.

ACTES I INICIATIVES DEL SUBPROGRAMA MEDIA A CANNES

LA 68A EDICIÓ DEL FESTIVAL DE CINEMA DE CANNES VA COMPTAR AMB UNA FORTA PRESENCIA DEL SUBPROGRAMA MEDIA, QUE VA DONAR SUPORT I VA PARTICIPAR A DIVERSES INICIATIVES DINS EL MARC DEL FESTIVAL.



MARCHÉ DU FILM

Forum Européen du Film 2015

La **Comissió Europea** va organitzar un seguit de reunions a Cannes amb els professionals, creadors i directors d'empreses que contribueixen al dinamisme i la diversitat de la indústria audiovisual europea. Aquestes trobades tenien com a objectiu permetre a la Comissió, representada pel comissari **Günther H. Oettinger**, intercanviar punts de vista amb els professionals i altres parts interessades sobre els esdeveniments actuals en el sector audiovisual.

Fòrum de Joves Realitzadors: "EL SUPORT A LA CREATIVITAT EN L'ERA DIGITAL"

Presidit pel comissari Oettinger, l'esdeveniment va reunir a joves directors i guionistes de l'anomenada "generació digital", com Abderrahmane Sissoko, el director de ***Timbuktu***, i Joachim Trier, director de ***Louder Than Bombs***, que precisament competia al festival.

Debat sobre el mercat únic digital

Organitzat en forma d'esmorzar/debat i presidit pel comissari Oettinger, es va explorar el tema del mercat únic digital i l'impacte d'una modernització del marc europeu, en relació al finançament de les obres europees i la creativitat. Hi van participar creadors i directors d'empreses que representen els diferents sectors de la indústria audiovisual.

Conferència: “LA IMATGE EN MOVIMENT, CONNECTAR EL CINEMA EUROPEU AMB UNA AUDIÈNCIA GLOBAL”

Es va realitzar una conferència oberta als professionals que treballen en l'àmbit del desenvolupament d'audiències i la promoció i la distribució de pel·lícules europees, que es va centrar en l'àmbit de l'exportació de pel·lícules europees a països no europeus. La ponència es va dividir en dues sessions:

1. Creacions europees sense fronteres

Una pel·lícula pot estar basada en un país determinat i inspirada en la cultura d'aquest país i no obstant això, pot tenir una dimensió universal. Identificar el públic objectiu, tant en l'àmbit nacional com internacional, és crucial per desenvolupar i implementar les estratègies de promoció i distribució adequades. El debat en aquesta sessió se centrava en l'impacte que la revolució digital està tenint en la indústria del cinema a Europa, i el que pot i ha de fer per aprofitar al màxim les oportunitats que ofereix, i afrontar els reptes que planteja.

2. Arribar a les noves audiències d'arreu del món

En aquesta sessió es van tractar aspectes clau com: què cal fer perquè les pel·lícules europees estiguin a disposició d'un públic més ampli, arreu del món? On hauríem de posar el focus a l'hora de desenvolupar les estratègies més efectives per a l'exposició i l'exportació? La sessió es va iniciar amb una breu presentació, per part de l'Observatori Audiovisual Europeu, sobre les noves figures de l'exportació de pel·lícules europees, centrada en els EUA (el mercat més important per a les pel·lícules europees), i la Xina (un nou i desconegut mercat).

Els ponents d'aquesta conferència

van ser Günther H. Oettinger (comissari europeu d'Economia Digital i Societat), Silvia Costa (Presidenta de la Comissió de Cultura, al Parlament Europeu), Lord David Puttnam i Marc Lacan (CEO Pathé), Anne Durupty (CEO Arte), Karin Haager (CEO Flimmit), Michael Koenig (Director d'Amazon), Peter Dinges (President de l'European Film Agency Directors Association), Martin Kanzler (European Audiovisual Observatory), René Bonnell (economista i productora de cinema), Michael Barker (Co-President de Sony Pictures Classics), Isabelle Glachant (CEO Chinese Shadows), Rikke Ennis (CEO Trust Nordisk), Mark Bennett (Director de Google-Play per Europa, Orient Mitjà i Àfrica) i Giuseppe Abbamonte (Director General de Xarxes de Comunicació, Contingut i Tecnologia, de la Comissió Europea).

Meet the Danish - Coproduccions entre Dinamarca i Espanya

I, per últim, es va organitzar un acte dedicat a les coproduccions entre Dinamarca i Espanya. Entre els assistents a l'acte, van destacar dos responsables del **Danish Film Institute**, que ha creat un departament internacional amb l'objectiu d'assessorar els productors danesos sobre les possibilitats de finançament internacional, i pretén ser el punt de contacte per als productors internacionals que busquen informació sobre la producció i les possibilitats de finançament a Dinamarca. Amb aquesta trobada es buscava la creació de coproduccions, la formació d'aliances i l'intercanvi creatiu entre els productors danesos i internacionals.

A la trobada sobre coproduccions també van assistir Lorena González, directora de l'**ICAA**, Peter Andermatt, de l'**Oficina d'Europa Creativa MEDIA Espanya**, i Àlex Navarro, per part de l'Oficina catalana d'Europa Creativa MEDIA, i les representants de les oficines MEDIA d'Andalusia i el País Basc. Entre els professionals catalans que van assistir a l'acte trobem els membres de les productores **Filmax International**, **Ikiru Films** i **Monzon Films**.



PEL·LÍCULES

AMB SUPORT MEDIA AL FESTIVAL DE CANNES

QUATRE FILMS AMB SUPORT MEDIA PREMIATS AL FESTIVAL DE CANNES 2015



Entre els films seleccionats a la 68a edició del **Festival de Cannes** s'hi ha pogut veure 25 títols amb suport del subprograma MEDIA, un dels quals amb producció catalana. Es tracta d'**A perfect day**, de Fernando Leon de Aranoa, coproduïda per **Mediapro**, que ha tingut una gran acollida al festival. El film ha obtingut l'ajut de MEDIA a la distribució (esquema automàtic).

A la competició oficial

s'han pogut veure 11 films MEDIA: **Deephan**, de Jacques Audiard (França), que va guanyar la **Palme d'Or**.

Mon Roi, de Maiwenn (França), que va aconseguir el Premi a la Millor Interpretació Femenina, Ex-aequo, per Emmanuelle Bercot.

The Lobster, de Yorgos Lanthimos (Grècia, Irlanda, Regne Unit, Holanda i França), que ha obtingut el Premi del Jurat.

Carol (The Price of Salt), de Todd Haynes (Regne Unit i Estats Units)

Il Racconto dei Racconti (Tale of Tales), de Matteo Garrone (Itàlia, França i Regne Unit)

La giovinezza (Youth), de Paolo Sorrentino (Itàlia)

La Tête Haute, d'Emmanuelle Bercot (França)

Louder Than Bombs, de Joachim Trier (Noruega, França i Dinamarca)

Macbeth, de Justin Kurzel (Regne Unit i França)

Marguerite et Julien, de Valérie Donzelli (França)

Mia Madre, (My Mother) de Nanni Moretti (Itàlia i França)

A la secció **Un Certain Regard** s'han programat 2 films MEDIA: **Zvizdan** (High Sun), de Dalibor Matanic (Croàcia, Eslovènia i Sèrbia), que ha rebut el Premi del Jurat d'aquesta secció.

Un Etaj Mai Jos (One Floor Below), de Radu Muntean (Romania)

A la secció Directors Fortnight

hi trobem 4 films:

A perfect day, de Fernando Leon de Aranoa (Espanya)

As mil e uma noites (As 1001 Noites / Arabian Nights), de Miguel Gomes (Portugal, França i Alemanya)

L'ombre des femmes (In the Shadow of Women), de Philippe Garrel (França)

Le tout nouveau testament (The brand new testament), de Jaco Van Dormael (Bèlgica, Luxemburg i França)

A la Semaine de la Critique

també s'hi ha pogut veure un film amb suport MEDIA:

Ni le ciel ni la terre (The Wakhan Front), de Clément Cogitore (França i Bèlgica).

A la secció **Cannes Classics** s'han projectat 2 films amb suport de MEDIA: **Orson Welles, Shadows & Light**, d'Elisabeth Kapnist (França)

Ingrid Bergman - in Her own Words, de Stig Björkman (Suècia)

A les sessions especials també s'hi ha pogut veure: **Amnesia**, de Barbet Schroeder (Suïssa i França)

Une histoire de Fou (Don't tell me the boy was mad), de Robert Guédiguian (França)

A les sessions de mitjanit s'han projectat les pel·lícules amb suport de MEDIA:

Amy (aka Untitled Amy Winehouse Documentary), d'Asif Kapadia (Regne Unit)

Love, de Gaspar Noé (França)

Fora de competició

s'ha programat un film MEDIA: **Le Petit Prince** (The Little Prince), de Mark Osborne (França)

A banda d'aquests films MEDIA, un altre català ha estat present a Cannes: l'Ian Garrido, de l'ESCAC, amb el seu curtmetratge Victor XX.



Podem consultar [la llista completa del palmarès](#).

MERITXELL COLELL - DIRECTORA DE TIERRAS DE SOLEDAD

L'11a edició de l'**Atelier Cinéfondation** ha convidat al Festival de Cannes a 15 directors, provinents de 14 països diferents, amb projectes que han estat considerats com a prometedors. Juntament amb els seus productors, podran contactar amb potencials coproductors, un pas necessari per acabar el projecte i començar a rodar el film.

