

NÚM #23 | DESEMRE 2021

eMEDIACAT

LA REVISTA DIGITAL D'EUROPA CREATIVA DESK - MEDIA CATALUNYA



ESPECIAL 30 ANIVERSARI MEDIA

EUROPA CREATIVA 2021 - 2027

RODATGES MEDIA

GREEN DEAL ALS CINEMES

CHARACTER

04

Editorial
**ÀLEX
NAVARRO**

20

Article
**CINEMA
VERD**

46

Article
CHARACTER

08

Especial
**EUROPA
CREATIVA
2021-2027**

24

Article
**30È
ANIVERSARI
DE MEDIA**

50

Article
**ESPECIAL
PREMIS
EFA + LUX**

53

Quiz
MFDB

60

Entrevista
**JAUME RIPOLL
FILMIN**

76

Dades
**RECAPTACIÓ I
ESPECTADORS
FILMS MEDIA**

54

Entrevista
**JOAN
GONZÀLEZ
NEXTUS**

66

Article
**RODATGES
MEDIA**



ÀLEX NAVARRO

Coordinador

Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya

“Fora bo, aleshores, recordar ara quin és l’acrònim original de MEDIA(en francès): *Mesures pour Encourager le Développement de l’Industrie Audiovisuelle*”

Benvolguts i benvolgudes,

Aquest és el primer eMEDIACat del nou programa Europa Creativa MEDIA 2021-2027. Des de la Comissió Europea se’ns diu que “(...) més que una revolució, el nou programa és una evolució(...)”. Fora bo, aleshores, recordar ara quin és l’acrònim original de MEDIA (en francès): ***Mesures pour Encourager le Développement de l’Industrie Audiovisuelle*** (Mesures per Fomentar el Desenvolupament de la Indústria Audiovisual) i fer una repassada de l’A a la Z a les principals paraules clau per al proper septenni:

A d’Audiència

Des del nou clúster d’audiència, s’incentivaran les iniciatives que fidelitzin, augmentin, analitzin, impulsin, eduquin i arribin a noves audiències i, en especial, al públic infantil i juvenil. Les ajudes selectives a la distribució (a diferència de les automàtiques) passen a dependre d’aquest clúster.

B de Business

Des del nou clúster del negoci es pretén incentivar les ajudes a iniciatives basades en nous models de negoci i amb un èmfasi especial en la formació de professionals en noves disciplines relacionades amb els nous formats i les noves narratives.

C de Contingut

El clúster del Contingut engloba ara tots els ajuts al desenvolupament i a la producció televisiva, que segueixen valorant i

prioritzant el potencial de circulació europea i internacional.

D de Digitalització

Com tots els programes europeus, Europea Creativa MEDIA fomenta la digitalització de les empreses i el patrimoni audiovisual europeu, tot establint sinergies amb el nou programa Digital Europe.

E de eGrants

La nova plataforma telemàtica FTOP canvia el format de les sol·licituds. Els candidats tindran tota la informació a l'abast directament des de la Comissió Europea. L'EACEA es manté com a intermediària i responsable d'implementar les accions, però l'eGrant facilitarà, a partir d'ara, tot el procés als operadors implicats en la cadena, des dels socis minoritaris fins al personal a càrrec de la monitorització.

F de Festivals.

Molta controvèrsia va generar la possibilitat que la línia de suport a festivals individuals, tal i com la coneixíem, pogués desaparèixer en el nou programa en favor de la nova convocatòria de festivals en xarxa. Finalment ja sabem, des del passat 12 de novembre, que les dues línies conviuran a partir del 2023.

G de Gènere

El darrer septenni va arribar una mica tard per abordar aquest tema. En el nou pro-

grama 2021-2027, l'equilibri de gènere, la diversitat i la inclusió formen part de la qualificació de projectes i les empreses candidates.

H de Heritage

El foment de la diversitat forma part de l'ADN del programa, però més que mai s'enforteix tant a MEDIA com a Cultura, la idea del patrimoni cultural europeu com a herència de la ciutadania europea.

I d'Innovació

Tot el nou programa té posada la mirada en la innovació, en les noves eines de treball i nous models de negoci basats en un millor ús de les dades i un augment de la visibilitat de les obres en l'àmbit internacional. El ventall de projectes proposats en les línies d'Innovation Labs i New Business Tools s'espera variat i amb una dotació prou àmplia.

J de Journalism

Les activitats cross-sectorials s'amplien a l'àmbit del periodisme per tal de trobar eines de col·laboració que abordin i millorin els problemes estructurals del sector davant la transició digital i, alhora, el facin sostenible; que facilitin l'augment de la innovació i millorin l'accés a continguts plurals i de qualitat, i que tinguin cura dels professionals freelancers, així com la lluita contra les fake news, entre altres.

K de KIT

El vostre Kit de supervivència som la xarxa d'oficines d'informació del programa MEDIA, de la qual Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya forma part, de nou, en conveni, amb l'ICEC.

L de “Level playing field”

Moltes convocatòries atorguen punts extra a la col·laboració amb països de baixa capacitat de producció. Hi ha una raó política que indueix la Comissió Europea a incentivar aquest tipus de col·laboracions transfrontereres: el Level Playing Field, per tal de garantir les mateixes oportunitats a tots els països.

M de Monitoring

Cal mesurar l'impacte del programa en anys precedents. A l'informe **Monitoring Report**, recentment publicat les xifres que resumeixen les dimensions quantitatives d'Europa Creativa (amb els dos subprogrames MEDIA i Cultura) són prou positives per al període anterior. En els set anys precedents es van invertir un total de 1.487.619.769 euros en 13.476 projectes subvencionats, sobre un total de 32.000 sol·licituds elegibles.

N de Networking

En aquest nou programa, la col·laboració és crucial. Co-desenvolupament, cofinançament, co-creació, partenariats, xarxes, activitats cross-sectorials, factor transfronterer, circulació de professionals, intercanvi, etc. Es recomana, per tant, intensificar el diàleg intersectorial i transfronterer.

O d'Online

Amb la pandèmia Covid19, l'online ha vin-

gut per quedar-se. El nou programa es proposa treure el màxim partit de la combinació de les activitats online amb les presencials, a fi de ser més sostenibles i assolir activitats 360º tot l'any i maximitzar i afavorir així la formació, la col·laboració i el networking.

P de Portal

D'una banda el FTOP Funds and Tenders Opportunity Portal és el nou portal telemàtic. Poc amigable, tot s'ha de dir, amb el qual els sol·licitants han de formular les seves candidatures a la Comissió Europea.

Q de Qualitat

En el nou programa i amb el nou sistema telemàtic, la nova manera de justificar serà a partir dels anomenats “work packages”. Totes les línies de subvenció es fonamentaran molt més en la qualitat que no pas en la quantitat. La justificació dels expedients serà per la qualitat de la feina realitzada i no pas per una justificació purament quantitativa dels imports concedits.

R de Retroactivitat

El Programa es va llançar el 5 de juny. Arrosseguem retard pràcticament en tot i us demanem disculpes. És per això que una certa flexibilitat s'ha imposat en moltes de les línies publicades el 2021, on s'admet una certa retroactivitat pel que fa a les dates de les despeses elegibles. Des de l'Agència s'intentarà recuperar, a partir del 2022, la dinàmica dels darrers anys en el calendari.

S de Sostenibilitat

Com gairebé tots els programes de la Unió Europea i seguint el compromís de la Pre-

sidenta de la Comissió Europea, Úrsula von der Leyen, pel 2050, pràcticament totes les convocatòries atorguen punts objectius a les bones pràctiques de l'empresa i/o del projecte sol·licitat al voltant del Green Deal.

T de Televisió

Si el consum de l'audiovisual ara passa, majoritàriament, per la pantalla de les nostres llars, el nou Programa MEDIA dotarà de més recursos la línia de producció televisiva tot arribant a concedir fins a 2 milions d'euros per a sèries de 20 milions de pressupost o més. S'igualarà el rol de les televisions i el de les plataformes de VoD.

U d'Única

Els sol·licitants de les línies, i especialment en les de co-desenvolupament i paquets de projectes (Slate Funding), només es poden presentar una única vegada, per convocatòria i any, com a leaders de projecte. Podran ser socis i co-beneficiaris d'altres projectes tantes vegades com vulguin.

V de Videojocs

A partir de 2022, i dins del clúster del contingut, la línia de videojocs narratius s'amplia a continguts immersius i a la realitat virtual.

W de Wp (work package)

La nova FTOP obliga a partir d'ara a presentar totes les sol·licituds definint tots els objectius del projecte. Dels objectius es deriven unes tasques a desenvolupar dins dels anomenats "paquets de treball" clarament emmarcats en un calendari de treball. Cada paquet ofereix uns indicadors pel seu seguiment i uns materials a lliurar

(deliverables) que permetran verificar que les tasques s'han realitzat i, per tant, poder procedir a la justificació i pagament dels lumps sums.

Y de Youth

Atenció especial mereix la dinamització dels joves i el nou talent per tal d'accedir al sistema empresarial, a la formació específica i a totes aquelles iniciatives que tinguin els joves com a públic objectiu. Aquest 2022 serà el Year of Youth.

X de xarxes

El concepte de col·laboració que recorre el programa evidencia la necessitat de la formació de xarxes: d'agents de vendes, de distribuïdors, de sales de cinema, de festivals, etc. que després comptaran amb el suport del programa en un sistema d'ajuts en cascada.

Z de Zumzeig

Amb la dificultat que suposa trobar una paraula que comenci amb Z i que conclougui aquesta editorial i breu repàs al nou programa, ens agradaria acabar amb una mirada cap al sector de l'Exhibició i a la xarxa d'Europa Cinemas, amb més de 1.100 sales arreu d'Europa i de la qual el cinema Zumzeig a Barcelona n'és membre. La Comissió Europea continuarà donant suport al model d'exhibició en sales i garantirà que el públic tingui accés al cinema independent europeu. ■

Desembre 2021

**EL NOU PROGRAMA EUROPA
CREATIVA 2021-2027 APORTA
2.440 MILIONS D'EUROS
PER DONAR SUPORT ALS
SECTORS CULTURALS I
CREATIUS**

El nou programa Europa Creativa 2021-2027 (que inclou els capítols MEDIA, Cross-Sectorial i Cultura) està dotat amb un pressupost de 2.440 milions d'euros per aquest període de set anys, enfront dels 1.470 milions d'euros del programa anterior (2014-2020). Europa Creativa inverteix en accions que reforcen la diversitat cultural i responen a les necessitats i reptes dels sectors cultural i creatiu.



Els objectius principals del programa són salvaguardar, desenvolupar i promoure la diversitat i el patrimoni cultural i lingüístic europeu i augmentar la competitivitat i el potencial econòmic dels sectors cultural i creatiu, en particular el sector audiovisual.

Més concretament, persegueix els objectius d'enfortir la cooperació artística i cultural en l'àmbit europeu; donar suport a la creació d'obres europees; reforçar la dimensió econòmica, social i exterior dels sectors cultural i creatiu europeus; afavorir la innovació i la mobilitat; estimular la cooperació en matèria d'innovació, sostenibilitat i competitivitat i promoure accions intersectorials innovadores i col·laboratives, així com un entorn mediàtic i una alfabetització mediàtica diversa, independent i plural, tot impulsant així la llibertat d'expressió artística, el diàleg intercultural i la inclusió social.

Les novetats del programa contribuiran a la recuperació d'aquests sectors, tot reforçant els seus esforços per ser més inclusius, més digitals i ambientalment més sostenibles.

D'altra banda, Europa Creativa fomenta els esforços i les millors pràctiques que contribueixin a la consecució de prioritats clau de la Comissió Europea, com el **Pacte Verd**, la inclusivitat i la paritat de gènere.

Tres eixos

Europa Creativa es divideix en tres capítols o eixos: **MEDIA** Que engloba els sectors audiovisual i cinematogràfic - (58% del pressupost). **Cross-sectorial** Que fa-

cilita la col·laboració entre els sectors creatius i inclou el sector dels mitjans de comunicació - (9% del pressupost). **Cultura** Que inclou tots els sectors culturals i creatius (excepte els sectors audiovisual i cinematogràfic) - (33% del pressupost).

MEDIA

El capítol MEDIA se centra en els següents aspectes:

- Promoure la cooperació a tota la cadena de valor i en l'àmbit de la UE per expandir les empreses audiovisuals i els continguts europeus mundialment.
- Propiciar el talent, independentment d'on provingui, i ampliar la participació i la col·laboració entre països.
- Donar suport a l'ús de noves tecnologies per garantir que s'aprofiti al màxim la transformació digital.
- Impulsar l'ecologització de la indústria i incloure objectius socials, com la paritat de gènere i la diversitat.

Quatre blocs temàtics

Les accions de suport del capítol MEDIA es divideixen en **quatre blocs temàtics:**

Content (Contingut): impulsar la col·laboració i la innovació en la creació i la producció d'obres de gran qualitat. Inclou les següents convocatòries:

- 1 European co-development
- 2 European slate development
- 3 European mini-slate development
- 4 Video games and immersive content development (*)
- 5 TV and online content



Business (Empresa): promoure la innovació empresarial, la competitivitat, l'escalabilitat i el talent per enfortir la indústria europea enfront dels competidors mundials. Inclou les següents convocatòries:

- 1 Talents and skills
- 2 Markets & networking
- 3 MEDIA 360° (*)
- 4 European Film Distribution(*)
- 5 European Film Sales (*)
- 6 Innovative tools and business models

Audience (Audiència): reforçar l'accessibilitat i la visibilitat de les obres per les seves audiències potencials a través de canals de distribució i iniciatives per al desenvolupament d'audiència. Inclou les següents convocatòries:

- 1 Networks of European Cinemas
- 2 Festivals

(*) Convocatòria que entrarà en vigor en el pla de treball de 2022, recentment aprovat

3 European VOD networks and operators

4 Films on the move

5 Subtitling of cultural content (*)

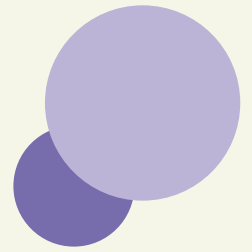
6 Audience development & film education

Policy (Política): donar suport a fòrums de debat o intercanvi, estudis i informes d'índole política. Promoure activitats de sensibilització. Convocatòries:

- 1 Provision and sharing of data intelligence
- 2 Exchanges and policy cooperation

Content Cluster

Cada any, MEDIA dona suport al desenvolupament de més de 400 pel·lícules, sèries de televisió, documentals i videojocs, i fomenta la col·laboració i la innovació en la creació i la producció d'obres audiovisuals europees d'alta qualitat.