Entre aquests directors hi havia la **Meritxell Colell**, directora i guionista de **Tierras de soledad**. Aquest projecte, produït per Polar Star Films, també va ser seleccionat per participar el passat octubre als tallers **Sources 2 d'assessorament de continguts** per a projectes de ficció per a cinema o televisió organitzats per Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya.



Parlem amb **Meritxell Colell**, perquè ens expliqui la seva experiència a l'Atelier Cinéfondation.

P De què tracta 'Tierras de Soledad'?

R *Tierras de soledad* és la història de Mónica, una coreògrafa de dansa contemporània, que decideix tornar al seu poble natal després de vint anys lluny de casa arrel de la malaltia del seu pare. Però quan arriba, el pare és mort i la mare li demana que es quedi amb ella fins que aconsegueixi vendre la casa.

La pel·lícula té lloc a un poble de sis habitants del nord de Burgos i transcorre durant els sis mesos de la venda de la casa. En aquests sis mesos, el film se centra en la relació entre una mare i una filla que són quasi dues desconegudes que han d'aprendre a conèixer-se.

Tierras de soledad és un film sobre les distàncies i sobre la cerca: la recerca de les arrels, de la reconciliació, d'un passat que desapareix i d'un present que es resisteix. Una recerca del llenguatge cinematogràfic tot explorant les fronteres de gènere i de les arts (cinema i poesia, cinema i dansa).



En definitiva, és un film sobre la necessitat d'apropar-se a allò que ens és profundament necessari: la realitat.

P Com vas trobar la informació per participar a l'Atelier Cinéfondation de Cannes?

R Estàvem buscant donar un impuls al projecte en l'àmbit internacional i vaig iniciar una cerca de festivals amb espais de desenvolupament per a projectes com el meu. A través de Catalan Films & TV, vaig veure la convocatòria de l'Atelier de Cannes i, concretament, de la Cinéfondation. En llegir tota la informació al seu web hi vaig contactar per correu electrònic i, a partir d'aleshores, vam mantenir la comunicació amb en Georges Goldenstern.

P Com s'estructura el taller?

R Durant una setmana, en el marc del festival de Cannes, l'Atelier ofereix un espai de trobada entre possibles productors, agents de vendes i distribuïdors interessats en els projectes que hi han estat seleccionats.

Prèviament al festival tenen al seu abast una breu descripció del projecte, així com el guió i els films precedents del director. L'equip organitzador programa les reunions a partir dels interessos, tant dels possibles interessats com també del director i del productor del projecte. Les reunions són de mitja hora i es duen a terme cada dia.

P Creus que és un bona oportunitat per al networking? Com valores les activitats que s'hi organitzen al respecte?

R És el marc perfecte pel networking. A l'Atelier el teu projecte rep un tractament individualitzat i personalitzat. Al mateix temps, es duu a terme en el marc d'un dels mercats de producció més importants en l'àmbit internacional. Això et permet entrar en contacte amb grans referents de la producció i la distribució del cinema d'autor d'arreu del món i tenir un feedback tant des del punt de vista creatiu com del financer de professionals amb una llarga trajectòria.



P En el vostre cas, quins beneficis aporta el fet d'haver participat en aquest taller?

R Gràcies a l'Atelier, hem aconseguit la participació d'un coproductor francès que assumirà el 30% del finançament. També ens ha permès contactar i despertar l'interès d'agents de vendes i distribuïdors com Figa Films o NDM (Mantarraya). D'altra banda, veure la bona rebuda i tenir un feedback tan positiu de les empreses participants al taller, ens fa creure, encara més, en la qualitat i vocació internacional del projecte. També és enriquidor compartir aspectes creatius amb la resta de directors seleccionats.

P Aquest projecte va realitzar un taller de Sources 2 d'assessorament de continguts per a projectes de ficció, organitzat per Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya. Creus que va ajudar d'alguna manera?

R L'assessorament de Gualberto Ferrari va ser molt positiu. Ens va remarcar els

punts forts i els punts dèbils del guió, ens va aconsellar reduir-ne la durada i vam debatre sobre els pilars del film. Defensar el projecte, discutir-ne i tenir una mirada nova i professional, no només aporta un nou punt de vista sinó que l'enriqueix i el fa més sòlid. A partir del seu assessorament, vaig fer dues estades a la principal localització del film i vaig reescriure el guió a fi de millorar-ne la narrativa i l'arc dramàtic i de profunditzar en les transformacions emocionals de les protagonistes.

P Recomanaríeu intentar participar a l'Atelier? A qui i per què?

R Sens dubte recomano l'experiència de l'Atelier. Em sembla important, sobretot per a directors que estem començant i ens hem de fer un lloc en el sector, obrir totes les vies possibles per donar a conèixer el projecte que tens entre mans i fer-lo créixer a tots els nivells per poder tirar-lo endavant.

PEL·LÍCULES MEDIA CATALANES AL FESTIVAL DE MÀLAGA

Durant la 18^a edició del **Festival de Màlaga**, celebrada entre el 17 i el 26 d'abril del 2015, es van projectar 9 títols que compten amb el suport del subprograma MEDIA de la Unió Europea, quatre dels quals són catalans.

A la secció oficial de **Llargmetratges Documentals** vam trobar: ***El tram final***, d'Óscar Pérez, ***Yorgos - Reinventando Rapa Nui***, de Paco Toledo i José Domingo Rivera, ***Dancing with Maria***, d'Ivan Gergolet (Itàlia, Eslovènia i Argentina).

A la secció **'La cosecha del año'** es van projectar els films: ***10.000 km***, de Carlos Marques-Marcet, ***El niño***, de Daniel Monzón.

I al cicle **'Homenajes'** es van poder veure les pel·lícules: ***Azul Oscuro Casi Negro***, de Daniel Sánchez Arévalo,

Balada triste de trompeta, d'Álex de la Iglesia, ***Caníbal***, de Manuel Martín Cuenca, ***Gordos***, de Daniel Sánchez Arévalo.

D'entre ells, cal destacar ***El tram final***, dirigit per Óscar Pérez, qui va guanyar la **Biznaga de Plata al Millor Director de Documentals**. Al número 11 de l'eMEDIACat hi trobareu una **entrevista amb Óscar Pérez**.

Produïda per Getsemaní Produccions, la pel·lícula va comptar amb el suport del subprograma MEDIA al Desenvolupament (10.000€, a la convocatòria 31/2012). El film va ser estrenat a l'**IDFA**, el Festival de Cinema Documental d'Amsterdam, un dels festivals de documentals més destacats del món. Es tracta d'una pel·lícula sobre una comunitat i els seus vincles amb el territori, el Delta de l'Ebre, immers en un procés de regressió imparable; el film mostra una sèrie de situacions i personatges que acaben sempre al voltant d'una



taula plena de menjar, on consumir i consumir-se es revelen com a conceptes molt a prop l'un de l'altre.

Menció especial també mereixen els altres films catalans seleccionats:

Yorgos - Reinventando Rapa Nui, de la productora Andoliado (entrevista en aquesta eMediaCat), en coproducció amb Talatala Filmmakers i Nomade Doc. El documental compta amb el suport del subprograma MEDIA al Desenvolupament (25.000€, a la convocatòria 20/2009) i explica com a l'illa de Pasqua, el rodatge d'una pel·lícula produïda per Hollywood sobre el poble Rapa-Nui, canviarà per sempre la vida dels seus habitants, els Yorgos, autèntics hereus de la cultura Rapa-Nui, en la recerca constant de la seva pròpia identitat.

10.000km, de la productora catalana **Lastor Media**, coproducció amb La Panda (Los Angeles), que va obtenir el suport del subprograma MEDIA al Desenvolupament (22.000€, a la convocatòria 31/2012) i que es va estrenar mundialment al SXSW d'Austin. El film protagonitzat per Natàlia Tena i David Verdaguer va ser guardonat amb cinc premis en l'edició del 2014 del mateix Festival de Cinema de Màlaga, entre els quals el premi a la Millor Pel·lícula, Millor Director i Millor Actriu.