La nova estructura del suport al desenvolupament de continguts reforça la capacitat dels productors independents per conservar els drets i explotar-los globalment, i es divideix de la següent manera:

- El pas del desenvolupament únic al **European Co-Development** permet l'ampliació de projectes i permet als productors/es de diferents països treballar junts en la fase de desenvolupament.
- **European Slate Development** incentiva les empreses productores a construir una cartera de 3 a 5 projectes, tot aug-

mentant les opcions creatives i afavorint la qualitat.

- L'ampliació de la participació a través del **European Mini-Slate Development** respon a la necessitat específica dels productors de països de baixa capacitat per garantir un augment d'inversió en obres de qualitat. Aquest desenvolupament més petit fomenta una cartera limitada de 2 a 3 obres.
- La convocatòria per al **desenvolupament de videojocs i continguts immersius** respon a les oportunitats creixents



de contingut innovador. Hi ha un focus en una millor comprensió del mercat i la societat del joc europeu per proporcionar informació valuosa sobre les possibilitats emergents.

- **TV and online content** se centra a oferir oportunitats per aprofitar la iniciativa i perseguir les produccions originals pròpies, que són clau per a la llibertat creativa i la independència financera.

Business Cluster

Aquest clúster promou la innovació empresarial, la competitivitat, l'escalabilitat i el talent en el sector audiovisual europeu, per reforçar la seva posició en relació als seus competidors globals. Col·lectius específics que impulsen la internacionalització del sector, com distribuïdors, agents comercials, així com iniciatives clau de mercat i networking, són col·lectius objectiu d'aquest clúster, que pretén reforçar la col·laboració transfronterera, l'aprenentatge i l'intercanvi de coneixement. A continuació es descriuen els aspectes clau d'aquest clúster:

- **Talents and skills:** Acció centrada en els talents i les habilitats dels mitjans europeus, que té com a objectiu permetre als professionals de l'audiovisual, des del vessant creatiu i empresarial, crear, produir i promocionar obres europees d'alta qualitat en tots els formats, per a totes les plataformes, que puguin competir en el mercat global.

- **Markets & networking:** Es dona suport als mercats i al treball en xarxa per fomentar les oportunitats d'empresa a empresa,



especialment per facilitar les coproduccions i la circulació d'obres europees al mercat internacional.

- El finançament de la distribució de pel·lícules europees (**European Film Distribution**) i la venda de pel·lícules europees (**European Film Sales**) també és essencial per a l'objectiu d'augmentar la circulació de pel·lícules europees no nacionals. Es potenciarà la promoció i distribució transnacional de pel·lícules, tot fomentant la capacitat dels distribuïdors per invertir en la promoció d'obres europees no nacionals.

- **Innovative tools and business models:**

Donar suport a eines i models de negoci innovadors millora la visibilitat i la disponibilitat de les obres europees i augmenta el públic a l'entorn digital alhora que té en compte l'actual canvi digital. Aquest suport també es destina a eines que ajuden al sector a ecologitzar la indústria.

Cada any, MEDIA dona suport a la formació de més de 2.400 professionals i a la promoció i distribució de més de 300 obres audiovisuals. En el nou programa 2021-2027, continua fomentant els intercanvis transnacionals d'empresa a empresa mitjançant la prestació de serveis com activitats promocionals als principals mercats i fires audiovisuals, que poden



donar suport a les empreses europees independents que ofereixen continguts/serveis audiovisuals sòlids amb potencial internacional.

Audience Cluster

Aquest clúster reforça l'accessibilitat i la visibilitat de les obres per als seus potencials públics a través dels canals i plataformes de distribució. L'objectiu se centra en estimular el creixement i la renovació de l'audiència, implicar el públic jove, donar suport a noves veus, promoure l'accés a obres europees diverses i garantir l'accés al contingut audiovisual per a tots els ciutadans de la UE. Diverses iniciatives, que es descriuen a continuació, augmentaran l'audiència de les obres europees.

- **Networks of European Cinemas:** El suport a una xarxa de cinemes europeus té com a objectiu augmentar el públic de les obres europees mitjançant incentius i projectes col·laboratius. A finals de 2020, MEDIA havia donat suport a 1.144 cinemes de 24 països.

- **Festivals:** Es donarà suport a la creació i desenvolupament de xarxes europees de festivals, a través d'incentius i projectes col·laboratius, per generar públic per a les obres europees.

- **European VOD networks and operators:** La creació i el desenvolupament de xarxes i operadors VOD europeus contribueix a la consolidació de plataformes europees capaces de competir en els mercats globals.

- La iniciativa **Films on the move** ajuda a incrementar la circulació d'obres europees i a ampliar el seu públic paneuropeu, tot

donant suport a la distribució en sales i en línia de pel·lícules europees no nacionals.

- **Subtitling of cultural content:** La subtitulació de continguts culturals també és important per ajudar a augmentar la circulació de la programació cultural a tot Europa, amb la provisió de subtítols com a mínim en 2 idiomes sobre contingut cultural europeu divers.

- **Audience development & film education:** El finançament també es destinarà al desenvolupament del públic i a l'educació cinematogràfica per estimular els interessos del públic, especialment per al públic jove.

Policy

La política és vital per a l'èxit de la branca MEDIA i inclou el diàleg amb les parts interessades, estudis i informes. Les activitats de divulgació i participació adreçades a la ciutadania també són una part fonamental del programa, així com accions sobre qüestions horitzontals com ara l'ecologització, la diversitat, el gènere, la inclusió i la innovació.

Es donarà suport a accions polítiques innovadores i a l'intercanvi de bones pràctiques mitjançant la recopilació de dades i estudis de futur que puguin proporcionar informació sobre les tendències futures del sistema audiovisual.

CROSS-SECTORAL

El capítol **Cross-Sectoral** (intersectorial) té com a objectiu explotar el potencial de col·laboració entre els diferents sectors culturals i creatius, així com abordar els

reptes comuns als quals s'enfronten. Un enfocament conjunt i transversal és de gran benefici pel que fa a la transferència de coneixement i les eficiències administratives. En aquest context, la xarxa d'oficines d'Europa Creativa contribueixen a l'assoliment dels objectius del programa i la seva implementació.

Per primera vegada, Europa Creativa cobrirà el sector dels **mitjans de comunicació**. En l'àmbit Cross-Sectoral, es promouran activitats que tenen com a objectiu ajudar el sector dels mitjans de comunicació a ajustar-se als canvis estructurals i tecnològics als quals s'enfronta. Aquestes activitats s'esforçaran per millorar un entorn mediàtic lliure, divers i plural i promoure la qualitat del periodisme i l'alfabetització mediàtica, tot tenint en compte l'entorn digital. A més, la línia Cross-Sectoral té les prioritats següents:

- Donar suport a la **cooperació política transnacional intersectorial**, tot fent èmfasi en el paper clau de la cultura per aconseguir la inclusió social i la llibertat artística i promoure la visibilitat del programa i la transferibilitat dels resultats.
- Donar suport als **Creative Innovation Labs** (Laboratoris d'Innovació Creativa) per fomentar enfocaments innovadors per a la creació, l'accés, la distribució i la promoció de continguts culturals, creatius i d'altres sectors, tenint en compte el canvi digital i cobrint tant les dimensions de mercat com les de no mercat.
- Donar suport a l'establiment i les activitats de la **xarxa d'oficines d'Europa Creativa** a tots els països participants i

estimular la cooperació i l'intercanvi transfronterers de bones pràctiques en els sectors cultural i creatiu.

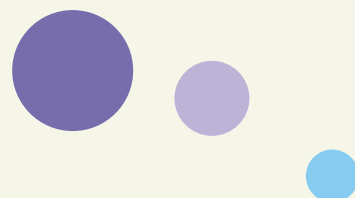
CULTURA

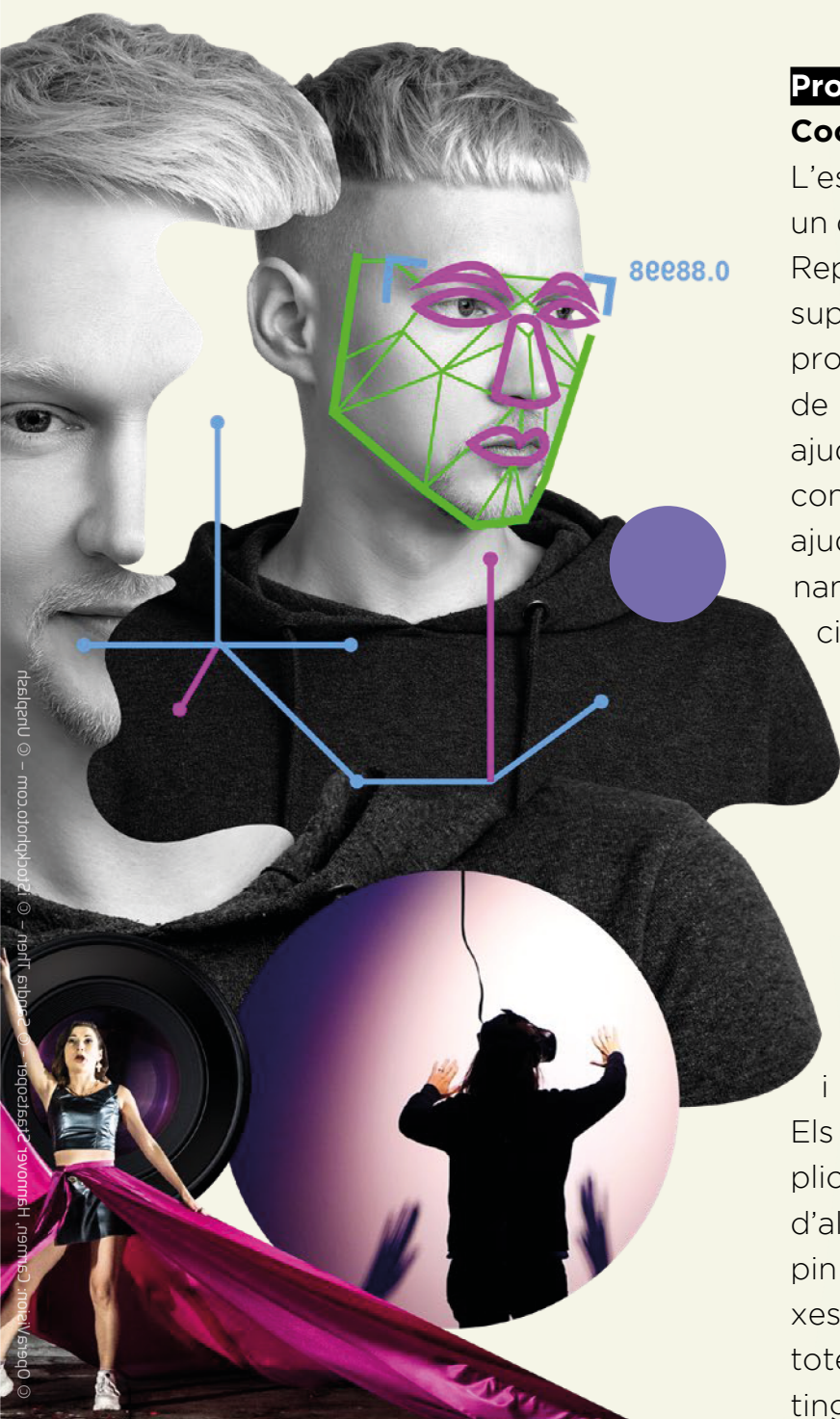
La branca de **Cultura** cobreix les Indústries Culturals i Creatives d'Europa, des de la música, les arts escèniques, la literatura i l'edició, fins al disseny, l'arquitectura i el patrimoni cultural. En poques paraules, el subprograma CULTURA impulsa la cooperació i els intercanvis entre organitzacions culturals i creadors a través de les fronteres dins i fora d'Europa.

Entre les novetats del nou Programa Cultura 2021-2027 destaquen:

- Un esquema fet a mida per a **artistes** i professionals per facilitar-ne la **mobilitat** transfronterera (per exemple, beques de mobilitat).
- Augment de la **promoció d'artistes i obres culturals europees fora de la UE**.
- Més accions adreçades a necessitats sectorials en música, llibres, arquitectura, patrimoni cultural, disseny, moda i turisme cultural.
- Accés més fàcil al finançament d'Europa Creativa mitjançant **taxes de cofinançament més elevades**.

Cultura ofereix les següents oportunitats de finançament:





Projectes de cooperació

Cooperació transfronterera

L'esquema de projectes de cooperació és un dels pilars clau de la branca CULTURA. Representa al voltant del 70 % del pressupost d'Europa Creativa i, al final del programa anterior, es van finançar més de 600 projectes. Aquests projectes han ajudat a assolir els objectius del programa connectant centenars d'organitzacions; ajudar a la circulació d'artistes i obres; donant lloc a moltes coproduccions i creacions artístiques; i contribueix a la difusió de bones pràctiques professionals i artístiques a Europa.

Pretén facilitar la **innovació, la creació transnacional i la circulació d'obres i artistes** al voltant de les prioritats següents: desenvolupament i compromís del públic, inclusió social, medi ambient, noves tecnologies, dimensió internacional i prioritats sectorials.

Els projectes de cooperació haurien d'implicar organitzacions culturals i creatives d'almenys 3 països diferents que participin al programa. S'han augmentat les taxes de cofinançament per garantir que totes les organitzacions, petites i grans, tinguin un accés més fàcil al finançament d'Europa Creativa:

Mida del projecte	Nombre mínim de partners	Import màxim de subvenció	Taxa de finançament
Petita	3	€200000	80%
Mitjana	5	€1m	70%
Gran	10	€2m	60%

Es cobreixen tots els sectors culturals i creatius.



Plataformes i Xarxes

Plataformes per mostrar el talent europeu

L'esquema de plataformes europees es va introduir a l'inici del programa anterior per ajudar els operadors culturals a augmentar la visibilitat, la programació i la promoció d'artistes i obres emergents europeus a Europa i més enllà. El nombre de plataformes compatibles va créixer de 5 el 2014 a 15 el 2020. Junts han participat al voltant de 300 organitzacions de 36 països, a tot Europa i més enllà, i cobreixen tot el panorama creatiu. Les organitzacions reben suport per mostrar i promocionar els creadors i artistes europeus, especialment el talent emergent, mitjançant una programació genuïna a tot Europa. Les organitzacions de la Plataforma Europea col·laboren per ajudar els professionals a desenvolupar les seves habilitats, internacionalitzar les seves carreres i contribuir a la competitivitat dels sectors culturals i creatius europeus.

Donat el seu èxit, la línia s'ha ampliat amb el nou programa.

Xarxes europees per connectar organitzacions d'arreu d'Europa

Les xarxes són un gran instrument per reforçar els sectors cultural i creatiu.

Les xarxes finançades per Europa Creativa aporten valor de les maneres següents:

- connecten organitzacions professionals d'arreu d'Europa i més enllà;
- recullen i difonen dades, informació, pràctiques, idees i solucions;
- ofereixen formació i assessorament als professionals;
- i representen els sectors i els defensen en qüestions sectorials clau.

Diversitat i circulació literària

Traduir obres literàries i establir associacions

La literatura europea és increïblement rica i diversa, però els llibres no són accessibles si no es tradueixen. Europa Creativa ha cofinançat la traducció i la promoció de més de 3.500 llibres europeus en els últims 7 anys.

El programa ofereix finançament per a la traducció i la promoció de llibres europeus per a editors.

Es fomentaran projectes més grans amb un impacte més elevat en l'ecosistema del llibre, tot permetent els editors sol·licitar-los com a grups d'editors i/o altres socis com ara llibreries.

Mobilitat

El pla de mobilitat individual ofereix als artistes i professionals creatius més llibertat per triar com desenvolupar i construir la seva carrera.

Llançat el 2018 com a acció experimental, l'esquema **i-Portunus** ha tingut una bona acollida entre artistes i professionals. Gairebé 350 persones van ser seleccionades per marxar a l'estranger el 2019 i el 2021 se'n seleccionaran més de 500. L'objectiu de la beca de mobilitat és ajudar els artistes individuals i professionals de la cultura a desenvolupar col·laboracions i coproduccions internacionals, tot contribuint així tant al seu desenvolupament professional com a la internacionalització de les seves carreres.

Davant de l'èxit, l'esquema s'ampliarà en el nou programa.

Entitats culturals paneuropees

Aquesta nova acció pretén donar suport a entitats culturals -com les orquestres- que tenen com a objectiu oferir oportunitats de formació, professionalització i actuació per a artistes joves de gran talent. Les entitats culturals seleccionades oferiran als joves artistes l'oportunitat d'actuar amb regularitat, amb l'objectiu particular d'arribar al públic jove mitjançant actuacions en directe i eines digitals. Els joves artistes implicats en aquests projectes seran nacionals/residents d'almenys 20 països participants al programa Europa Creativa, que seran contractats a través d'un enfocament rigorós i inclusiu.

Premis que premien l'excel·lència europea

El Programa dona suport a 4 premis per promoure la diversitat cultural, per emfasitzar la creativitat europea i per donar visibilitat als talents emergents a Europa i més enllà:

- Els premis Music Moves Europe Talent Awards: en premiar artistes joves d'arreu d'Europa que han arribat a públics fora dels seus països, el premi de la UE per a la música popular i contemporània posa en relleu l'escena musical vibrant d'Europa.
- Els Premis del Patrimoni Europeu: el premi més prestigiós en la matèria, que contribueix a un reconeixement públic més fort del patrimoni cultural com a recurs estratègic per a la societat, l'economia i el medi ambient d'Europa.
- El Premi de Literatura de la Unió Europea: el premi dona visibilitat als escriptors

europaus emergents, dona suport econòmic a la traducció de les seves obres i promou la diversitat i l'excel·lència de la literatura europea.

- El Premi de la UE d'Arquitectura Contemporània: premia obres arquitectòniques destacades construïdes arreu d'Europa i se celebra cada dos anys. El Young Talent Architecture Award (YTAA) premia els millors projectes de graduació de les escoles europees d'arquitectura, urbanisme i paisatge.

Capitals europees de la cultura

La iniciativa Capitals Europees de la Cultura continua sent una acció emblemàtica de la UE amb un efecte positiu en les economies i societats locals. Amb aquesta acció es pretén augmentar el sentiment de pertinença dels ciutadans a un espai cultural comú i promoure la contribució de la cultura al desenvolupament a llarg termini de les ciutats.

Cada any, ciutats de diferents Estats membres reben el títol de Capital Europea de la Cultura i el Premi Melina Mercouri, que comporta un premi pecuniari d'1,5 milions d'euros. L'any 2022, les capitals europees de la cultura seran Esch (Luxemburg), Kaunas (Lituània) i Novi Sad (Sèrbia). Les seguiran Elefsina (Grècia), Timisoara (Romania) i Veszprem (Hongria) el 2023.

European heritage label

El Segell de Patrimoni Europeu s'atribueix a llocs culturals amb un valor simbòlic europeu i un paper important en la història i la cultura d'Europa i/o en la construcció

de la UE. El Segell del Patrimoni Europeu continua sent una de les iniciatives més valuoses de la UE per enfortir el sentit de pertinença dels ciutadans europeus a la

UE, tot centrant-se en la dimensió europea dels llocs del patrimoni cultural i els valors comuns que representen. ■



iStock European Union 2021

'CINEMA VERD' O COM OPERAR ELS CINEMES D'UNA MANERA MÉS RESPECTUOSA AMB EL MEDI AMBIENT

La Comissió Europea ha incorporat el Pacte Verd (Green Deal) com una prioritat transversal als seus programes, entre ells, Europa Creativa.

Així, les noves convocatòries del Programa Europa Creativa 2021-2027 atorguen 5 punts a l'adequació de les estratègies presentades per garantir una indústria més sostenible i respectuosa amb el medi ambient.

També les sales de cinema poden ser més sostenibles. I és que salvar el clima no és quelcom que es produeixi únicament a la gran pantalla: gestionar els recursos, protegir el medi ambient i respondre al canvi climàtic són qüestions cada cop més vitals per a les mateixes sales de cinema.

El passat 28 de setembre, la conferència **Green Deal for European Cinemas**, iniciada per Birgit Heidsiek, consultora de cinema verd de la **German Federal Film Board (FFA)**, en col·laboració amb la xarxa d'oficines Europa Creativa MEDIA, va reunir experts i exhibidors experimentats per discutir requisits i mesures d'estalvi de recursos que poden adoptar els cinemes. Diferents exhibidors de cinema van oferir una visió general dels requisits legals i de les millors pràctiques als seus cinemes. La conferència va comptar també amb la intervenció de **Lucía Recalde**, màxima responsable d'**Europa Creativa MEDIA** a la Comissió Europea.

Els objectius climàtics ambiciosos i la implementació del Pacte Verd Europeu han establert una nova agenda per a la política climàtica i mediambiental a Europa. “L’ecologització és un component molt important del pla d’acció audiovisual que va ser adoptat per la Comissió Europea el desembre de 2020”, va subratllar **Lucía Recalde**. “El Pacte Verd és una necessitat i hi ha una necessitat urgent d’actuar el més aviat possible. Estem convençuts que l’ecologització és una oportunitat per a la indústria audiovisual i, en particular, per als cinemes”.

“**Cinema verd**” significa operar els cinemes d’una manera més respectuosa amb el medi ambient. Tal com es descriu al **Manual de Cinema Verd** de la **FFA**, es tracta d’eficiència energètica, energies renovables, productes de concessió sostenible i gestió de residus. Un ús més eficient de l’energia, la calefacció i l’aire condicionat, juntament amb l’ús d’energies renovables, pot reduir radicalment els costos energè-

tics. Els cinemes disposen de grans espais de projecció que s'han d'escalfar i refrigerar. Per tant, és crucial dur a terme una avaluació de la instal·lació i identificar on hi ha possibles estalvis.

El **cinema Depot** de **Lewes, Regne Unit**, genera energia elèctrica amb plaques solars, que es combinen amb un sostre verd.

Natasha Padbury, gerent de sostenibilitat de Depot, va assenyalar-ne els múltiples beneficis. La coberta verda proporciona un excel·lent aïllament

tèrmic i acústic, dona suport a la biodiversitat i evita l'escorrentia excessiva d'aigua.

"Hi ha moltes mesures que es poden prendre per reduir el consum d'energia", va afirmar

Benjamin Daurer, director de tecnologia de **Cinecitta**, el multiplex més gran d'**Alemanya**, amb 23 pantalles. "Podem utilitzar fonts d'energia alternatives i generar energia localment. L'altre gran problema són els residus". Els cinemes poden reduir els residus evitant l'ús de gots d'un sol ús a l'estand de la concessió. La manera més senzilla de minimitzar els residus és servir les begudes en gots i ampolles de vidre, així com servir aperitius en plats reutilitzables.

El **Cinecitta** de **Tilburg, Països Baixos**, fins i tot està desenvolupant el seu propi hort i serveix menjar ecològic als espectadors de cinema. "Vam començar a pensar en el menjar d'una manera nova i a crear receptes diferents", va explicar **Jasper Naaijens**, programador de cinema del cinema d'autor holandès. A la carta hi ha fins i tot una hamburguesa de marihuana feta d'algues marines, que es cultiven localment i

tenen un alt valor nutricional.

La Comissió Europea ja aborda la gestió de residus mitjançant la prohibició de diversos productes plàstics d'un sol ús, com palletes, plats i cobrteria, que va entrar en vigor el juliol del 2021. Aquest requisit també afecta els cinemes. Tanmateix, en qualsevol cas, els productes alternatius que estan etiquetats com a biodegradables no són realment ecològics. "També hi ha alguns productes que tenen un impacte

molt negatiu en el medi ambient", va subratllar **Paola Migliorini**, subcap d'unitat de Producció, Productes i Consum Sostenible, DG Medi Ambient de la Comissió Europea.

Els professionals artístics i les organitzacions culturals d'arreu del món estan transformant la gestió de la seva activitat mitjançant la implementació de plans d'acció sostenibles

Obsolescència del hardware

Un altre tema que aborda la Comissió Europea és l'obsolescència del hardware. "Per a una sèrie de productes, demanem que les peces de recanvi estiguin disponibles durant un període de temps determinat per permetre que una màquina es mantingui actualitzada", va assenyalar **Migliorini**. Fins ara, el "dret a reparar" no s'aplica als productes industrials. "Ens estalviaria la inversió perquè podríem utilitzar projectors durant més temps si hi hagués peces de recanvi disponibles", va concloure **Daurer**.

Guia de Sostenibilitat en rodatges i filmacions

La crisi climàtica i la sostenibilitat formen part també de l'agenda de **l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC)** des de 2017, moment en què es van abordar aquestes qüestions amb els professionals de la

cultura a la jornada «Sostenibilitat i canvi climàtic: un nou repte per a la cultura».

Els professionals artístics i les organitzacions culturals d'arreu del món estan transformant la gestió de la seva activitat mitjançant la implementació de plans d'acció sostenibles.

Els duen a terme de manera pràctica i tangible per tal de reduir el consum d'energia, utilitzar materials sostenibles i, en definitiva, reduir l'impacte ambiental de la seva activitat cultural. Aquesta mena d'actuació no només té uns resultats positius pel que fa al medi ambient, sinó que també té una repercussió econòmica i social positiva.

El sector audiovisual també ha incorporat aquestes pràctiques a la seva activitat habitual. És en aquest context que l'**ICEC**, a través de la **Catalunya Film Commission**, ha elaborat la **Guia per a la incorporació de criteris de sostenibilitat a les filmacions i rodatges**, per avançar vers el desenvolupament sostenible. La guia és una eina que proposa mesures aplicables a la fase de rodatge de produccions audiovisuals.

A tots els rodatges es consumeix energia en més o menys quantitat. La implantació de mesures d'estalvi i d'eficiència energètica, així com l'aposta per les energies renovables, contribuiran a reduir les emissions de diòxid de carboni (CO₂) i, en conseqüència, a mitigar el canvi climàtic.

L'eina proposada per fer el càlcul de la petjada de carboni de les produccions audiovisuals és **Eureca (European Environmental Calculator)**, una calculadora desenvolupada com a instrument europeu uniforme que poden emprar tota mena de produccions audiovisuals.

La calculadora **Eureca**

- Avalua i mesura l'impacte mediambiental i ajuda les empreses del sector audiovisual a prendre decisions durant la planificació per tal de fer el rodatge més sostenible.
- És uniforme i coherent en l'àmbit europeu, ja que fa servir factors de conversió fiables que parteixen d'una base de dades desenvolupada per experts en sostenibilitat específicament per a la indústria audiovisual.
- Facilita la consolidació de dades de diverses produccions en l'àmbit regional, nacional i europeu.
- És intuïtiva i fàcil d'utilitzar.