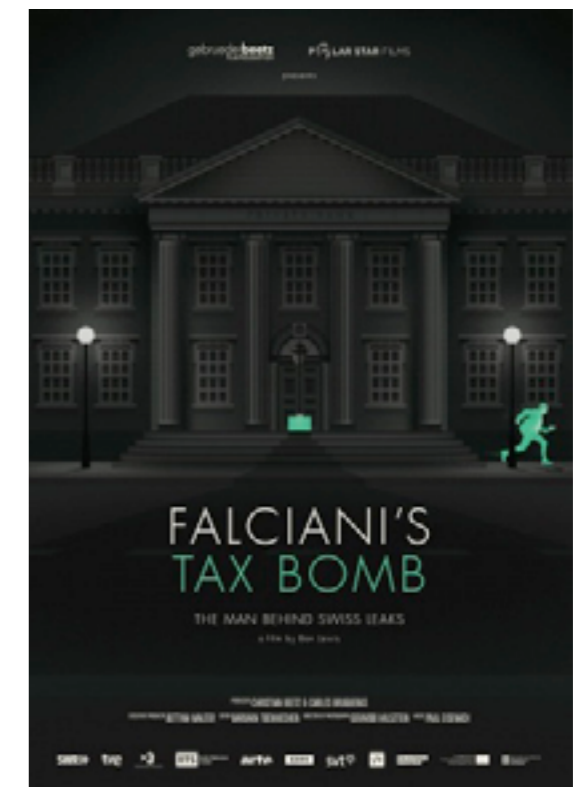
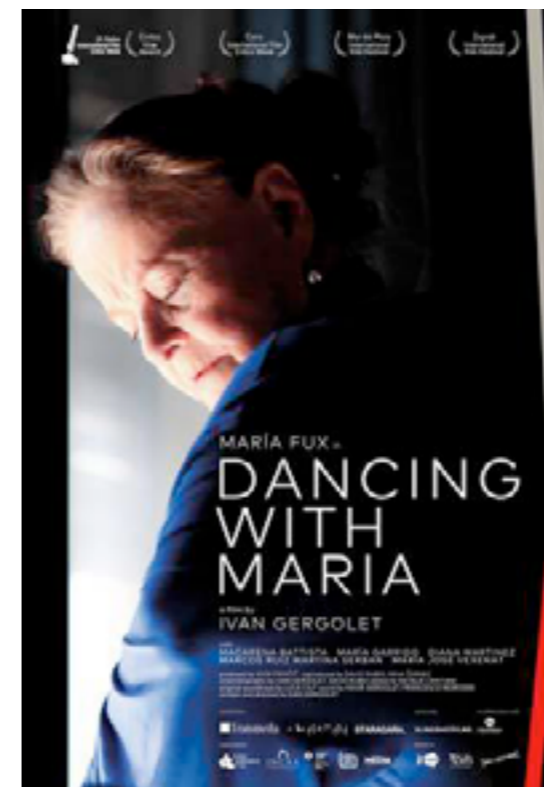
El Niño, pel·lícula dirigida per Daniel Monzón, protagonitzada per Lluís Tosar, Sergi López i Eduard Fernández, va ser una de les grans triomfadores als Premis Gaudí i els Goya 2014. Es tracta d'una coproducció de la productora catalana **Ikiru Films**, amb Telecinco Cinema, Vaca Films, La Ferme! Productions i Studiocanal, que va aconseguir el suport a la distribució a Grècia i a Eslovàquia a la convocatòria del subprograma MEDIA 7/2012.

PEL·LÍCULES MEDIA AL FESTIVAL DOCSBARCELONA

DOCSBARCELONA
INTERNATIONAL DOCUMENTARY
FILM FESTIVAL
DEL 25 AL 31 DE MAIG 2015

Durant la 18^a edició del **DocsBarcelona**, que es va celebrar a la ciutat comtal entre el 25 i el 31 de maig de 2015, es van poder veure 5 films amb suport MEDIA, entre els quals els que es projectaven a la inauguració i la cloenda del certamen.

La llista de Falciani, dirigida per Ben Lewis i coproduïda per **Polar Star Films**, Televisió de Catalunya, Alemanya i Polònia, va obrir el festival. D'altra banda, el film ***Dancing With Maria***, d'Ivan Gergolet (Itàlia, Eslovènia i Argentina) va clausurar l'edició d'enguany.





A la secció oficial també es va projectar ***El tram final***, la producció catalana (Getsemaní Produccions) amb suport MEDIA dirigida per Òscar Pérez i que recentment va guanyar el premi Biznaga de Plata al Festival de Màlaga com a Millor Director a la secció de documentals.

Good Things Await, de Phie Ambo (Dinamarca i Islàndia) és l'altre film MEDIA que va competir a la secció oficial



i dins la secció de Sessions Especials es va programar ***Bikes vs Cars***, de Fredrik Gertten (Suècia), també amb suport MEDIA.



Trobareu el palmarès complet del Festival en [aquest enllaç](#).

PRESENTACIÓ DEL MARC PER A UNA EDUCACIÓ CINEMATogrÀFICA A EUROPA

El passat divendres 19 de juny de 2015 es va presentar a la Cinémathèque francesa a Paris '***A Framework for Film Education in Europe***', una iniciativa amb suport del subprograma MEDIA. 50 delegats d'arreu d'Europa es van reunir per debatre sobre el futur de l'educació cinematogràfica al continent europeu. L'acte va comptar amb la presentació de tres projectes, entre els quals hi havia "***Moving Cinema***", exposat per la catalana Núria Aidelmann d'***A Bao A Qu*** i Ginte Zulyte, de ***Meno Avilys*** (Lituània).

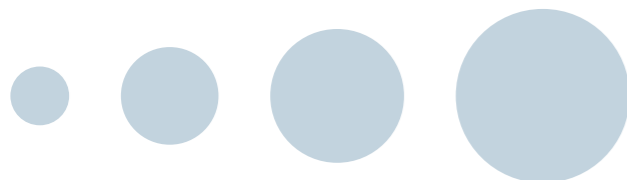
L'esdeveniment va marcar el llançament del Marc per a una Educació Cinematogràfica a Europa, que estableix un conjunt d'ambicions i resultats per als receptors de l'educació cinematogràfica als quals tots els educadors poden aspirar. El Marc ha estat fundat des de la branca de Film Literacy de la convocatòria de suport al Desenvolupament d'Audiència, com a part del programa Europa Creativa de la Comissió Europea.

Aquesta és la primera vegada que s'estableix un marc d'aquestes característiques a Europa. Reuneix la intel·ligència i l'experiència pràctica d'un ampli ventall d'institu-

cions i agents educatius, des d'universitats a cinemateques, agències nacionals, petites ONG i organismes de finançament de la indústria. En total, més de 25 col·laboradors han estat involucrats en aquest projecte, des de Lituània a Portugal, i des d'Irlanda del Nord a Grècia i Xipre. Tant els nous països de la Comissió Europea com els sis grans Estats membres hi han participat. Els participants s'han constituït com el Film Literacy Advisory Group, i prèviament ja van treballar junts tot redactant l'***informe europeu sobre alfabetització audiovisual Screening Literacy***.

El programa de la jornada a la Cinemateca de París va incloure, a més de les presentacions dels projectes, una taula rodona amb Xavier Lardoux, director de l'Àrea de Cinema del CNC i autor, l'any 2014, de l'informe "***For a Film Education Policy in Europe***", i Celine Ravenel, l'actual presidenta de ECFA, l'***Associació Europea de Cinema per a Nens***. Matteo Zacchetti, el cap adjunt de la Unitat Europa Creativa MEDIA, va presidir-ne la taula.





El passat **10 d'abril de 2015** es va celebrar la jornada MEDIA “**Sèries d'animació per Internet**” organitzada pel **Mecal – Festival Internacional de Curtmetratges i Animació de Barcelona, 3DWire i Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya**. L'acte va tenir lloc al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona.

En aquesta jornada els professionals de l'animació van poder ampliar horitzons a partir de diferents conferències i trobades amb ponents del món de l'animació els quals, alhora, van exposar els seus propis projectes.



A la sessió van participar els següents ponents:

Roberto Barrueco, director del **Mecal** i **José Luis Farias**, director de **3DWire**, encarregats de la benvinguda i presentació de la jornada.

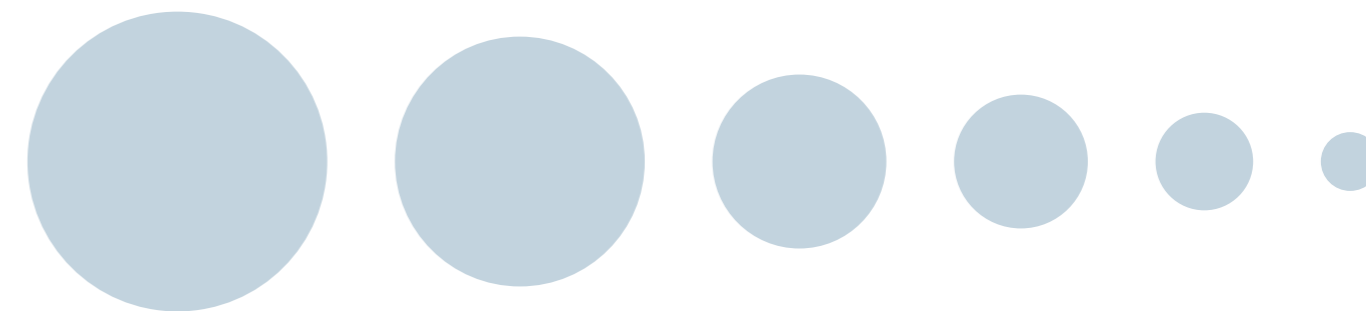
María Vega, Digital Content Development a **BRB Internacional**, centrada en la creació d'apps, experiències de segona pantalla, new media i nous models de negoci, va iniciar les conferències amb la xerrada ‘Digital Content i l'ecosistema digital’. María Vega va donar una sèrie de directrius aplicables si es vol dur a terme una sèrie d'animació per Internet. També va suggerir diverses idees, relacionades amb les marques, el coneixement de l'usuari, del consumidor, dels coproductors i del finançament.

Francisco Asensi, director general d'**Endemol Beyond Spain**, que anteriorment havia format part de l'equip del projecte de transformació digital de la corporació de RTVE, va realitzar la ponència titulada ‘**Finestres d'explotació i canals de distribució online**’. Francisco Asensi va desgranar tot un seguit de canals de distribució online que actuen de diferent




manera els uns dels altres, però que actualment ofereixen continguts cada vegada més consumits a través d'Internet. Va esmentar i explicar alguns dels nous “players”.