La **Guia de Sostenibilitat en rodatges i filmacions** presenta la llista de mesures de sostenibilitat recomanades i la relació amb els criteris de la certificació **Green Film**, desenvolupada per la província autònoma de Trento. ▣



Guia elaborada per la Catalunya Film Commission de l'ICEC

30

**YEARS
OF
MEDIA**

ESPECIAL 30È

ANIVERSARI DE MEDIA

La branca MEDIA del programa Europa Creativa de la UE, dissenyada per donar suport a les indústries cinematogràfica i audiovisual europees, ha celebrat el 30è aniversari el 2021.

Des de 1991, Europa Creativa MEDIA ha invertit més de 2.600 milions d'euros en la indústria cinematogràfica i audiovisual per donar suport al desenvolupament, la promoció i la distribució d'obres europees a Europa i més enllà. El seu suport de llarga durada ha reforçat la competitivitat del sector i ha contribuït a enriquir la diversitat cultural europea, alhora que ha promogut creacions audiovisuals a través de les fronteres i ha contribuït a reconèixer-ne el millor.

Amb motiu del 30è aniversari de MEDIA, que s'ha celebrat durant aquest any 2021, des d'**Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya** hem realitzat, en el marc de l'activitat **B2A Business to Audience**, i per tal que el públic conegui la important tasca de MEDIA pel que fa al suport a l'audiovisual europeu, diverses **entrevistes** a professionals amb contrastada experiència MEDIA, tot aprofitant la seva presència a diversos festivals de cinema del nostre territori, com **BCN Film Fest**, **L'Atlàntida Mallorca Film Fest**, **D'A Film Festival**, **DocsBarcelona**, **Festival de San Sebastián** i **L'Alternativa**.

Entre les entrevistes que hem dut a terme, figuren grans professionals del cinema, com la gran actriu francesa **Isabelle Huppert**, la directora polonesa **Małgorzata Szumowska**, el director rus **Viktor Kossovsky**, l'emblemàtic director anglès **Stephen Frears**, la guionista, productora i directora de cinema sevillana **Celia Rico**, el director francès **Laurent Cantet**, el director català **Jaime Rosales** i la directora catalana **Carla Simón**.

Tots ells compten amb una contrastada experiència amb el Programa MEDIA, i així ho demostren gran part de les seves filmografies, entre les quals figuren diversos títols amb suport d'Europa Creativa MEDIA.

Tots ells coincideixen també en la importància de l'educació en la imatge i el desenvolupament d'audiències, i destaquen també el paper fonamental dels festivals, i del suport del Programa MEDIA, al qual van desitjar un bon 30è aniversari. Us oferim les reflexions sobre cinema europeu que van compartir amb nosaltres.



ISABELLE HUPPERT

Actriu

“La meva trajectòria professional és diversitat i transgressió”

La 5a edició del Festival Internacional de Cinema de Barcelona-Sant Jordi (BCN Film Fest), que es va clausurar el passat 23 d'abril de 2021, va comptar, entre els seus convidats, amb l'actriu **Isabelle Huppert**, per presentar la seva darrera pel·lícula, **'La Daronne'** (**'Mamá María'**), de **Jean-Paul Salomé**, amb el suport d'Europa Creativa MEDIA.

Isabelle Huppert, que compta amb una llarga trajectòria cinematogràfica, ha protagonitzat més de 25 títols amb suport **d'Europa Creativa MEDIA**.

P Com definiries en dues paraules la teva carrera a tenor de la teva llarga trajectòria professional?

R Diversitat i transgressió. Són també dues bones paraules per connectar amb la pel·lícula 'Mamá María'.

P Com veus el futur del cinema europeu i la seva capacitat de creuar fronteres?

R El futur no el sé, però us puc parlar del passat, perquè des que vaig començar a ser actriu, la meva idea era sempre creuar fronteres, i el cinema per a mi sempre estava connectat amb la idea de viatge, de viatjar... i des que vaig començar he fet pel·lícules arreu d'Europa

P A 'Mamá María' interpreta un personatge, dins d'un altre personatge i, a més, en àrab. Com de difícil va ser això?

R Oh, no va ser tan difícil, no. Era i, a més, ja se sap, fer un paper en un paper és, en certa manera, el principi de fer pel·lícules per a una actriu, de totes maneres, així que... I, de vegades, és una mica més visible, com en el cas de 'La Daronne'.

**MALGORZATA SZUMOWSKA**

Directora

“Crec de debò que el cinema no s'enfonsarà”

L'onzena edició del **D'A Film Festival Barcelona**, que es va clausurar el passat 9 de maig de 2021, va dedicar una retrospectiva a la directora polonesa Małgorzata Szumowska, i va convidar-la a presentar la seva darrera pel·lícula, '**Sniegu juz nigdy nie bedzie**' ('**Nunca volverá a nevar**'), codirigida amb **Michał Englert** i que compta amb el suport d'Europa Creativa MEDIA. Małgorzata Szumowska ha esdevingut autora de culte del cinema europeu, i entre la seva filmografia figuren diversos títols amb suport d'Europa Creativa MEDIA.

P La coproducció europea és una constant a la seva filmografia. Quina importància li dona?

R No puc imaginar la meua carrera com a cineasta sense aquesta possibilitat de fer coproduccions europees amb el suport d'aquest tipus de programes, com el Programa MEDIA. Especialment per a persones de països com els de l'Europa de l'Est. Va ser molt difícil, després de la caiguda del comunisme, trobar-nos en la nova realitat

de formar part de la Unió Europea. Per tant, sí, va ser un gran ajut.

P I quin és el paper dels festivals per construir una carrera internacional per un cineasta?

R El meu primer curtmetratge va sortir al Festival de Cinema de Cannes, i després '33 Escenes' a Locarno, després a Berlina-le, i després 'Mai tornarà a nevar' a Venècia. Mentrestant els meus films es van projectar al Festival de Cinema de Sundance, però també al Thessaloniki, al Festival de Cinema de Toronto, o al Festival de Cinema de Telluride. Això ens demostra que necessitem que els festivals, igual que les plataformes, siguin reconeixibles, tan reconeixibles com els cineastes.

P Què és el que l'audiovisual europeu necessita ara mateix per preservar la seva identitat davant dels nous models de negoci, que inclouen el consum a les plataformes?

R Crec que pel futur hem de crear encara més esdeveniments com aquest en què estic participant ara mateix (D'A Film Festival). Podeu veure quanta gent ha vingut a veure el meu film, hi ha molt d'interès per part de la premsa espanyola. Això demostra que la gent té ganes d'una experiència diferent de l'experiència d'streamer. De només seure al sofà davant de la televisió o el portàtil, potser més el portàtil, amb alguna beguda. És una experiència tan diferent a la de ser en una sala a les fosques, envoltat de més gent, amb una pantalla gran, i després tenir l'oportunitat de debatre sobre el que hem vist junts. És un moment molt íntim, també és un moment d'atenció, de concentració. Crec de

debò que el cinema no s'enfonçarà, crec de debò que la gent continuarà anant el cinema, perquè és molt únic i molt diferent de l'experiència de l'streaming, t'ofereix alguna cosa completament diferent.

P Com descriuria el seu estil de treball com a cineasta?

R Instintiu i orgànic, no ho he analitzat mai tot. A vegades ho intento, però no soc jo, ho faig tot seguint l'instint, soc superorgànica. I soc molt bona treballant amb actors, i els actors confien en mi, em segueixen, segueixen exactament el meu instint, probablement el meu carisma, i confien, per tant, crec que sí, soc una cineasta espontània. M'agrada molt improvisar, m'agrada la càmera en mà, m'agrada ser a prop dels personatges. Fins i tot el film 'Mai tornarà a nevar' sembla molt preparat, molt planejat, però també hi va tenir cabuda la improvisació, fins i tot allà.

P Per MEDIA, el tema del gènere és molt important per al proper septenni. Què ens pot explicar sobre la seva posició com a dona cineasta?

R De manera natural, ve de manera natural. Com he dit, no soc de planejar molt, ni d'analitzar molt. Podem dir que els temes de gènere són molt importants per mi perquè, com podem veure, per exemple, la Chloe Zhao, és la segona dona cineasta de la història en guanyar un Oscar al millor film. Què significa això? Aquest nombre és ridícul! Ens demostra que encara hi ha molt lloc per a nosaltres, les dones cineastes, per guanyar els millors premis, per tenir les millors oportunitats. Per què no? Vull anar a per això! Em refereixo que és el moment per a les dones cineastes.

Estic molt contenta d'estar en la meva posició ara mateix, estic en una posició molt millor que fa 20 anys, però he intentat ignorar-ho tota la vida. Era com: "D'acord, soc una dona, però tant m'és, faig això, vaig aquí". No tenia cap opció, saps què vull dir? No em podia concentrar en el fet d'estar en una posició d'inferioritat, i potser ara està molt bé que pugui dir: Sí, soc una dona, he estat lluitant durant 20 anys perquè arribi aquest moment a la meua vida, i sí, dona'm això, dona'm allò, perquè ens han ignorat durant tants anys com a cineastes, que gaudeixo del moment en què estem, que s'obre per a les dones cineastes.

P Què ens pot dir de la seva col·laboració codirigint amb Michał Englert el seu darrer film?

R Sempre ho fem tot junts. Crec que és una relació molt orgànica, natural i simbiòtica. Aquesta vegada simplement hem decidit compartir el mèrit. Crec que també és molt natural, en aquests moments, perquè treballant som un combo, un duet, per tant, res ha canviat del nostre estil de treball, i això és molt simbiòtic. Per descomptat, ell és el responsable de la part visual, però jo també participo a la part visual. Ell participa als càstings, de vegades es dedica a editar, escrivim junts, trobem la idea junts, fem moltes coses junts d'una manera molt natural, començant pel primer curtmetratge, ara ja fa uns 20 anys.

**VIKTOR KOSSAKOVSKY**Director

“El cinema existeix per mostrar-te alguna cosa que no ets capaç de veure tu mateix”

La 24a edició del **DocsBarcelona**, que enguany es va celebrar en format híbrid (presencial i en línia) del 18 al 30 de maig de 2021, va comptar, entre els seus convidats, amb el director rus Viktor Kossakovsky, per presentar la seva darrera pel·lícula documental, ‘**Gunda**’, una coproducció entre Noruega i els Estats Units, que compta amb el suport d’Europa Creativa MEDIA.

Viktor Kossakovsky és director, muntador, director de fotografia i guionista de la majoria dels seus documentals, i entre la seva filmografia figuren diversos títols amb suport d’Europa Creativa MEDIA.

P Com descriuria el seu treball com a cineasta?

R És molt senzill. El cinema no és per explicar històries. El cinema no existeix per explicar històries. El cinema existeix per mostrar-te alguna cosa que no ets capaç de veure tu mateix. O alguna cosa que has decidit no veure o que no vols veure.

I un cineasta és una persona que sap com mostrar-te alguna cosa que has passat per alt. Per tant, un cineasta és una persona capaç de sentir la vida i d’emmarcar-la.

P És necessari el suport europeu a l’audiovisual?

R Per descomptat, la Unió Europea va crear oportunitats per a persones com jo per crear films insòlits. Per això la gent em paga diners, perquè creï alguna cosa que no hagin vist mai abans.

P Vostè, sovint, ho fa gairebé tot sol, fotografia, escriu, munta, produeix i, per suposat, dirigeix. Li dona això més llibertat?

R És bastant complicat explicar-ho a la gent. Intento trobar les paraules mentre parlo. I si sabés el que vull dir abans de parlar, podria treballar amb altres persones, amb un gran equip i delegar les diferents feines que faig als altres. Però com que no sé el que diré ni sé el que filmaré, d’alguna manera ho descobreixo a l’hora de filmar. Per això, en aquest tipus de producció en concret necessites tenir més intuïció.

P MEDIA dona suport a festivals amb programació europea, quin ha estat el paper dels festivals en la seva trajectòria?

R Durant molts, moltíssims anys, els festivals de cinema documental han estat l’únic lloc on podies projectar documentals artístics. Perquè el format documental, és a dir, basat en un tema, entrevistes o informació, el pots veure a la televisió. Però els documentals que faig jo són, bàsicament, documentals i producció cinematogràfica artística. I per això és impor-

tant tenir una pantalla gran, és important tenir públic, és important tenir noranta minuts de foscor. Una sala fosca, on estiguis totalment immers en l'espai, on ningú no pugui molestar-te durant noranta minuts. I aquests festivals han estat durant molts anys l'únic lloc on podies compartir la teva obra amb la gent. Per a mi han estat extremadament importants.

P I què opina sobre l'audiència i la seva educació en la imatge?

R Passa el mateix avui dia amb el cinema. Els primers cent anys van ser tot pel·lícules d'herois. Ara les persones comencen a escriure's les unes a les altres amb els mòbils, s'enregistren a elles mateixes i s'envien missatges. Ara les persones han entès la diferència entre la vida i la vida en un fotograma. Han entès valors diferents. Això vol dir que han rebut educació cinematogràfica. Vol dir que d'aquí a 20 o potser 50 anys, tindrem un nou Cervantes, un nou Dostoyevski, un nou Thomas Mann, un nou Tolstoi. Ara arribarà el cinema de veritat. Ara entendrem per què existeix el cinema. Abans eren només jocs per a alguns cineastes o cinèfils, però aviat arribarà el cinema de veritat.

P 'Gunda' és la declaració de principis sobre la sostenibilitat i el regne animal. És així?

R Ens hem d'aturar, hem d'eliminar l'acte de matar de la nostra conducta, immediatament. I hem de deixar de parlar sobre ajudar el planeta. Molt senzill. Deixem de matar animals. I el 30% dels problemes del planeta desapareixeran immediatament. Deixem de matar animals. Deixem de maltractar animals. Tenen tot el que

tens tu: tenen cervell, tenen cor, senten felicitat, pateixen... Volen ser feliços i tenen tot el dret de ser-ho, i tenen el dret de ser aquí, igual que tu tens el dret de ser aquí. Per tant, hem de respectar aquest planeta, abans que el dominem i el destruïm. És tan simple. No entenc per què és tan difícil d'entendre. És absurd. Absurd. És el moment d'empatitzar. És el moment d'entendre que no estem sols.