Denis Friedman, qui ha estat involucrat en produccions d'animació durant més de 15 anys, i va realitzar la primera pel·lícula produïda completament amb CGI (imatges generades per ordinador) a Europa, va presentar el projecte **Urbance** com a cas d'èxit de la jornada. La intervenció de Denis Friedman es va centrar en la construcció de la comunitat de seguidors de la sèrie. Va explicar tots els passos seguits, des de la creació del capítol pilot fins al creixement de la marca, que s'ha convertit també en un llargmetratge, un videojoc, una app, un còmic i un esdeveniment en viu.



I per acabar la jornada, es van presentar els **quatre projectes escollits** per rebre l'assessorament en sèries d'animació per Internet: **Lego, Clay & Fun!**, de **Pablo Llorens**, el projecte **Purr Brain**, de la productora **Ifeelms, Mironins**, de **Cornelius Films** i **Amor de Mono**, de **Trimono**.

 A partir d'**aquest enllaç** podeu trobar els vídeos d'aquesta jornada, al nostre canal de Youtube.

JORNADES

D'A FESTIVAL DE CINEMA D'AUTOR DE BARCELONA

L'oficina **Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya** va col·laborar en les jornades que portaven per nom "Estratègies de Màrqueting de Cinema Independent", que va tenir lloc els dies 28 i 29 d'abril de 2015 a la seu catalana de la Fundació SGAE. Aquest acte en forma de jornades professionals va estar organitzat pel **Festival D'A, Festival Internacional de Cinema d'Autor de Barcelona**.



Es tractava d'unes jornades professionals i de treball, destinades als diferents agents locals i internacionals i professionals de la indústria cinematogràfica, per tal d'impulsar la participació i la cooperació en nous projectes, amb taules rodones i amb espais destinats al networking i a reunions informals.

Aquests són els ponents i els temes que es van poder tractar durant el transcurs de les jornades:

Jordi Sellas i Ferrés, director de Creació i Empreses Culturals, i en **Carlos Rodríguez Ríos**, director del **Festival D'A**, van donar la benvinguda i van introduir les jornades.

Marta Baldó, de **Working at Weekend**, i **Laia Marsal**, de **Dinàmic Comunicació**, van dur a terme la primera taula del dia, que parlava sobre 'L'estratègia de màrqueting en el nou model de negoci cinematogràfic', i que va poder il·lustrar amb l'exemple dels Cinemes Full HD.

Michel Rubén, de **Dynamo Produccions**, i els ponents **Vicente Canales**, de



Film Factory Entertainment, **Antonio Saura**, de **Latido Films** i **Johannes Klein**, de **The Festival Agency**, van parlar amb els assistents sobre 'El posicionament i venda internacional d'una pel·lícula'.

Carles Montiel, de **Sun Distribution Group** va moderar la conferència sobre 'Nous paisatges en la distribució de cinema independent', en la qual també participaven **Igor Ibeas**, de **eOne Entertainment**, **Adolfo Blanco**, d'**A Contracorriente Films** i **Ferran Heranz**, de La Aventura Audiovisual.

Àlex Pi, en representació de l'ICEC, va fer una breu explicació sobre el 'Finançament de l'ICEC per a la distribució de cinema independent'.

María Coronado i **Daniel Maria**, de Triodos Bank, van posar fi a la jornada del primer dia amb l'exposició del banc Triodos, el seu funcionament i la seva relació amb el finançament de productes culturals.



Sarah Calderón, de **The Film Agency** va moderar la taula 'L'espectador futur. El consum en la sala de cinema i el consum de cinema online (VOD), en la qual participaven **Juan Antonio Gómez**, de Odeon, Uci i Cinesa, **Pedro Barbadillo**, de CineArte i **Jaume Ripoll** de **Filmin**.

Vanesa Nieto, d'**Arena Media**, va realitzar la ponència sobre 'Tendències en el consum de mitjans de comunicació, la inversió més intel·ligent per arribar al nostre públic'.

Luís Miñarro, per acabar, va moderar la taula 'Mercats i Festivals. El cinema d'autor i independent més enllà de les seves fronteres', en la qual comptava amb la participació de **Carme Puig**, de l'ICEC, **Elena Vilardell**, d'Ibermedia, **Elena Rué**, de Catalan Films i **Rafa Cabrera** de l'ICAA.



En **aquest enllaç** del nostre canal de Youtube podeu trobar els diferents vídeos de les conferències que van tenir lloc a les jornades professionals.

#EUROPECALLS

EUROPA CREATIVA

El divendres **20 de març de 2015** a la Sala d'Actes del centre de l'Arts Santa Mònica va tenir lloc el #EuropeCalls sobre l'ajut al desenvolupament de projectes. En aquesta sessió es van tractar els aspectes tècnics i les bones pràctiques a l'hora de sol·licitar el **'Suport al Desenvolupament de projectes (Single Project)'** del subprograma MEDIA.

L'objectiu del taller era incentivar i fomentar la participació del sector audiovisual català en la convocatòria de suport al Desenvolupament de Projectes i ajudar els productors audiovisuals que es troben en el procés d'elaboració d'un projecte d'aquest tipus, tot proporcionant-los recomanacions útils i intentant resoldre possibles dubtes.

En aquest #EuropeCalls hi va participar **Àlex Navarro**, coordinador de l'Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya, i **Xavier Granada**, director d'A Contraluz Films, productora del projecte de ficció **Jean-François and the meaning of life**, una coproducció entre Espanya, França i Alemanya, beneficiària en el segon termini de la darrera convocatòria de desenvolupament de projectes d'Europa Creativa MEDIA, amb 50.000€.

Àlex Navarro va ser l'encarregat de donar la benvinguda als assistents i va donar pas al cas pràctic de la sessió.

Tot seguit, Xavier Granada va exposar la seva experiència en la preparació de la sol·licitud de l'ajut, i va comentar com s'ha simplificat el procés pel que fa a l'anterior període del Programa. Va aconsellar donar-se d'alta al Portal ECAS tan aviat com sigui possible, ja que és imprescindible i requereix cert temps. Per ell, els dos conceptes bàsics a l'hora de presentar-se a la línia d'ajuts són la 'coherència' i el 'post-desenvolupament'. Granada va destacar també com n'és d'important presentar un pla de finançament desglossat de tots els països productors, per tal que quedi patent que hi ha hagut un treball previ a nivell de coproducció i disposar d'un bon 'deal memo'.

Pel que fa a l'estratègia de distribució, Xavier Granada va comentar la importància de definir bé el target, tant en l'àmbit nacional com internacional, i tenir en compte la puntuació extra per a públics joves.


Granada va aconsellar també presentar un teaser del projecte ja que, malgrat l'esforç





que requereix, és molt útil tenir material visual de la pel·lícula, així com un bon dossier de presentació i un pòster. La seva màxima és 'Desenvolupar és invertir'.

Després del torn de preguntes, **Àlex Navarro** va presentar la línia de suport al Desenvolupament de Projectes (projectes individuals) del Subprograma MEDIA, tot analitzant-ne l'estructura i els principis generals, així com els aspectes tècnics de la convocatòria. Va fer també valoració dels primers resultats de la convocatòria de desenvolupament en el marc d'Europa Creativa, i va repassar els aspectes i consells pràctics de la convocatòria i, sobretot, va destacar la importància de comptar amb un coproductor.



 La presentació de Xavier Granada està disponible en [aquest enllaç](#).

 La presentació d'Àlex Navarro està disponible en [aquest enllaç](#).

 Els vídeos d'aquest #EuropeCalls es poden trobar a partir [d'aquest enllaç](#).

El divendres **20 de juny de 2015** i, com és habitual, també a la Sala d'Actes de l'Arts Santa Mònica, va tenir lloc un #EuropeCalls especialitzat en les oportunitats d'Europa Creativa MEDIA per a guionistes i realitzadors.

L'objectiu d'aquesta sessió, en forma de taller, era informar els guionistes i realitzadors audiovisuals de les oportunitats que ofereix el Programa Europa Creativa MEDIA, tant des del punt de vista de la formació contínua, com de la internacionalització i de la importància d'aquest procés creatiu en la fase de desenvolupament del projecte de cara al seu finançament.

La jornada s'adreçava als guionistes i realitzadors (cinema, televisió, videojocs) interessats en participar en alguna de les iniciatives de formació del subprograma MEDIA d'Europa Creativa.

En aquesta sessió van participar **Àlex Navarro**, coordinador d'Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya, **Ana Sanz Magallón**, editora de guió i tutora en programes de formació i **Pere Roca**, productor executiu per a Focus Audi-

ovisuals, i director del MEGA - Màster Europeu de Gestió Audiovisual de Media Business School.

La sessió, que s'havia organitzat també a Madrid uns dies abans, s'estructurava en dues parts. La primera, una presentació dels programes de formació amb suport MEDIA adreçats especialment a creadors, a càrrec d'Àlex Navarro, qui va fer un recorregut de les diferents fons d'informació que poden ser útils i, en concret, **la web d'Europa Creativa**, on es pot trobar molta de la informació referent a convocatòries i enllaços d'interès. També va destacar fonts com **Cineuropa**, la **MEDIA Film Database (MFDB)** i va recomanar també els informes i estudis de la Comissió Europea i **les guies MEDIA**, com la de crowdfunding.