P Com va ser la seva experiència fa alguns anys a Barcelona i el seu film 'Manifest'?

R Barcelona és un lloc amb molta energia jove, moltes persones joves que volen fer alguna cosa especial. Estic pensant de trobar un lloc on probablement pugui transmetre el meu coneixement a les persones joves d'aquí. M'encantaria fer-ho. Barcelona en si és un lloc per ser feliç, és un lloc per respectar l'art. Per això cada vegada estic content de ser aquí.

**STEPHEN FREARS**

Director

“El Brexit ha fracassat”

L'11a edició de l'**Atlàntida Mallorca Film Fest**, que es va dur a terme entre el 26 de juliol i l'1 d'agost de 2021 a Palma de Mallorca, i del 26 de juliol al 26 d'agost a **Filmin**, va comptar, entre els seus convidats, amb el director anglès Stephen Frears, per recollir el Premi Honorífic Masters of Cinema i impartir una master class, en què va desvetllar les claus principals de la seva obra. La filmografia de l'emblemàtic director britànic Stephen Frears consta de diversos títols amb suport d'Europa Creativa MEDIA.

P Ens pot explicar com escull els seus projectes? Algun en especial?

R Recordo que llegia el guió de 'Les Liasons dangereuses' i pensava: "Voldria veure això durant la resta de la meua vida. Aquest guió és meravellós". Qualsevol persona podria veure-la i pensaria que és molt emocionant.

P Com a cineasta, què us semblen les pel·lícules europees, les del Regne Unit i les pel·lícules americanes?

R De fet, no penso gaire en aquestes coses, però, sabeu, els films britànics són molt sin-

gulars, són molt excèntrics. Com a molt, celebren l'excentricitat i narren algun fet interessant sobre Gran Bretanya. Si penso en un film com ara 'Laundrette', va ser influenciat pel film que Wim Wenders va rodar a Texas. És europeisme això? I quan vaig rodar 'The Grifters', anava preguntant: "És un film americà o és un film europeu?". No ho vaig saber mai del tot.

P Com ha estat la vostra col·laboració amb diferents compositors que han posat música als seus diferents films? I, especialment, com ha estat amb Alexander Desplat?

R Vaig créixer amb ells. George Fenton. El nom d'Elmer Bernstein estava a la llista i vaig dir: "Però va escriure 'Sweet Smell of Success'. Vull dir, està boig, és fantàstic!". Thomas Newman és de la nostra famosa família. I Alexandre. Ah, no, va treballar amb Jacques Audiard i vaig pensar: "Si treballa amb Jacques Audiard, aleshores està bé". Per tant, finalment coneixes algú i decideixes si hi confies o no. Però en aquests moments treballo amb Alexandre. Soc molt, molt afortunat. Què fan els músics? Alguna cosa com la que fa l'Alexandre. Llegeix el film amb molta habilitat. D'alguna manera, el que intentes fer és esbrinar quin film has fet. I ells t'ajuden a respondre aquesta pregunta.

P El Brexit i el sector audiovisual del Regne Unit?

R Tot això ha estat tan estúpid i ha fracassat tant. L'únic que esperes és que algú del Govern digui: "Mireu, ens hem equivocat". Boris Johnson no ha comès cap error a la seva vida, per això mai no ho dirà, però algú ha de dir: "Ens vam equivocar, no teníem raó, us demanem disculpes". Això és el que tots, qualsevol de nosaltres, esperem.



CELIA RICO

Guionista

“Sense els festivals, les pel·lícules morrien molt abans”

L'11a edició de l'**Atlàntida Mallorca Film Fest**, que es va dur a terme entre el 26 de juliol i el 26 d'agost a Mallorca i a **Filmin**, també va comptar, entre els seus convidats, amb la guionista Celia Rico, per presentar '**Mironins**', un projecte transmèdia d'animació dirigit per Mikel Mas i inspirat en l'obra de Joan Miró, que compta amb suport MEDIA al desenvolupament de contingut Single Project.

La guionista, productora i directora de cinema sevillana Celia Rico, autora de 'Viaje al cuarto de una madre', va destacar la importància de l'educació cinematogràfica i el desenvolupament de les audiències.

P Per al Programa MEDIA, l'audiència és important. Com has gestionat el fet d'haver d'escriure ara per a un públic infantil?

R Quan desenvolupo un projecte de ficció per a adults, normalment intento pensar en 2 o 3 persones, que són hipotètiques, però que també podrien ser persones que

conec, per intentar imaginar, amb els seus diferents gustos i criteris, com podrien rebre la pel·lícula. En el cas de **Mironins**, com que l'audiència seria un públic infantil, no em resultava tan fàcil imaginar aquestes persones. Aleshores el que vaig fer va ser intentar tenir molt en compte el ventall d'edat, perquè, d'alguna manera, l'escriptura tingués una sèrie de capes que permetés als més petits connectar-se, per exemple, a una proposta visual molt potent, amb tot el tema de la gestualitat dels personatges, en ser una sèrie sense diàlegs, i després tenir en compte també un públic una mica més gran, amb una edat propera als 4, 5 o 6, que ja poguessin connectar-se amb una petita narració, amb una història que tingués un inici, nus i desenllaç, i treballar també amb l'humor, i vincular-ho també a les emocions, perquè és una edat en què els nens estan explorant, aprenent a saber com se senten davant de determinades situacions de frustració, d'alegria... i explorar una mica tot això que és el que jo puc explorar dels nens al meu voltant.

P Explica'ns la importància que té l'educació en la imatge per a tu i la teva participació com a mentora en el projecte Moving Cinema, també amb suport MEDIA.

R Jo crec que, avui dia, és el més important: educar el públic més jove o, fins i tot, més que educar, donar-li les eines perquè puguin agafar tot aquest immens ventall de l'audiovisual i connectar-s'hi i, d'alguna manera, tenir una mirada que es faci preguntes, una mirada que permeti el diàleg, etc. Sí que em sembla fonamental a l'hora d'escriure tenir en compte també tot això,

en el cas concret de **Mironins**, en allò que significa acostar l'art als nens, i de quina manera posar-se davant d'un quadre no és només contemplar i quedar-s'hi davant, sinó imaginar, explorar possibilitats, i obrir tot un univers davant dels teus ulls. I amb projectes com 'Cinema en curs', el més bonic és que a tots aquests nens d'escoles i instituts que potser no els arribaria un cert cinema, que tinguin aquest accés. Que puguin veure aquestes pel·lícules, que els puguin agradar, i que això sigui una llavoreta per al futur, perquè tots aquests nens estimin el cinema.

P Quina rellevància ha tingut la teva participació en els diferents laboratoris i iniciatives de formació?

R Quan un comença la seva carrera i comença a fer els primers passets, sol estar una mica perdut. I tota aquesta sèrie de laboratoris d'àmbit internacional t'ajuda molt a entendre, no només el que significa estar a casa teva pensant una pel·lícula, sinó el que suposarà compartir això amb una audiència internacional. A mi, per exemple, m'ha servit molt des de l'Script Station fins al Torino Film Lab, tots aquests laboratoris m'han servit molt per testejar els meus projectes amb persones de molts països, i veure de quina manera una cosa molt local, pensada molt des de la meva habitació, diguem, pot connectar amb gent de qualsevol país. També el suport que es rep d'experts, de tutors, de gent amb moltíssima experiència, que, d'una manera molt generosa, t'ajuden a repensar les pròpies idees, i la pròpia manera de treballar. Això per mi és fonamental. Jo no sé com hauria desenvolupat els meus projectes si no hagués tin-

gut aquests suports i feedback i aquests diàlegs amb els experts.

P Els festivals han estat importants per a tu, com a cineasta, per assolir l'èxit de 'Viaje al cuarto de una madre'?

R El pas per festivals és, jo crec, fonamental. En primer lloc, perquè les pel·lícules arribin al públic, perquè és la manera de promocionar-les i que la gent les conegui. I, en segon lloc, és també la manera de poder fer carrera, perquè al final un festival és un aval, és un segell de garantia de cara a l'espectador, que quan veu que aquesta pel·lícula ha passat per un festival hi confia, i va a veure-la. En aquest sentit, jo crec que és molt determinant. El pas pels festivals determinarà tota la vida d'una pel·lícula: l'estrena a sales, la quantitat de còpies que poden sortir a l'hora d'estrenar, que aquesta pel·lícula arribi a altres països, etc. Perquè al final els festivals són un recorregut internacional. Jo crec que sense els festivals les pel·lícules moririen molt abans.

P Què opines de la situació pel que fa a l'equilibri de gènere i la igualtat en l'àmbit de la direcció?

R En els darrers anys estan sortint moltes òperes primes dirigides per dones, que, a més, estan viatjant a un munt de festivals i estan tenint premis i reconeixement, i això és un motiu de celebració, ja que les coses estan canviant. El tema és que jo crec que fins que no veiem que es consoliden aquestes carreres no podrem parlar d'igualtat. Perquè, al final, la igualtat no és poder fer una pel·lícula, sinó tenir una carrera. I que totes les directores que estan sortint puguin fer la primera, la

segona, la tercera, etc. pel·lícula, com han fet els seus companys directors. Crec que aquí hi ha el repte, i el suport ha de venir a les segones i terceres pel·lícules, que normalment són les més difícils de finançar. Perquè una primera pel·lícula, com que és novetat, sempre desperta un interès. Però una segona i una tercera costen més. I a més, si pensem, per exemple, en el recorregut dels directors que tots admirem, de Hollywood, que han fet 30 pel·lícules, i després, d'aquestes pel·lícules, en recordem 5, 6 o 10, però no les 30. Perquè per fer 5 grans pel·lícules has d'haver practicat molt i treballat molt. Una carrera es forma d'errors, encerts, pel·lícules bones, regulars, mediocres... Al final és la possibilitat de treballar i aprendre.

P Estem veient nous operadors i noves maneres de veure cinema. Digue'ns: plataformes o sales de cinema?

R Per a mi, no és tant una qüestió de plataforma o estrena, perquè evidentment jo sempre preferiré una estrena, perquè no hi ha res com veure una pel·lícula en pantalla gran i amb l'escalfor del públic. Per mi la qüestió té a veure amb qui està decidint els continguts, i que els continguts seguim decidint-los els autors. Per a mi, el repte és que aquesta idea romàntica d'un productor i un autor que van junts de la mà i desenvolupen una idea, que això no desaparegui.



LAURENT CANTET

Director de cinema, guionista i director de fotografia

“L'ajut MEDIA a la distribució és essencial perquè les pel·lícules travessin fronteres”

La **69a edició del Festival de San Sebastián**, que es va dur a terme entre el 17 i el 25 de setembre de 2021, va comptar, entre els seus convidats, amb el director francès **Laurent Cantet**, per presentar la seva darrera pel·lícula, **'Arthur Rambo'** que compta amb el suport d'Europa Creativa MEDIA a la Distribució Automàtica. El prestigiós director de cinema, guionista i director de fotografia francès Laurent Cantet, la filmografia del qual conté diversos títols amb suport d'Europa Creativa MEDIA, va compartir amb nosaltres les seves reflexions sobre el cinema europeu.

P El personatge d'Arthur Rambo podria ser la continuació d'un dels personatges de 'La Classe', anys més tard, ficat en el món de les xarxes socials?

R És veritat, per descomptat, podria ser un dels nens. Però, quina casualitat, l'actor és el mateix, era un actor de 'La Classe'. Per a mi, va ser una retrobada molt agradable. I ha deixat de tuitar i d'estar a les

xarxes socials des de fa un temps, però reconeix que sí, que també va deixar anar alguna cosa a les xarxes socials fa uns anys. El seu recorregut també és similar al del personatge d'Arthur Rambo', també ve d'una família d'origen algerià. Va descobrir el cinema a través del rodatge de 'La Classe' i el va cridar, el va atraure moltíssim. Va aconseguir fer unes quantes pel·lícules des d'aleshores i crec que és un trànsfuga, com ho és Karim D a la pel·lícula. El preocupa molt.

P Què opina sobre el suport MEDIA als seus films?

R No he pogut seguir, amb detall, el finançament de totes les meves pel·lícules. Sí que conec la importància de l'ajut MEDIA a la Distribució, que per a mi és essencial. Fem les pel·lícules per a un mateix, per als amics, però també les fem perquè siguin vistes per un nombre més elevat de persones. I permetre que una pel·lícula travessi fronteres i crear un dinamisme mitjançant ajuts em sembla summament important.

P Com a cineasta, com escull els seus films i quin tema li interessen?

R Jo faig pel·lícules perquè són les preguntes que em plantejo davant del món. I el que m'interessa, més que el tema en si, més que tractar el tema en si, és sentir la complexitat d'aquell tema. En general, les meves pel·lícules no jutgen el personatge, ni tan sols el que es planteja a la pel·lícula, al guió. Però intenten explorar tots els aspectes i permetre també que l'espectador s'ho plantegi al final de la pel·lícula. És obvi a 'Arthur Rambo', per exemple, en què es mira amb molta precisió la violèn-

cia de les xarxes socials, en què també estem davant d'un personatge que ens inspira, espero, certa empatia, però que, alhora, diu coses absolutament insuportables i també crea un cert rebuig. I espero que l'espectador, igual que jo, pugui passar d'un costat a un altre entre aquesta empatia i aquest rebuig, perquè crec que només així ens podem plantejar i pot existir la complexitat del nostre món. Però no sé què pensar, sé que sempre m'envien a preguntes importants, però no tinc cap posició definida.

P Quin ha estat el rol dels festivals a la seva carrera? Va ser la Palma d'Or, a Cannes, determinant?

R En el conjunt de la meua carrera, els festivals han estat summament importants, començant pel Festival de San Sebastián, on, per primera vegada, es va mostrar la meua primera pel·lícula, 'Recursos Humans'. La pel·lícula va ser molt ben acollida aquí, també em va permetre guanyar el premi al millor realitzador jove, i també és veritat que és el lloc on més possibilitats tenim d'estar amb el públic, conèixer gent que ha vist la pel·lícula, parlar amb ells, saber si els ha agradat o no, i són moments molt emotius, molt importants en la vida d'una pel·lícula. Després vaig guanyar la Palma d'Or, a Cannes, anys més tard, i aquell va ser un dels moments més emocionants per a mi, de la meua carrera. No estic segur que la Palma d'Or m'hagués ajudat gaire a fer les següents pel·lícules. Potser econòmicament sí que em va ajudar, aquí deixo la finestra oberta. Però no sé si realment em va ajudar. Llavors vaig fer 'Foxfire', una pel·lícula molt més ambiciosa, molt més cara. Però em fa la

sensació que cada vegada que es fa una pel·lícula es comença des de zero, com si fos la primera. I és una cosa que m'agrada molt i també m'angoixa. Mai tinc la sensació d'haver après alguna cosa amb la pel·lícula anterior. Els perills sempre tornen.

P Estrena en pantalla gran o disponibilitat en plataformes?

R Just és el moment de lluitar. És el moment de defensar la idea que el cinema està fet per ser vist en un pantalla gran i, sobretot, junts, en una comunitat. La meva gran por avui dia per la pandèmia és

tant. Hi ha molts dispositius a França que permeten que els infants a l'escola vagin a veure una pel·lícula i en parlin. De totes maneres, mostrar una pel·lícula a un adolescent, a un noi més jove, també és obrir-li la mirada al món i, sobretot, fer-li entendre que es pot veure una pel·lícula per plaer, per descomptat, però també es pot sentir molt plaer reflexionant sobre una pel·lícula, i són els dos aspectes que em semblen més importants i s'han de defensar. Que la pel·lícula no ha de ser només un suport per parlar d'alguna cosa, també és una obra d'art que ha estat pensada i

LAURENT CANTET

“Per a mi, la riquesa del cinema és, justament, la diversitat. Aquest diversitat es troba en un cinema lituà, per exemple, el qual, gràcies a un distribuïdor, es descobrirà a París o, fins i tot, a un petit poble de França.”

que la gent s'hagi malacostumat i que comenci a veure pel·lícules fins i tot des d'un telèfon mòbil al metro. Jo vull continuar sent el vell dinosaure que fa pel·lícules per al cinema, i que hi hagi distribuïdores que encara facin aquesta feina, i sempre hem d'honrar els exhibidors, que són realment uns militants, que defensen les pel·lícules, que tenen ganes de protegir les pel·lícules que estimen. Això és genial: que cada teatre, cada sala, ha fet una feina editorial i l'hem de reconèixer.

P Pur entreteniment versus valors i reflexió? Quin és el seu punt de vista sobre l'educació en la imatge?

R Sí, estic convençut que l'educació en la imatge és essencial. És veritat que, a França, em fa la sensació que es fa bas-

escrita de forma precisa. I tenir una mirada, fins i tot, cap a la manera de produir una pel·lícula, crec que és molt important.

P Creu que MEDIA ha ajudat a potenciar i, ahora, protegir la diversitat cultural europea?

R Sí. Per a mi, la riquesa del cinema és, justament, la diversitat. Aquest diversitat es troba en un cinema lituà, per exemple, el qual, gràcies a un distribuïdor, es descobrirà a París o, fins i tot, a un petit poble de França. Tot el que permeti fer circular les pel·lícules i, molt sovint, això és el que necessiten les pel·lícules pobres, que m'interessen molt. Això s'ha de fer, per descomptat. En això rau la riquesa. La riquesa del cinema és poder escampar-se, anar a tot arreu.

P Què ens pot dir del seu secret de com rodar amb actors no professionals, per obtenir aquesta narrativa naturalista?

R És veritat que trigo molt a fer els càstings. Dedico molt de temps als càstings, i també crec que és aquí on es troba el secret. Parlant seriosament, m'agrada molt la idea que la pel·lícula sigui un obra molt col·lectiva, i passo molts de temps amb els intèrprets, replantejant-nos el guió, perquè quan m'adreço a un obrer, per exemple, per fer el paper d'un obrer, el que m'interessa és el seu coneixement del tema, la seva experiència. I, per tant, incloc els actors molt aviat en la producció de la pel·lícula, en una primeríssima etapa. Després hi ha una altra cosa, i és que rodo d'una forma molt peculiar. Rodo les escenes en el seu conjunt. No tallo, no hi ha un camp i un contra camp. Rodo amb dues càmeres, de principi a fi, tota l'escena, i després canvio d'eix i tornem a començar, des del principi fins al final. Llavors als actors els empeny la lògica de l'escena, agafen el ritme de l'intercanvi que s'està produint. I això em sembla essencial, sobretot quan treballes amb actors no professionals.



JAIME ROSALES

Director

“El cinema europeu ens produeix una identitat”

El director català de cinema **Jaime Rosales** estrenarà l'any que ve als cinemes la seva nova pel·lícula, '**Girasoles Silvestres**', que compta amb el suport d'Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament. Pràcticament la totalitat de la filmografia del director, guionista i productor Jaime Rosales compta amb el suport de MEDIA, i des d'**Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya** vam tenir l'oportunitat d'entrevistar-lo.

P Què ha suposat el desenvolupament de MEDIA com a primer pas per construir els teus projectes com a cineasta i productor?

R Un projecte que es defineix amb paraules, però no és una pel·lícula, acabarà convertint-se en una pel·lícula, i fins i tot jo mateix, com a cineasta, no sé exactament com serà aquesta pel·lícula, però puc intuir, i puc explicar a algú què penso i com espero que sigui. Aquest algú, el primer, és MEDIA, i aquesta comissió el llegeix i el valora. “Això sembla que serà així. Ho crec per la trajectòria. M'ho crec pel que

veig. Ho crec pel que hi ha al guió” o “No n’estic segur. Podria ser que sí, o podria ser que no”. I al final, aquell suport es converteix en diners que et permeten millorar el guió, començar a localitzar, començar a construir el finançament i el desenvolupament del projecte, i alhora, ja és un suport inicial, que ens permetrà picar altres portes. I així veig quin ha estat el paper de MEDIA en la meua carrera.

P Existeix un touch Rosales per treballar amb els teus actors i actrius?

R La meua manera de dirigir actors es basa en una tècnica, és una tècnica. Moltes vegades, durant l’elaboració de processos creatius, s’utilitzen paraules equivocades. “Ei, com va passar això?”. “Una inspiració, em va venir”. I es converteix en una mena de capsula negra en la qual el procés creatiu és molt capritxós, molt obscur, quan de fet és bastant clar per als creadors, i es basa en tècniques. Així, per exemple, dirigir actors és una qüestió purament tècnica. Coses que es fan de la mateixa manera que, per exemple, fa un pintor quan pinta alguna cosa. Fa servir una tècnica. Hi ha moltes tècniques: pot ser amb un traç prim, pot ser amb un pinzell més gruixut, pot ser per raspat... Són coses que es fan d’una altra manera. Quan treballo amb actors, també faig servir tècniques. Tècniques que es basen a fer que aquesta persona se senti relaxada i tranquil·la. No m’interessa posar-los massa pressió per aconseguir un resultat. I si alguna cosa sembla que no funciona, faig les coses lleugeres i intento veure com és l’actor, en què és bo o en què és dolent. No sé si hi ha un touch per part meua, però és una tècnica que conec molt bé, a

la qual li presto molta atenció i que també he anat perfeccionant, si pot ser, una mica amb els anys, perquè és cert que he treballat amb actors professionals, amb actors molt coneguts, amb actors naturals, i cadascun d’ells, en el fons, necessita a vegades petites adaptacions d’una tècnica que funciona per a un i no per a un altre.

P Què és el primer que t’interessa en un projecte? Tema, argument, públic...?

R Escollir una pel·lícula o començar a escriure un guió és un procés. Sempre estic alerta a les idees i anècdotes que es produeixen. De sobte llegeixo alguna cosa al diari, de sobte llegeixo un llibre o em ve un pensament. Qualsevol cosa és susceptible de convertir-se en una pel·lícula. Alguna cosa que em passa, un sentiment familiar, una qüestió política. El germen pot ser temàtic o argumental. Hi ha una idea que transmet alguna cosa o hi ha una petita narrativa, una petita estructura amb un personatge, amb una cosa que comença i acaba, que també és un germen. Durant un temps, hi dono voltes al cap. Aquell tema o aquella narració pot esdevenir un guió? Començo a pensar, començo a pensar en els personatges, per on pot començar, serà interessant per al públic? Explica alguna cosa que és important per a mi? Tindrà una estructura econòmicament viable? Tindrà una forma fílmica, és a dir, una manera de rodar que ens permetrà explorar el llenguatge cinematogràfic? I visc amb aquest germen durant un temps i el desenvolupo una mica. Quan aquest desenvolupament sembla que pren forma, la narració comença a consolidar-se, hi ha un bon començament i pot haver-hi un bon final, hi ha un fil narratiu,

hi pot haver diferents personatges... De fet, cada cop m'enamoro més del tema. És una cosa que m'importa molt explicar i, alhora, econòmicament és possible dir: "A veure, quant pot costar això? Quant puc finançar normalment? Aquesta història, aquesta pel·lícula, interessarà als distribuïdors, als agents internacionals? I aleshores, quan la viabilitat econòmica, l'interès temàtic i l'estructura narrativa en si sembla que coincideixen, li mostro a la Bàrbara, la meva productora. Li dic: "Ei, Bàrbara, què en penses? Com et sona aquesta melodia?". Ella podria dir: "Uf! Crec que ja hem treballat aquest tema" o "És perillós, podríem entrar en alguna cosa que per l'estructura no sabrem desenvolupar bé", o "És massa petit", o "És massa gran", "No té la mida adequada econòmicament". Si és massa petit, finalment no ens permetrà desenvolupar la nostra carrera en la direcció ascendent que volem. Si és massa gran, ens quedarem encallats a mig camí perquè no ho podrem finançar tot. Així doncs, avaluem aquestes coses i quan veiem que té llum verda perquè és evident que serà factible, serà interessant i té un bon marc, aleshores fem el pas i escrivim el guió, comencem a desenvolupar-lo, comencem a col·laborar amb la gent, confeccionem el dossier i també comencem a planificar una estratègia de finançament. A qui li donarem en primer lloc? És molt important. La primera pedra és la més important, per tant ha de ser una entitat, i en aquest cas per això és òptima MEDIA, que sap valorar un projecte una mica verd, verd en el sentit del desenvolupament final, no verd per a ells. Ha de ser prou madur per a aquesta font, precisament, però aquesta font ja sap que

el projecte no està tan desenvolupat com ha de ser, per exemple, per a l'ajuda de l'ICAA en acabar, que ha de ser l'última pedra, ha d'estar totalment finançat, amb un càsting totalment tancat, un equip tècnic totalment tancat i localitzacions gairebé totalment definides. Això és molt important. Així doncs, també definim i pensem en aquesta estratègia. I després ens llancem a fer-ho. I després no hi ha marxa enrere.

P Què ha representat l'extens circuit de festivals que cobreix la teva filmografia?

R Els festivals són realment importants per a un determinat tipus de cinema, un tipus de proposta. Cada pel·lícula, quan estem definint una pel·lícula, i això és molt important, perquè no només és des del desenvolupament i el finançament, sinó també per a l'espectador també, fas una promesa fins que la pel·lícula està a punt. Fins i tot quan ja és al cinema, veus el cartell, has vist la campanya, aquella pel·lícula conté una promesa. James Bond conté una promesa. Una pel·lícula d'Apichatpong conté una promesa. Una pel·lícula de Pedro Almodóvar conté una promesa. Cada pel·lícula conté una promesa. Aleshores veurem, quan la mirem, si s'ha complert, si s'ha millorat o si ha resultat, malauradament, pitjor del que era la promesa. Així doncs, el tipus de cinema que va als festivals sanciona aquesta promesa. El tipus de cinema que està entre el personal i el col·lectiu, entre un públic culte però també certament ampli, sense convertir-se en una pel·lícula d'entreteniment de masses, aquest tipus de cinema generalment rep el suport d'un festival com a plataforma de llançament, però també com a sanció

de qualitat. Així doncs, en aquest doble paper de plataforma de llançament i sanció de qualitat, el festival té un paper molt important. És molt rellevant per a l'espectador, que és conscient d'aquest tipus de cinema, així com per als cineastes, comptar amb el suport d'un festival. Hi ha molts festivals, hi ha diferents nivells i, a cada pel·lícula, de vegades parteixes d'una petita promesa i surt millor. Fins i tot des del festival, el trampolí és més gran. O, malauradament, pot passar a l'inrevés: partiu d'una promesa molt forta, perquè la trajectòria anterior et permetia apostar-hi, i en comptes de sortir vermell, surt negre. Bé, tampoc és una tragèdia, però et refàs.

P El Goya a 'La Soledad' va ser un punt de partida en la teva carrera?

R Amb els premis passa el mateix. És la mateixa recepta: el festival, el tipus de festival, el premi, el tipus de premi. En el meu cas, per exemple, el premi que vam rebre per 'La Soledad', va tenir un efecte molt marcat a la taquilla: va permetre una segona estrena molt més forta que la primera. I penses: "Carai, és increïble que un premi pugui produir-ho, oi?". També és el fet que cada pel·lícula, cada premi, té les seves circumstàncies particulars. Una pel·lícula com 'La Soledad', que va tenir un primer resultat força trist perquè pensaves: "A la gent semblava que li agradava", però l'aposta inicial dels distribuïdors no era tan forta, la comunicació, tot i que era de gran qualitat, no va ser tan massiva, doncs, potser la data escollida no va ser tan bona... una sèrie de factors. Tanmateix, un cop vam aconseguir el premi, hi va haver una comunicació de premsa molt forta, les distribuïdores van treure de

sobte molts més exemplars i la taquilla va ser cinc vegades més elevada que la primera. Per tant, va ser molt rellevant.