En aquesta línia, Àlex Navarro també va realitzar un repàs de les diverses iniciatives de formació adreçades a creadors. De les més de 80 iniciatives de formació que compten amb el suport de MEDIA, una vintena s'adrecen a guionistes i realitzadors. Va fer especial esment a **Equinox**, iniciativa de la qual Ana Magallon, que hi havia participat, va comentar que era



molt recomanable, ja que suposa trobar-se amb 15 guionistes més, i a més és gratuït. Va recomanar a aquells ser seleccionat.

Posteriorment, Pere Roca va fer una introducció sobre el Programa MEDIA, que el va qualificar "de consum obligatori", tot repassant-ne els orígens i els objectius. Sobre el **MEGA - Màster Europeu de Gestió Audiovisual de Media Business School**, Pere Roca, que n'és el director, va comentar que es tracta d'una formació de 9 mesos (3 de formació intensiva, 3 de pràctiques a empreses més una avaluació i 3 mesos més de pràctiques a una altra empresa), que serveixen per generar energia creativa i crear networking.

Àlex Navarro va explicar la convocatòria de suport al Desenvolupament de projectes del Programa Europa Creativa MEDIA perquè, tot i que s'adreça a les productores, els guionistes també n'han de conèixer els detalls, ja que són decisius per definir el projecte i el seu potencial per a la distribució europea. Ana Magallón va comentar que es valora molt la coherència del projecte i la comunicació entre l'equip. Cada

projecte es jutja per la viabilitat i les estratègies del projecte. I, per la seva banda, en Pere Roca va insistir en què cal buscar els elements diferencials.



La presentació d'Àlex Navarro està disponible en **aquest enllaç**.



L'acte es va enregistrar en vídeo, i està disponible en **aquest enllaç**.



INTERDOCSBARCELONA

L'**InterDocsBarcelona** va tenir lloc el passat **27 de maig de 2015**, i va estar organitzat pel festival **DocsBarcelona** i l'**Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya**. L'acte va ser a l'Auditori del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, CCCB.

L'**InterDocsBarcelona** és una jornada professional dedicada a la reflexió, comprensió, divulgació, creació i finançament del **documental interactiu**. Ponències, estudis de cas i debat al voltant de les noves formes narratives del documental sorgides a partir de les noves tecnologies. Per l'edició d'enguany es va comptar amb la presència d'experts nacionals i internacionals.



A més de la conferència, InterDocs Barcelona també compta amb el taller **Popathon**, un taller de prototips, amb una durada de 24 hores i destinat a documentalistes, periodistes, tècnics i dissenyadors.

Aquesta tercera edició es va centrar, en els projectes amb un fort component social, que tinguessin potencial de transformació des de l'individu fins a la comunitat i la societat, amb el convenciment que aquest tipus de documental té molt a veure amb els canvis socials i l'activisme del nostre temps.

Repetia, com a mestre de cerimònia, **Arnau Gifreu**, coordinador de l'InterDocsBarcelona, que va donar pas a cadascun dels ponents que hi participaven, que eren els següents:

Àlex Navarro, coordinador de l'**Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya**, que va realitzar una breu presentació de benvinguda als assistents i va agrair la presència dels professionals que venien a continuació.



Juan Lesta, María Llobet i Laia Ros, guanyadors del Popathon 2014 amb el prototip '**Stereotypecelona**', primer projecte sortit del Popathon que ha esdevingut una realitat.

Judith Aston, com a representant de l'**i Doc**, un programa de desenvolupament de projectes interactius i un portal dedicat exclusivament al documental d'aquest tipus. La seva conferència va girar sobre els espectacles amb elements interactius i performances, com les sales de visionat amb disseny immersiu.

Ram Devineni, vingut des de l'Índia, fundador de la revista **Rattapallax** i co-director d'un còmic de realitat augmentada anomenat '**Priya's Shakti**', un projecte transmedia que compta amb més de 500.000 descàrregues. La seva ponència va tractar sobre la creació de canvi social a través de l'interactiu, en el seu cas, del còmic. Va destacar la importància d'esdeveniments com el **CrossVideo Days**, o el **Power to the Pixel**, ambdós amb



ajut del subprograma MEDIA, per tal de desenvolupar projectes.

Sarah Trévillard, en representació de la productora francesa de documentals interactius **Honkytonk Films**, va parlar sobre les dificultats de la creació d'aquest tipus de producte, i ens va descobrir, a través del cas d'estudi de '**Burn Out**', com el transmedia pot anar de la mà del periodisme d'investigació.

Adam Gee, de **Channel 4**, al Regne Unit, va presentar el punt de vista del que busquen els compradors de les televisions respecte al documental interactiu. A partir dels casos d'estudi '**Don't Stop the Music**' i '**The Black Lesbian Handbook**' va destacar la importància de crear continguts tenint en compte la visió de l'espectador. Crear experiències, treure emocions.

Robin Cramp i Alex Nelson, de la **BBC Connected Studio** i la **BBC Taster** van realitzar una presentació



sobre el desafiament d'aconseguir innovació i desenvolupar noves idees en el si d'un canal de televisió de la magnitud de la BBC. A través d'un joc de recreació van explicar el procés de creació de les idees, i van destacar que per innovar, primer cal trobar un lloc on es puguin cometre errors.

Florian Thalhofer, fundador de l'**Institut Korsakow**, a Alemanya, i del programari per crear narracions transmedia utilitzat arreu del món, va realitzar una ponència sobre com elaborar històries flexibles, on l'autor descobreix, juntament amb l'espectador, a la vegada que crea.

Pep Gatell, de **La Fura dels Baus**, després de fer un breu repàs per la relació dels espectacles de La Fura amb la interactivitat, va presentar el nou projecte de la companyia, 'Campo a través', un documental interactiu sobre el restaurant Mugaritz i la seva escola de talent.

Ferran Clavell, del departament d'Innovació i Audiències Digitals de **Televisió de Catalunya**, va parlar sobre el procés de canvi que s'està vivint al documental, de la televisió al digital. Va destacar la importància de la segona pantalla, és a dir, dels dispositius que poden completar una emissió en directe d'un documental, com els smartphones, les tablettes, ordinadors...

Elisabet Pons, de **Mediapro Exhibitions**, que va portar exemples de les seves creacions d'exposicions interactives, com la del Museu del Real Madrid, tot destacant l'oportunitat que brinden aquests espais per crear noves maneres d'explicar una història.



Arturo J. Paniagua, de **RTVE Laboratorio de Innovación**, va parlar sobre el poder social i cultural dels docu-jocs. Com a cas pràctic va ensenyar '**MonteLab**', un joc interactiu basat en la realitat de les conseqüències de la bombolla immobiliària, que relacionava informació i una part lúdica.



Neus Ballús, directora de cinema en pel·lícules com '**La Plaga**', amb ajut del subprograma MEDIA, i **Joaquim Colàs**, de la **Universitat Pompeu Fabra**, ens van portar l'exemple del documental interactiu en fase de desenvolupament 'Amb títol', sobre les experiències universitàries de la nostra vida.

Santi Fort, de **Barcelona Media**, ens va presentar, per últim, el projecte '**Eurotransmedia**', un consistori que busca identificar les mancances del sector transmedia a Europa a través de la comunitat de professionals, per tal d'internacionalitzar els projectes catalans.

En aquest enllaç del nostre canal de Youtube podeu trobar els diferents vídeos de les conferències que van tenir lloc a la jornada de l'InterDocsBarcelona, tant en castellà com en anglès.



En **aquest enllaç** del nostre canal de Youtube podeu trobar els diferents vídeos de les conferències que van tenir lloc a la jornada de l'InterDocsBarcelona, tant en castellà com en anglès.

COPRODUCCIONS EUROPEES I ASPECTES LEGALS I FINANCERS

El passat dia 9 de juny, a l'Arts Santa Mònica, va tenir lloc un seminari sobre aspectes legals i financers de les coproduccions europees, organitzat per l'**SDE**, de l'Institut Català de les Empreses Culturals i l'**Erich Pommer Institut**, amb la col·laboració d'**Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya**.



Es tractava d'una jornada adreçada a aquelles empreses de producció audiovisual especialment interessades en les coproduccions europees. Es va estructurar en dues parts: la primera, a càrrec d'Ilan Girard, fundador d'**ARSAM** (França), una consultora i plataforma de coproduccions, a més de ser el creador i president de l'**Online Film Financing - OLFFI**. Ilan Girard va fer un recorregut pels conceptes bàsics a tenir en compte

a l'hora de coproduir, com els avantatges i els desavantatges, i la importància de conèixer bé el coproductor.

La segona part, moderada pel mateix Girard, girava al voltant del cas d'estudi de la pel·lícula '**Insensibles**', de la productora catalana **Roxbury Pictures**, representada per Miguel Àngel Faura. El productor va parlar sobre la seva pròpia experiència a l'hora de coproduir amb França i Portugal, i com va aixecar el projecte al voltant dels diferents agents de finançament de cada país.



En [aquest enllaç](#) la presentació de l'Ilan Girard sobre coproducció està disponible.

B'ARS, BARCELONA INTERNATIONAL ARTS & VFX FAIR



Els passats dies 11, 12, 13 i 14 de juny, es va celebrar una nova edició del **b'Ars VFX**. L'esdeveniment, que va tenir lloc al Convent dels Àngels, reunia professionals del món del cinema, la publicitat i els videojocs, i buscava unir la indústria i el talent creatiu d'una manera amena i divertida.

b'Ars és una fira especialitzada en el món dels efectes especials, celebrada de l'11 al 14 de juny de 2015, i que s'adreça a professionals i estudiants del sector, i ha posat especial èmfasi en la vessant artís-

tica de la producció cinematogràfica i en la producció dels VFX. Durant la fira, els assistents han pogut participar en diverses masterclasses, conferències i esdeveniments artístics, entre d'altres.

Enguany, l'oficina **Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya** va col·laborar amb l'organització de les principals conferències del 12 i 13 de juny, motivada per l'interès del subprograma MEDIA de focalitzar-se en l'ús de les noves tecnologies digitals a fi de produir millor i de manera més eficaç des del procés del desenvolupament.



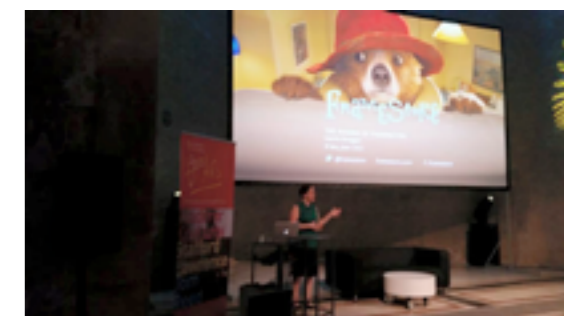
Amb aquest objectiu, i el d'acostar als productors els millors casos de bones pràctiques, aquestes van ser les conferències en les que l'oficina MEDIA va col·laborar:

'Show Talk', per **Stafford Lawrence**, de l'empresa **Doble Negative**, el proveïdor de VFX més gran d'Europa, que va fer una presentació sobre la seva experiència com a animador de pel·lícules èpiques, com el cas del film 'Exodus', de Ridley Scott, en la que va exercir de supervisor d'efectes especials. Una ponència molt visual, en la que el públic va quedar bocabadat amb les imatges.

'Growing Groot', per **Tom Reed**, Cap de Rigging de l'empresa **MPC** dels del 2008. Des d'aleshores ha treballat en més de 25 films i al b'Ars va realitzar l'exposició sobre el complicat disseny del personatge 'Groot' de la pel·lícula 'Guardianes de la Galaxia'. El ponent va explicar minuciosament tots els passos per crear aquest personatge, amb multitud d'exemples i imatges de tot el procés.

'Thoughts on rendering', per **Vladimir Kozalov**, cofundador i cap de software de desenvolupament de **Chaos Group**, creadors de V-Ray i V-Ray RT, un programari per renderitzar, que és pioner i molt utilitzat per part dels professionals del món de l'animació.

'Please, Look After This Bear: Paddington from Pen to Pixel', per **Laurie Brugger**, Cap de Rigging a **Framestore Londres**, on ha treballat en molts projectes d'efectes visuals, inclosos 'Guardianes de la Galaxia', 'Gravity' i 'Paddington'. La conferència va girar, precisament, sobre aquesta última pel·lícula, ja que va desgranar tot



el procés de creació de l'osset Paddington i va mostrar diversos exemples de com van integrar el personatge animat en un film d'acció en viu.

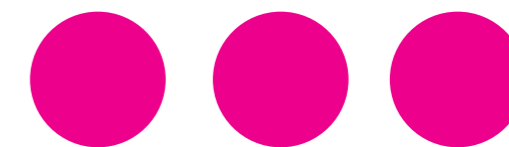
'How to be an animator and still be happy Part II – Twinings', per **Alvise Avati**, director de publicitat i director d'animació molt reconegut, que ha treballat a empreses del sector com Weta digital o CineSite i que actualment es dedica a la direcció d'anuncis i petites peces, com la que va ensenyar en primícia a la conferència, 'Twinings'. La xerrada, titulada 'Com ser animador i continuar sent feliç, part 2' era la continuació de la qual va realitzar l'any anterior en el mateix marc, i que és el vídeo més vist del nostre canal de Youtube.

A base de consells per als professionals de l'animació, com no deixar de crear les pròpies històries perquè només així pots destacar com a futur director, va guanyar-se al públic assistent.



Podreu veure les intervencions dels actes d'Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya d'Alvise Avati i Vladimir Kozalov al **nostre canal de Youtube!**

Entrevista a Alvise Avati en aquest número de l'eMEDIACat!



ALVISE AVATI

DIRECTOR D'ANIMACIÓ

I VFX

Nascut i criat a Roma, Alvis Avati va convertir-se en animador de personatges, treballant en pel·lícules com 'King Kong' (Peter Jackson, 2005), 'Avatar' (James Cameron, 2009), 'Transformers' (Michael Bay, 2007), entre moltes altres, i a empreses com Weta Digital, ILM, Double Negative, MPC o Cinesite. Actualment es troba desenvolupant els seus propis projectes com a director i animador de publicitat i curtsmetratges, com el que ens va presentar en primícia durant el b'Ars 2015, **'Twinings'**.



Parlem amb Alvis Avati durant el b'Ars VFX en relació a la seva conferència 'Com ser animador i seguir sent feliç, segona part'.

P Quant fa que treballes a la indústria dels VFX com a animador?

R Vaig començar el 2004, la meua primera pel·lícula com animador professional va ser a l'empresa Weta Digital, a Nova Zelanda, treballant per en 'King Kong' del Peter Jackson.

P Què li diries a algú que està començant en el món de l'animació i que té el somni de convertir-se en director?

R El meu consell és fer petites pel·lícules pròpies, aquesta és la millor manera d'aconseguir reconeixement de la indústria del cinema o la publicitat. Si crees un bon curtsmetratge, algú a la indústria ho descobrirà i s'aproparà a tu, potser per oferir-te una feina com a director. (Alvis va crear l'anunci fictici 'Beans', que es va convertir en un fenomen viral).

P Quina és la part més difícil de la teua feina?

R Com a animador, la part més dura és mantenir l'entusiasme i la motivació a ni-

vell alt. El procés d'animació pot ser molt repetitiu, especialment quan et demanen que canviïs una animació entre deu i vint vegades... així que necessites estar enamorat realment del que estàs fent o, d'una altra manera acabaries frustrant-te.

P Hi ha potencial a Europa per a l'animació i els VFX?

R Londres és la capital europea de la indústria dels VFX, i els estudis han estat treballant a la majoria de pel·lícules de Hollywood en els últims 10 anys. Així que diria que Europa és una realitat sòlida a la indústria dels VFX, sens dubte.

P A la teua conferència parles de la importància de tenir una idea, lluitar per ella i intentar que la gent hi confii també. Creus que hi ha suficients ajudes al desenvolupament dels VFX per fer-ne suport?

R Per ser honest, no sé res sobre ajudes a l'animació. Hi ha d'haver quelcom, però no hi estic al cas. El crowdfunding està canviant la forma de finançar aquest tipus de projectes, crec que la gent prefereix el crowdfunding a les ajudes públiques perquè és més fàcil i ràpid, sense burocràcia.

P Què penses dels esdeveniments com el b'Ars VFX? Creus que són una bona oportunitat per fer networking?

R El b'Ars és una bona oportunitat per conèixer gent i espero que creixi amb els anys, però penso que Internet ha canviat la forma en què la gent socialitza. Abans d'Internet els festivals de VFX i Animació eren l'única manera de veure els últims treballs dels teus artistes preferits i, potser, l'única oportunitat de parlar amb ells i donar-los la mà.

Ara pots connectar amb qualsevol via Facebook, LinkedIn, Twitter... i pots veure els seus treballs online en el teu telèfon mòbil mentre vas a la feina.

La tecnologia ha canviat completament la manera de socialitzar amb les persones i la manera de veure els artistes. Penso en els festivals més com un esdeveniment per conèixer persones que treballen en la mateixa indústria.



P Com creus que MEDIA podria ajudar a les persones interessades en els VFX?

R Una bona manera d'ajudar les persones interessades en VFX és donar l'oportunitat de fer pràctiques professionals en una empresa. Ajudar-los a entendre realment el que significa treballar a la indústria. Tinc la sensació que la gent veu la nostra feina més com un joc, però és una feina com qualsevol altra, amb els seus pros i els seus contres.

INFORMES DE L'OBSERVATORI EUROPEU DE L'AUDIOVISUAL



S'HAN PRESENTAT A ANNECY ELS PRIMERS RESULTATS DE L'ESTUDI MAPPING OF THE ANIMATION INDUSTRY IN EUROPE

L'Observatori Europeu de l'Audiovisual ha presentat al Mifa d'Annecy els primers resultats del seu estudi **Mapping of the Animation Industry in Europe**, finançat pel subprograma Europa Creativa MEDIA de la Comissió Europea. L'estudi pretén fer un seguiment del volum de producció, distribució i circulació dels films d'animació i projectes de TV europeus. També es vol oferir una visió general de l'estructura de la indústria de l'animació. Lucía Recalde, cap del Subprograma Europa Creativa MEDIA, va declarar a l'inici de la conferència: "Els sectors de la cultura i de la creació representen un factor clau per al creixement i l'ocupació a Europa. El nostre paper és donar suport al desenvolupament d'aquestes indústries, ajudar-les a prosperar en l'era digital i assegurar-nos que la diversitat cultural es troba al centre de les nostres accions. Tal i com ho veiem avui, la indústria de l'animació és un sector molt prometedor. En termes d'audi-

ència, l'animació és igualment una de les branques de l'audiovisual amb més gran potencial d'exportació. Ja donem suport a la indústria de l'animació mitjançant el subprograma Europa Creativa MEDIA. L'anàlisi que es presenta avui és una contribució molt important als nostres treballs. Ens ajudarà a analitzar la manera amb la qual podem reforçar el nostre suport al sector".