P Què ens diries sobre la capacitat del cinema europeu d'educar les futures noves audiències.

R El tema de l'educació, la utilitat, la moral, l'ètica o la política és delicat. Crec que és molt delicat. Vull dir, algú llegeix una novel·la perquè li ensenyin alguna cosa? Algú va al cinema perquè li ensenyin alguna cosa, alguna cosa que es pugui ensenyar? Si és així, podria caure del costat bo, però també podria caure del costat dolent. Vull dir, al final, la política té una llarga història des de tots els extrems, des del feixisme fins al comunisme, han intentat controlar l'art perquè volien modelar a l'individu. Així, a mi, per exemple, l'art moralista, l'art altament polític, m'inquieta perquè tal com et podrien dir: "Podries intentar alinear-lo amb interessos polítics o ètics" per a tu, també podria ser al contrari. Així doncs, en general, crec que la justificació del fet artístic i de l'exposició artística és el gaudi intel·lectual, humà i personal. Vull dir, la raó per la qual crec que és meravellós anar a una òpera de Verdi, llegir una novel·la de Camus o veure una pel·lícula de Haneke, però, per què no, també una pel·lícula de Spielberg, és per gaudir personalment, perquè t'enriqueix personalment, perquè quan veus una obra transformadora, et transformes, però potser el teu veí l'ha deixat indiferent, i al revés per a una altra pel·lícula. Per tant, no justifico donar suport a la cultura per raons pràctiques i, encara menys, per raons ideològiques. Em sembla molt perillós. De fet, el famós creador de la Ci-

némathèque, Henri Langlois, deia: “S’ha de preservar tot”. No hem de filtrar i, sobretot, no hem de filtrar ideològicament. Podries estar equivocad i no saps què pot ser útil per a les generacions futures. Crec que Pedro Almodóvar té interès i Clint Eastwood té interès, i són ideològicament oposats. I no vull ni que Pedro m’eduqui, ni que Clint Eastwood m’eduqui. Vull que m’ofereixin una pel·lícula, gaudir-la i fer-la

un a més a més. Però la projecció i la manera de pensar una pel·lícula, des del meu punt de vista, és per a una sala. Per tant, qualsevol cosa que doni suport a això, qualsevol cosa que signifiqui ajudar els propietaris de les sales a comunicar millor l’existència de les pel·lícules, a millorar els cinemes, a fer-los més còmodes, amb una projecció de millor qualitat, en llocs... Per descomptat, els cinemes també es-

JAIME ROSALES

“Crec que està força clar que la història del programa MEDIA és una història d’èxit. Vull dir, de com va néixer, com ha anat evolucionant, com ha anat agafant més pes”

meva. I podria canviar alguna cosa en mi o no, però, sobretot, no voler educar l’espectador. Això, per a mi, està molt a prop del feixisme.

P Sobre la circulació del cinema europeu. El cinema, primer a les sales, no?

R Sí, crec que és fonamental donar suport, de totes les maneres possibles, a la xarxa de distribució theatrical, és a dir, a les sales de cinema. Res és comparable amb l’experiència de veure una pel·lícula al cinema. Crec que la concentració, el fet que hi hagi més gent, que hi puguis anar, que surtis de casa, que vagis acompanyat, que tries una pel·lícula per veure-la amb algú perquè l’has escollit, o potser ets tu qui acompanya algú, i aquest algú ha triat la pel·lícula. Però això és molt important. Crec que el cinema, com el teatre, per exemple, és una cosa que s’ha de veure en una sala, i les plataformes estan bé com a més a més, o com a més a més per a la televisió, com abans el vídeo era

tan, per exemple, subjectes a la pressió immobiliària. Aconseguir un cinema en una ubicació privilegiada d’una ciutat té un cost. Tot això, tot allò que pugui ajudar-lo a existir, és fonamental. En aquest sentit, evidentment, he tingut la sort de poder distribuir les meves pel·lícules a cinemes de diferents països i encara espero poder-ho seguir fent perquè no hi ha res més bonic que anar al cinema a veure una pel·lícula. Es meravellós.

P Creus que el programa MEDIA ha estat un cas d’èxit?

R Crec que està força clar que la història del programa MEDIA és una història d’èxit. Vull dir, de com va néixer, com ha anat evolucionant, com ha anat agafant més pes, donant suport a més cineastes, més cinematografies i, alhora, hem vist que, malgrat les dificultats, tant el domini de grans empreses que volen controlar el sistema d’exhibició i aquesta mateixa dinàmica de les noves plataformes, els

cinemes i als diferents països. He tingut la sort de viatjar, i ho veus pels barris, aquests cinemes que hi ha per tot arreu i tots han tingut aquest suport. Per tant, crec que és indubtablement una història d'èxit i que hauria de continuar sent-ho, perquè hi ha una relació molt clara entre els recursos utilitzats i els resultats. Aleshores, hi haurà altres tipus de suport? No ho sé. Potser en el sector de l'automòbil, que també rep moltes ajudes, que pot funcionar o no, i de sobte està pensat per fomentar l'ocupació i fins i tot cau. Però el cas dels cinemes és molt important i molt clar. És meravellós. He anat a festivals de ciutats petites que es fan amb molta il·lusió i hi ha aquest cinema de ciutat que és el pulmó cultural. A França, el que veiem als països més petits, o a les seves capitals, a les seves ciutats més importants, és el que veiem a França, a qualsevol poble. Això és meravellós. Crec que seria meravellós que a Espanya no fos només a Saragossa, Sevilla, Sant Sebastià, Barcelona o Madrid, sinó a més ciutats, fins i tot en ciutats petites. Per exemple, en llocs com Figueres o Alcalá de Henares, que també tenen un escenari cultural, podria haver-hi un programa de cinema europeu. El cinema europeu té quelcom que és molt bonic: és un cinema que ens ha permès arriscar i investigar el llenguatge. Així doncs, tots els nord-americans miren pel·lícules europees, les adapten i en beuen. I després, és un cinema que ens produeix una identitat. Perquè el que produeix el cinema és una experiència identitària. És a dir, quan miro una pel·lícula espanyola, miro una cosa que em resulta familiar, que faig meva i que, alhora, construeix la meva pròpia identitat. Per tant, és important

fer-ho a tota la xarxa de territoris, a tot el territori nacional, i després a tot el territori europeu. Seria desitjable que cada cop hi hagués més localitats petites de diferents geografies que tinguessin també els seus propis espais d'exhibició i assaig, els seus propis cinemes europeus. I això seria molt bo, que el que és meravellós a França, la resta de països també ho tinguin en la mesura que podem.

P MEDIA fa 30 anys... ens felicites?

R 30 anys de MEDIA. Espero que sigui només un nadó i que visqui molts anys més i que continuï donant suport al cinema europeu, als autors i al públic, perquè, al final, tots treballem per al públic.

**CARLA SIMÓN**

Cineasta

“El temple del cinema són les sales”

Després de l'exitosa òpera prima 'Estiu 1993', amb el suport d'**Europa Creativa MEDIA** al Desenvolupament, la cineasta catalana **Carla Simón** estrenarà el 2022 el seu segon llargmetratge, 'Alcarràs', que també compta amb el suport d'**Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Contingut (Slate Funding)**.

Aprofitant el seu pas per les diferents activitats dins del **Festival de Cinema Independent de Barcelona L'Alternativa** vam tenir l'ocasió de parlar amb Carla Simón.

El programa MEDIA dona suport a la fase del desenvolupament. Com ha estat per tu com a cineasta aquest procés en convivència amb les teves productores: Inicia Films i Avalon respectivament?

R Per a mi, les ajudes al Desenvolupament de MEDIA són una empenta molt gran quan comences a elaborar el projecte quan encara no és res, i fa por perquè no saps si pot funcionar o no. Són uns diners que com a directora i guionista et donen temps per escriure, que són el que més

necessites quan estàs començant un projecte. I, de cara al propi projecte i als productors, crec que és un segell essencial perquè després tingui un recorregut de finançament que funcioni bé. En el nostre cas, que hem tingut MEDIA en les dues pel·lis que he fet, sento que és la primera pedra. Els primers que han cregut en el projecte i ens han donat confiança, i a partir d'aquí tot ens ha anat rutllat. Així que, per a mi, MEDIA és molt important.

P Per MEDIA, el desenvolupament d'audiències i l'educació en la imatge és important. Com ha estat el teu pas com a tutora cineasta en el projecte “Cinema en Curs”?

R Per a mi, precisament, parlant de sales i parlant de donar valor al cinema com a art, la solució sempre està en l'educació. Entendre que el cinema és també una manera d'educar la sensibilitat de la gent, que més enllà de qualsevol cosa relacionada amb el cinema, és quelcom que necessitem avui en dia. Per a mi Cinema en curs és un projecte que tant de bo es pogués fer a totes les escoles del món, perquè més enllà d'educar en el cinema, educa la sensibilitat dels nens i les nenes. A més, és una manera per ells de descobrir un cinema que, segurament, no descobririen d'una altra manera i, a més, estan absolutament oberts a descobrir-lo, que això és el més bonic.

P Molts laboratoris i iniciatives de formació a Europa tenen suport de MEDIA. Quina rellevància han tingut en la teva participació amb Estiu 1993 i Alcarràs?

R Gairebé tots els laboratoris d'escriptura en què he participat compten amb el

suport de MEDIA i, per a mi, són un lloc íntim i segur on comentar i compartir el material que estàs escrivint. I, en el meu cas, que treballo amb un material tan personal, m'ha anat molt bé aquest espai per poder contrastar una mica si el que estic escrivint té interès com a història, o només m'interessa a mi perquè és personal. A part, són llocs on he après molt, perquè no només he desenvolupat els meus projectes, sinó que he llegit altres projectes

per a mi, a la part que dedico més energia i més temps és en una cosa que no es veu a la pel·lícula, que no veu ningú, que és tot aquest treball previ per anar creant aquestes relacions.

P Els Festivals han estat importants per a tu, com a cineasta, per assolir l'èxit d'Estiu 1993?

R Els festivals, en aquest tipus de cinema, són la gran plataforma de llançament de

CARLA SIMÓN

Gairebé tots els laboratoris d'escriptura en què he participat compten amb el suport de MEDIA i, per a mi, són un lloc íntim i segur on comentar i compartir el material que estàs escrivint.

i he hagut de donar feedback. I també, a partir del material d'altres, i de pensar en què es pot millorar dels altres projectes, també acabes creixent i aprenent.

P Quina tècnica utilitzes per dirigir als teus actors i actrius?

R Per a mi, amb el tema dels actors, el que més em funciona és fer una preparació prèvia molt llarga, on el que fem bàsicament és passar temps junts i crear les relacions que tenen aquesta gent a la pel·lícula. La relació de pare i fill, crear situacions, improvisar moments perquè passin aquells conflictes que són molts semblants als que passaran a la pel·lícula. I poc a poc acabem, com que jo escric sobre família, creant una família, d'alguna manera, en què les seves relacions són exactament iguals a les que després es desenvolupen a la pel·lícula. I amb aquesta base, assagem la pel·lícula i rodem. Però,

les pel·lícules i és una manera de posar les pel·lícules al mapa, tant des del punt de vista comercial i de públic, com des del punt de vista cinèfil. I jo crec que 'Estiu 1993' mai no hagués tingut el ressò ni el recorregut que va tenir sinó hagués estat gràcies als festivals, perquè no teníem tants diners per fer una campanya publicitària molt gran.

P I per extensió; els premis. Va suposar el Goya per a 'Estiu 1993' (3/8) un punt i apart?

R Jo crec que els premis ajuden moltíssim també a la promoció de la pel·lícula. En el nostre cas, amb els Goya, en concret, la pel·lícula en aquell moment encara estava aguantant a les sales de cinema com per art de màgia i, de sobte, hi va anar més gent a veure-la. I jo crec que són importants també per posar el cineasta al mapa en general. Tot el que va passar amb 'Es-

tiu 1993' em va canviar molt la vida professional.

P La candidatura per part d'Espanya per anar als Oscars va esdevenir un pressing excessiu de cara a preparar Alcarràs?

R Per a mi, el tema dels Oscars va ser una cosa surrealista, bàsicament. Jo mai he tingut l'ambició de guanyar un Oscar. No és un lloc on pensi que hi estigui apuntant. I quan no vam quedar dins de la shortlist de nominades a pel·lícula estrangera, recordo que, en part, em vaig sentir alleugerida, i em va permetre concentrar-me en l'escriptura del nou projecte, que és el que més em va costar, després de tota la bogeria d'"Estiu 1993'.

P Què opines de la situació pel que fa a l'equilibri de gènere i la igualtat en l'àmbit de la direcció?

R Jo crec que estem en un moment optimista, en què, com a mínim s'ha desbloquejat una mica aquesta cosa que no hi havia dones fent cinema o dirigint cinema. I el fet que hagi sortit tota aquesta generació de la meua edat, que som moltes, que ens coneixem, que ens ajudem, que estem en l'àmbit de l'educació, que també és molt important, de sobte, aquesta manca de referents femenins ja no existeix. Ja hi és. Jo estic optimista en aquest sentit, que cada vegada hi haurà més dones fent cinema. Ara, crec que encara falta un llarg recorregut, perquè totes hem fet una o dues pel·lícules, i crec que hem de tenir carreres consolidades.

P I què ens pots dir sobre el català com a idioma de rodatge?

R Jo rodo en català perquè les històries

que he escrit fins ara té sentit que passin en català. I és més, acabem de rodar una pel·lícula a Lleida en dialecte específic d'allà i ens està passant que hi ha gent d'aquí que no ho entén. Per a mi és trobar la manera d'explicar les històries en l'idioma que és més natural.

P Es consumeix més audiovisual que mai... pregunta obligada: plataformes o sales de cinema?