Aquests són alguns dels resultats presentats per l'equip de l'Observatori:

- Els films d'animació han representat el 14,7% de les entrades en cinemes a Europa durant el 2014;
- Les produccions europees representen una cinquena part de les entrades en sales a films d'animació a Europa;
- Entre el 2010 i el 2014 s'han produït a Europa 50 films d'animació de mitjana i per any;
- 300 cadenes de TV per a nens s'han establert a la Unió Europea i el nombre de serveis sota demanda adreçada als nens augmenta.

L'any 2014, els films d'animació representen el 14,7% de les entrades a Europa.

Sobre el període 2010-2014, els films d'animació han registrat a Europa, en mitjana, 179,8 milions seria d'entrades, és a dir el 14,7% del mercat l'any 2014. Rússia, Regne Unit i Irlanda, així com França, són els principals mercats per a l'animació a Europa: tots tres representen més de la meitat de la mitjana anual de 179,8 milions d'entrades obtingudes pels films d'animació a Europa. Pel que fa a la part d'animació de cada país, territoris més petits com ara els tres països bàltics, Eslovàquia i Eslovènia sobresurten, i Letònia se situa en primer lloc amb el 26% de les entrades obtingudes pels films d'animació. Les produccions europees representen una cinquena part de les entrades de cinema obtingudes pels films d'animació a Europa.

L'any 2014, 188 nous films d'animació (produïts l'any 2014 o en els dos anys anteriors) s'han estrenat a la Unió Europea, 107 dels quals han estat produïts dins la Unió Europea. Pel que fa a la part mitjana de mercat dels films europeus a Europa (33,3%), la de l'animació europea és proporcionalment més petita (només el 20%). Els 44 films d'animació americans estrenats



han representat una gran majoria d'entrades en sales durant aquest any (71,6% de les entrades). A més, la concentració és molt important en els primers llocs de la classificació de les entrades en sales; els 20 films d'animació europeus estrenats entre el 2010 i 2014 que han obtingut el més gran nombre d'entrades representen el 84% de les entrades en sales a Europa.

Entre el 2010 i el 2014 s'han produït a Europa 50 films d'animació de mitjana i per any. Entre el 2010 i el 2014, 250 llargmetratges d'animació europeus han estat produïts (i exhibits en sales), és a dir un 3% del volum de producció i un 3% de les entrades europees totals. França, Espanya i Regne Unit són els principals productors d'animació; representen el 40% de la producció global d'animació a Europa. Per altra banda, països amb un volum de producció feble o mitjà, com ara Bèlgica, Luxemburg o Irlanda, es desmarquen com a socis minoritaris.



Més informació sobre els primers resultats de l'estudi Mapping of the Animation Industry in Europe.

LA COMISSIÓ EUROPEA (DG CONNECT) PUBLICA UN ESTUDI ENCARREGAT A L'OBSERVATORI EUROPEU DE L'AUDIOVISUAL RELATIU AL DESENVOLUPAMENT DEL MERCAT EUROPEU DELS SERVEIS SOTA DEMANDA

Més enllà d'estadístiques completes relatives als serveis sota demanda establerts (941) o disponibles (1151) en el marc de la UE, l'informe conté 5 seccions que cobreixen problemàtiques importants per entendre el desenvolupament d'aquest sector tan dinàmic i el seu impacte sobre el paisatge audiovisual en sentit ampli:

- Mercat de publicitat online al 2013
- Desenvolupaments recents del mercat de la SVOD a Europa l'any 2014
- Proporció i presència de les obres europees als catàlegs VOD
- Paper de les plataformes de serveis VOD i de les plataformes de distribució en el finançament dels films i de les produccions audiovisuals
- Mesura de les audiències audiovisuals fragmentades

La major part de les estadístiques registrades s'han recollit a partir d'una base de dades recentment actualitzada per l'Observatori i que constitueix una de les poques eines que permeten visualitzar l'oferta de serveis audiovisuals sota demanda a Europa.

 Descarregueu-vos l'estudi a través **d'aquest enllaç.**



L'OEA PUBLICA UN INFORME SOBRE LA FICCIÓ EMESA PER LES CADENES DE TELEVISIÓ A EUROPA (2006-2013)

L'Observatori Europeu de l'Audiovisual ha publicat un informe de síntesi sobre la difusió de la ficció per part d'un ventall de cadenes de televisió a Europa entre el 2006 i el 2013. Per programes de ficció, l'OEA entén cinc formats fàcilment identificables: films produïts per a la televisió ("TV films"), sèries, animació (tret dels llargmetratges d'animació), llargmetratges estrenats als cinemes (inclosos els films d'animació) i els curtmetratges.

- La part de la ficció en el temps de programació de les cadenes de tv europees tendeix a reduir-se.
- La part de la ficció europea ha millorat lleugerament, a causa d'una progressió de la difusió de la ficció nacional en diversos països.
- Les cadenes de televisió deslocalitzades difonen un percentatge baix d'obres europees.



La importància de la ficció:

La importància de la ficció a la programació de cadenes de tv s'ha erosionat lleugerament al cap dels anys. Pels 13 països analitzats des del 2006, la proporció total ha baixat del 53,1% del temps de programació l'any 2006 al 50,5%. La inclusió de Luxemburg i d'Espanya a partir del 2006 ha fet baixar lleugerament aquest nivell (51,3% l'any 2007, 48,8% el 2013).

La importància de la ficció varia segons els gèneres de les cadenes. Com és lògic, el paper de la ficció és especialment important en la programació de les cadenes dedicades essencialment al cinema: el 2013, per a les 17 cadenes analitzades, el 91,7% del temps d'antena estava dedicat als programes de ficció, el 80% dels quals eren films. La segona categoria més consumidora de ficció són les cadenes infantils i per a adolescents. La ficció representa un 80,4% del temps de la programació de les 12 cadenes analitzades l'any 2013. El 51,3% d'aquest temps el va ocupar l'animació. Les 32 cadenes d'entreteniment analitzades han dedicat en el 2013 53,6% dels seus temps d'antena a la ficció, el 34% del qual per a les sèries. Pel que fa a les cadenes generalistes, la importància de la ficció és sensiblement més elevada per a les cadenes privades (38,9% del temps d'antena l'any 2013, el 23,2% per a les sèries) que per a les cadenes públiques (27,5%, amb un 15,6% per a les sèries). Les cadenes culturals o educatives destinen menys temps a la ficció (17,2% del temps d'antena l'any 2013, un 8,4% pels films), però es constata que són les úniques a fer un esforç pels curtmetratges (1% de la programació contra el 0 o el 0,1% per a les altres categories de cadenes).

Origen de la ficció:

L'anàlisi de l'origen dels programes de ficció mostra situacions molt diverses, segons el tipus de cadenes i els països de recepció de les cadenes.

Només dues categories de cadenes de tv programen en el seu total més del 50% de la ficció europea. Les cadenes culturals i educatives (que són les que programen menys ficció) proposen essencialment obres europees (78,3% del temps de programació en el 2013, del qual una mica menys del terç són nacionals i els dos terços restants són importats o són coproduccions). La proporció del temps de programació destinat a la ficció europea emesa per les cadenes generalistes públiques era el 2013 de 57,6% amb una majoria d'obres no nacionals.

Totes les altres categories de cadenes proposen, en el seu conjunt, una programació amb menys del 50% del temps destinat a la ficció europea. Les cadenes infantils i juvenils aconseguen en el seu conjunt el 43,1% del temps d'antena per a la ficció europea. Aquesta proporció, malgrat tot relativament elevada, s'obté gràcies a la importància de la programació d'obres europees d'animació. Les cadenes generalistes privades i les cadenes de films proposen una proporció similar d'obres europees (35,1% i 37,5% respectivament, l'any 2013), però la proporció d'obres nacionals és més elevada en la programació de cadenes generalistes privades.

No sorprèn que el principal origen de les obres no-europees de ficció, en totes les categories de cadenes de tv, sigui els Estats Units.

 Més informació sobre aquest informe **a través d'aquest enllaç.**

PROPERAMENT

ACTES ON EUROPA CREATIVA DESK - MEDIA CATALUNYA PARTICIPA

JUL

#EuropeCalls. Convocatòria de Projectes de Cooperació d'Europa Creativa Cultura

Des de l'Oficina Europa Creativa - MEDIA Catalunya (i enllaç Europa Creativa-Cultura), en col·laboració amb l'Oficina Europa Creativa-Cultura de Madrid, i de la mà de l'SDE, el proper **10 de juliol** es realitzarà una jornada formativa a Barcelona, adreçada a les entitats que estiguin actualment preparant una proposta per a la convocatòria de projectes de cooperació del Subprograma Cultura d'Europa Creativa, que s'obrirà el mes de juliol, amb data límit de lliurament el 7 d'octubre de 2015.

Es tracta d'oferir una sessió teòrica-pràctica molt específica sobre 3 aspectes fonamentals en els criteris d'avaluació de les sol·licituds: audiències, comunicació i difusió, i impacte dels projectes.

Aquesta activitat és de participació restringida, prèvia selecció del projecte.

SOURCES 2

SCREENWRITING | DEVELOPMENT
NETWORKING | TRAINING



SOURCES 2: assessorament gratuït a desenvolupament de projectes Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya torna a col·laborar amb **Sources 2** per tal d'oferir sessions d'assessorament en desenvolupament de continguts per a projectes de **llargmetratges de**

ficció i documentals de creació per a cinema o televisió. L'objectiu de les sessions és millorar **projectes catalans en curs de cara a presentar-se als ajuts MEDIA**. Cada sessió de desenvolupament de continguts amb l'expert es realitzarà a l'oficina d'Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya i durarà dues hores. L'expert que farà l'assessorament a Barcelona és Gualberto Ferrari. Podeu consultar-ne el **currículum**.

Les sessions es realitzaran **del 20 al 23 de juliol**.

SET

#EuropeCalls: MEDIA Desenvolupament

#EuropeCalls sobre la convocatòria MEDIA a Desenvolupament de Projectes, el proper **18 de setembre** a l'Arts Santa Mònica, moderat i presentat per Àlex Navarro, coordinador d'Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya. L'objectiu del taller és ajudar els productors audiovisuals que estan en el procés d'elaboració d'un projecte d'aquest tipus, tot proporcionant-los recomanacions útils i intentant resoldre possibles dubtes.

Festival de San Sebastián: Europe Film Forum
El proper **20 de setembre** tindrà lloc, dins el marc del Festival de San Sebastián, el **Europe Film Forum**, que tractarà sobre el desenvolupament d'audiències.

OCT

MEDIMED Cross Training

Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya organitza per segona vegada, juntament amb el Mercat de Documentals MEDIMED, el **MDMD Cross Training**, un taller de projectes documentals transmedia, que tindrà lloc del **9 a l'11 d'octubre**.



CINEMA EN CURS

Cinema en curs, programa de pedagogia del cinema i amb el cinema, es va iniciar el curs 2004-2005, per la qual cosa aquest 2015 celebra els 10 anys, des que es va posar en funcionament. Col·laborarem en els actes que **A Bao A Qu** organitza per celebrar el **desè aniversari** del projecte Cinema en curs, el dia **28 de maig**. Participaran a la jornada cineastes, docents i alumnes de Cinema en curs, i també altres cineastes especialment sensibles a la transmissió del cinema.

CURSOS

DESENVOLUPAMENT

GUIÓ

Berlinale Talents

Inscripcions fins l'1 de setembre de 2015

DESENVOLUPAMENT

PRODUCCIÓ

Eave Producers**Workshop**

Inscripcions fins al 31 de maig de 2015

MEGA Plus

Inscripcions fins al 14 d'agost de 2015

PRODUCCIÓ

NOVES TECNOLOGIES

Screen4All Campus

Inscripcions fins al 30 de setembre de 2015

PRODUCCIÓ

POST-PRODUCCIÓ

Digital Production Challenge II

Inscripcions fins al 15 de setembre de 2015

GESTIÓ, LEGAL

I FINANÇAMENT

European Co-production – Legal and Financial Aspects

No hi ha data límit d'inscripcions
Data del curs:
14-18 d'octubre de 2015

ANIMACIÓ

Cartoon Digital

Inscripcions fins al 20 de novembre de 2015

DOCUMENTAL

IDFAcademy 2015-2016

Inscripcions fins a l'octubre de 2015

MÀRQUETING

I DISTRIBUCIÓ

Eave Marketing Workshop

Inscripcions fins a l'1 d'octubre de 2015

Digital Strategies – Financing Marketing and Distribution 2.0

No hi ha data límit d'inscripcions
Data del curs:
25-29 de novembre de 2015

MERCATS FESTIVALS

CONFERÈNCIES

Festival del Film Locarno

Locarno (Suïssa)
Del 5 al 15 d'agost de 2015

New Nordic Films Oslo (Noruega)

Del 15 al 21 d'agost de 2015

Venice International Film Festival

Venècia (Itàlia)
Del 2 al 12 de setembre de 2015

Cartoon Forum

Tolosa (França)
Del 15 al 18 de setembre de 2015

Encounters Short Film and Animation Festival

Bristol (Regne Unit)
Del 15 al 20 de setembre de 2015

Festival de San Sebastián

San Sebastián (Espanya)
Del 18 al 26 de setembre de 2015

The Industry Club

Sant Sebastià (Espanya)
Del 18 al 26 de setembre de 2015

Holland Film Meeting – The Netherlands

Production Platform
Utrecht (Països Baixos)
Del 23 de setembre al 2 d'octubre de 2015

Medimed

Sitges (Espanya)
Del 9 a l'11 d'octubre de 2015

Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya

Sitges (Espanya)
Del 9 al 18 d'octubre de 2015

Power To The Pixel: The Cross-Media Forum

Londres (Anglaterra)
Del 13 al 16 d'octubre de 2015

Cinekid for Professionals

Amsterdam (Països Baixos)
Del 15 al 24 d'octubre de 2015

DocLisboa International Film Festival

Lisboa (Portugal)
Del 22 d'octubre a l'1 de novembre de 2015

International Leipzig Festival for Documentary and Animated Film – DOK Leipzig

Leipzig (Alemanya)
Del 26 d'octubre a l'1 de novembre de 2015

Jihlava International Documentary Film Festival

Jihlava (República Txeca)
Del 27 d'octubre a l'1 de novembre de 2015

Black Nights Film Festival

Tallin (Estònia)
Del 13 al 29 de novembre de 2015

IDFA Forum

Amsterdam (Països Baixos)
Del 23 al 25 de novembre de 2015

Ventana Sur

Buenos Aires (Argentina)
Del 30 de novembre al 4 de desembre de 2015

TERMINIS MEDIA CONVOCATÒRIES

Suport a la Distribució Automàtica EAC/S28/2013
Termini Reinversió: 31/07/2015

Convocatòria Europa Creativa MEDIA de suport a la Distribució Online EACEA/28/2015
Termini: 17/09/2015

Suport als Agents de Vendes EAC/S21/2013
Termini Reinversió: 01/03/2016

Suport a la Distribució – Esquema Automàtic EACEA/27/2014
Termini Reinversió: 02/08/2016

Suport als Agents de Vendes EACEA/7/2015
Termini Reinversió: 01/03/2017

Convocatòria de manifestacions d'interès per a l'elaboració d'una llista d'experts per a EACEA 2013/01
Termini: 30/09/2020

TERMINIS MEDIA LICITACIONS

Xarxa Europea d'Experts en Cultura i Audiovisual EAC/53/2014
Termini: 14/07/2015

Estudi actualitzat de l'economia de la cultura EAC/04/2015
Termini: 03/09/2015

Estudi sobre el desenvolupament d'audiències: com situar les audiències en el centre de les organitzacions culturals EAC/08/2015
Termini: 21/08/2015

ENLLAÇOS



Nova guia online de festivals de cinema europeus amb suport del suprograma MEDIA

Ja està disponible la guia *online* de festivals de cinema europeus amb suport d'Europa Creativa MEDIA pel 2015. Podeu filtrar la cerca pel tipus de festivals (animació, documentals, infantil/juvenil, global, curtmetratges) i per dates i per països. Properament es publicarà la guia de mercats i esdeveniments de networking. I també podeu consultar la guia de formació.



Cliqueu aquest enllaç per accedir a **la guia de festivals de cinema europeus amb suport MEDIA**.

Consulteu **aquest web** per trobar totes les guies del subprograma MEDIA d'enguany.



Estudi de la UE sobre la necessitat d'incloure l'alfabetització audiovisual en el programa escolar

Un nou estudi de la UE recomana incloure la **film literacy** en el currículum escolar i la creació de normes generals aplicables als règims de concessió de llicències, per tal de contribuir a un ús més ampli de les pel·lícules i d'altres continguts audiovisuals a les escoles europees. L'estudi revisa els obstacles i les bones pràctiques a l'hora de projectar films a les escoles i ofereix **una guia sobre com facilitar l'ús dels films i d'altres continguts audiovisuals**. Aquest estudi ha estat redactat per un equip de professionals de diverses institucions, entre les quals hi ha la Universitat Autònoma de Barcelona.



L'estudi està disponible en **aquest enllaç**.

MÉS DE 45 MILIONS€
INVERTITS EN L'AUDIOVISUAL
CATALÀ

Estrenem la nova careta promocional del subprograma MEDIA a Catalunya

Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya ha actualitzat la **careta promocional** del subprograma amb noves xifres i noves imatges de produccions catalanes recents que han obtingut ajut MEDIA.

La careta promocional es va poder veure públicament per primera vegada el passat divendres 24 d'abril a l'estrena del D'A – Festival Internacional de Cinema D'Autor de Barcelona i també a la inauguració i cloenda del Festival DocsBarcelona



A través d'**aquest enllaç** podeu trobar el vídeo al nostre canal de Youtube.

T'informem diàriament al **web**, **Facebook** i **Twitter**. Recordeu que oferim un servei de subscripció de notícies, on podreu rebre tota la informació MEDIA que us sigui d'interès. També podeu subscriure-us al nostre **calendari**. Hi trobareu les properes activitats d'Europa Creativa – MEDIA Catalunya (taules rodones, conferències, sessions informatives...), així com les activitats del subprograma MEDIA en l'àmbit europeu (sol·licitud d'ajuts, festivals, mercats, premis, cursos de formació...).

EUROPA CREATIVA DESK – MEDIA CATALUNYA




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

Coordinador
Àlex Navarro

Continguts
Àngels Clos i Caturla
Àlia Kirchner Giménez
Sandra Reina Sarmiento
Maria Sol Hernández

Administració
Natàlia Giménez Teixidó

Disseny
StudioAparte