R Hi ha aquesta cosa ara sobre si desapareixeran o no les sales de cinema, i aquí jo també soc optimista. Crec que no desapareixeran, però penso que estem en un moment molt negre, perquè no se li dona el valor que se li hauria de donar. I per a mi, no és el mateix entrar en una sala, veure una pel·lícula, apagar el mòbil, estar a les fosques, estar amb més gent, compartir aquesta experiència, i sortir i comentar. Per a mi, hi ha un respecte cap a allò que es veu quan es va al cinema, que té a veure amb el fet de considerar que el que vas a veure és art, és una obra d'art. I, en canvi, veure les pel·lícules des de casa a rebre el premi a Millor Actor Europeu (Anthony Hopkins), mentre estàs fent 10.000 coses, està molt lluny d'això. Jo crec que el temple del cinema són les sales. ■





ARTICLE

LA COMISSIÓ EUROPEA LLANÇA LA NOVA CAMPANYA CHARACTER

Character és la nova campanya de la Comissió Europea, en col·laboració amb **Le Collectif 50/50**, per a la diversitat i la inclusió a la indústria del cinema i de l'audiovisual.



Amb la representació de models femenins, la campanya pretén:

Destacar posicions menys conegudes del sector per promoure la diversitat a través de la gran varietat de possibles itineraris professionals

Animar les dones joves a seguir carreres en àmbits tradicionalment considerats “masculins” tot demostrant-los que, en realitat, les dones poden accedir i tenir èxit en aquests camps, i desmuntar els estereotips i els prejudicis que diuen que algunes feines estan fora del seu abast a causa del seu gènere

Destacar els assoliments i singularitats dels diferents perfils; amb el focus en les possibilitats i oportunitats, més que en els impediments

La campanya es va presentar el passat 9 de juliol de 2021 en el marc del **Marché du Film** del **Festival de Cannes** i s'ha allargat fins a finals d'any per augmentar la presa de consciència sobre les desigualtats dels sectors.

Concebuda en el marc del **Pla d'Acció de Mitjans i Audiovisuals** adoptat per donar suport a la recuperació i transformació de la indústria dels mitjans, la campanya vol contribuir a empoderar tots els talents europeus, tant davant com darrere de la càmera, amb especial atenció a les dones. L'objectiu final de la campanya és fomen-

tar la inclusió i la representativitat per permetre que les indústries dels mitjans de comunicació continuïn sent culturalment riques i vibrants, en sintonia amb la diversitat de les nostres societats europees.

S'han publicat un total de **12 vídeos d'entrevistes** amb dones inspiradores, i els espectadors han tingut l'oportunitat de conèixer les particularitats de les seves posicions, les seves experiències professionals, els reptes i els èxits.

La campanya forma part de l'agenda de la Comissió von der Leyen d'una Unió d'Igualtat mitjançant l'Estratègia d'Igualtat de Gènere de la UE que té com a objectiu una Europa amb igualtat de gènere per al 2025.

Els vídeos s'han complementat amb més material de comunicació que s'ha difós a les xarxes socials, i amb un conjunt d'eines que s'han distribuït als centres educatius de grau mitjà/secundària d'Europa, així com a escoles de cinema i organitzacions educatives.

La campanya forma part de l'agenda de la Comissió von der Leyen d'una Unió d'Igualtat mitjançant l'Estratègia d'Igualtat de Gènere de la UE que té com a objectiu una Europa amb igualtat de gènere per al 2025.

La igualtat de gènere a les esmentades indústries està encara lluny d'aconseguir-se. A més dels obstacles que les dones poden trobar a les seves carreres, un factor ben conegut d'aquests desequilibris persistents resideix en el fet que certs sectors

encara es consideren predominantment o exclusivament masculins.

L'impacte de tals punts de vista ha sostingut la pràctica generalitzada de l'auto-censura, el que desanima algunes dones a buscar entre un ampli ventall de feines. La campanya CharactHer té com a objectiu desacreditar aquests estereotips: no hi ha una feina 'masculina'. Les dones poden exercir qualsevol tasca.

La indústria del cinema i de l'audiovisual ofereix una àmplia gamma d'oportunitats professionals que requereixen d'una varietat de competències diferents.

Amb **CharactHer**, la Comissió Europea us convida a descobrir dones professionals inspiradores d'arreu d'Europa. Gaudiu del viatge!

Representació

La indústria del cinema i els mitjans de comunicació és una indústria de narradors: la representació justa és una gran responsabilitat: si no veieu gent com vosaltres als mitjans que consumeixiu, us fa pensar que d'alguna manera no heu de tenir importància.

Aquest fenomen es coneix com a "aniquilació simbòlica" en ciències socials, i s'entén com un mitjà per mantenir la desigualtat social.

Les pel·lícules reflecteixen en gran mesura les actituds culturals predominants sobre els rols, les normes, les actituds i les expectatives de gènere. Mentrestant, les representacions de grups minoritaris al cinema i als mitjans de comunicació poden influir en la difusió d'estereotips.

Aquesta doble causa i efecte sovint es tradueix en un cercle viciós, ja que els estereotips socials influeixen principalment

en cineastes masculins que, al seu torn, creen art que s'afegeix a aquests estereotips.

Qui explica la història importa

Les dones que treballen darrere de la càmera tenen una influència en el que veiem a la pantalla: el percentatge de personatges femenins i protagonistes/coprotagonistes augmenta significativament quan hi ha una directora. Una tendència similar es pot observar amb les dones guionistes i els personatges principals en contrast amb les històries escrites només per homes.

Situació actual a les indústries cinematogràfiques i mediàtiques europees

Si bé les dones representen el 51% de la població europea, només el 20% de les pel·lícules produïdes a Europa entre el 2015 i el 2018 van ser dirigides per una directora.

Existeix un desequilibri de gènere clar i persistent entre les feines del sector cinematogràfic:

Camps dominats per homes (menys del 30% dones)

- Direcció, guió
- So, Cinematografia
- Gestió del conjunt
- Departament de Càmera i Elèctrica
- Supervisió VFX
- Música

Camps dominats per dones (menys del 30% homes)

- Vestuari
- Perruqueria i maquillatge
- Càsting
- Continuitat

Uèle Lamore, compositora Francesa



EL MILLOR CINEMA EUROPEU COMPTA AMB EL SUPORT DE MEDIA

LES PEL·LÍCULES AMB SUPORT MEDIA TRIOMFEN ALS PREMIS DEL CINEMA EUROPEU



La 34a edició dels **European Film Awards (EFA)**, que celebren i premien els grans èxits del cinema europeu, es va dur a terme el passat **11 de desembre** com un **esdeveniment híbrid**.

Entre les pel·lícules **guardonades** figuren diversos **films amb suport d'Europa Creativa MEDIA**.

La gran triomfadora de la nit va ser el film amb suport MEDIA ***Quo Vadis, Aida?***, de **Jasmila Žbanić** (Bòsnia-Herzegovina, Àustria, Països Baixos, França, Polònia, Noruega, Alemanya, Romania, Turquia) – **Suport MEDIA a la distribució automàtica**, que comptava amb **4 nominacions** i va obtenir **3 premis: Millor Pel·lícula Europea, Millor Direcció Europea (Jasmila Žbanić) i Millor Actriu Europea (Jasna Đuričić)**

Entre els guanyadors també destaca el film amb suport MEDIA ***Flee***, de **Jonas Poher Rasmussen** (Dinamarca, França, Suècia, Noruega, 2021), guardonat amb els premis a **Millor Documental Europeu i Millor Pel·lícula d'Animació Europea**, i va camí d'aconseguir una triple nominació

històrica als propers **Oscars 2022**.

També la cinta amb suport MEDIA ***The Father***, de **Florian Zeller** (Regne Unit, França) – **Suport MEDIA a la distribució automàtica**, que optava a **4 nominacions**, va rebre el **premi a Millor Actor Europeu (Anthony Hopkins)** i el guardó a **Millor Guió (Florian Zeller, Christopher Hampton)**.

Entre les guanyadores dels **Premis a l'Excel·lència dels EFA 2021** també destaquen diverses pel·lícules amb **suport d'Europa Creativa MEDIA: *Great Freedom***, de **Sebastian Meise** (Àustria, Alemanya, 2021), que va obtenir 2 premis: **Millor cinematografia europea (Crystel Fournier)** i **Millor banda sonora original europea (Nils Petter Molvær & Peter Brötzmann)**. ***Titane***, de **Julia Ducournau** (França, Bèlgica), guardonada amb el **Premi al Millor maquillatge i perruqueria europeus (Flore Masson, Olivier Afonso & Antoine Mancini)**. El film ja va aconseguir la **Palma d'Or** al **Festival de Cannes**, tot esdevenint així la primera dona en solitari en guanyar la Palma d'Or. ***Dýrið (Lamb)***, de **Valdimar**

Jóhannsson (Islàndia, Suècia, Polònia, 2021), que va rebre el **Premi als Millors efectes especials europeus (Peter Hjorth & Fredrik Nord)**. 'Lamb' va obtenir també a la secció **Un Certain Regard de Cannes el Premi a la Originalitat**. El film també va resultar guardonat a la darrera edició del **Festival de Sitges**, on va rebre **3 premis**, entre els quals, el de **Millor Pel·lícula. *Ter-mészetes fény (Natural Light)***, de **Dénes Nagy** (Hongria, Bèlgica, França, Alemanya, Letònia), guardonada amb el **Premi al Millor disseny de producció europeu (Márton Ágh)**.

Podeu consultar el **l·listat complet de films guardonats als EFA 2021**.

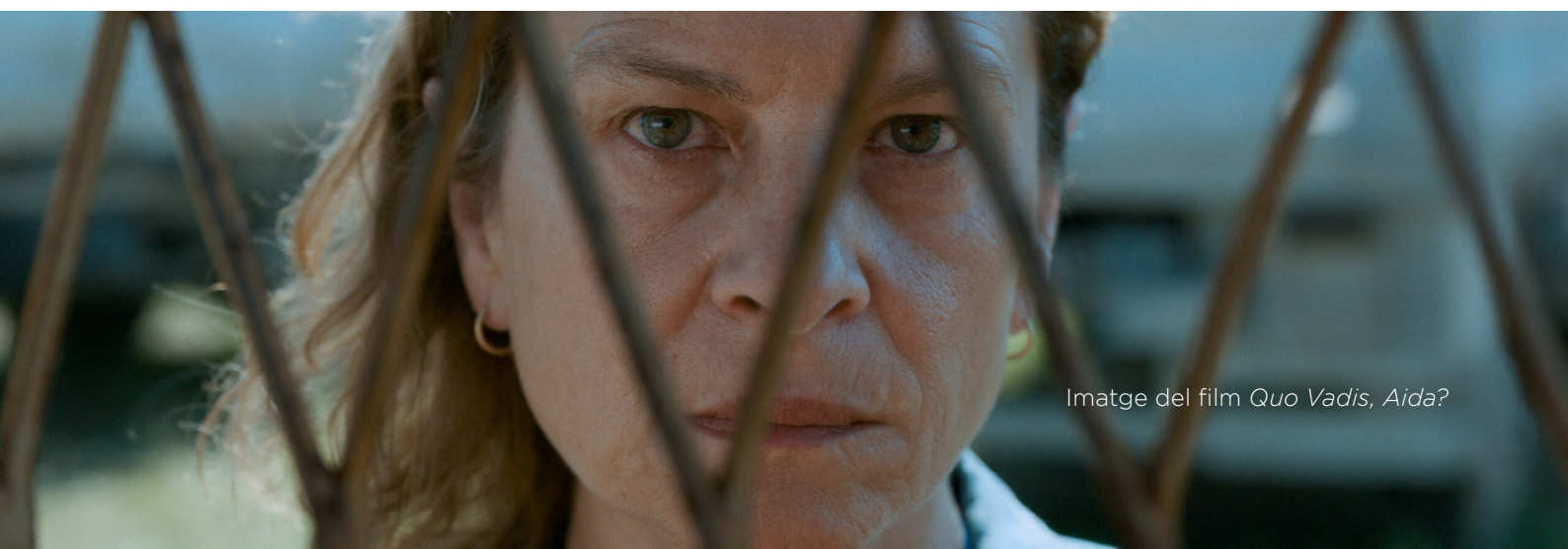
En aquesta edició, entre les pel·lícules europees nominades, en figuraven **almenys 12 amb suport d'Europa Creativa MEDIA**, que comptaven amb un total de **25 nominacions**.

En total, la UE ha invertit més **d'1,3 milions d'euros** per donar suport al desenvolupament i distribució d'aquestes **12 pel·lícules**. Fundada el 1988, la **European Film Academy**, que compta amb el suport d'**Europa Creativa MEDIA** a través de la línia de **suport d'Accés al Mercat**, reuneix més de **4.200 professionals** del cinema europeu amb l'objectiu comú de promoure la cultura cinematogràfica europea.

Premis LUX

Per segona vegada, la cerimònia dels **European Film Awards** també va incloure l'anunci de les nominacions al **LUX European Audience Film Award**, presentat pel **Parlament Europeu** i la **European Film Academy** i en col·laboració amb la **Comissió Europea** i **Europa Cinemas**.

Les tres pel·lícules finalistes, que també compten amb el suport d'Europa Creativa MEDIA, són: ***Quo Vadis, Aida?***, de **Jasmila Žbanić** (Bòsnia-Herzegovina, Àustria, Països Baixos, França, Polònia, Noruega, Alemanya, Romania, Turquia), que **compta amb el suport d'Europa Creativa MEDIA a la distribució automàtica** i, que tal i com hem esmentat, va ser la gran triomfadora dels Premis EFA, amb 3 guardons. La interpretació de Jasmila Žbanić sobre la massacre de Srebrenica ha obtingut molts elogis des de la seva estrena mundial al 77è Festival de Cinema de Venècia, on va competir pel Lleó d'Or. El personatge principal de 'Quo Vadis, Aida?' és una traductora de l'ONU que intenta salvar la seva família quan l'exèrcit serbi es va fer càrrec de la petita ciutat de Srebrenica el 1995. ***Flee***, del director danès **Jonas Poher Rasmussen**, ofereix una història poderosa sobre la migració i l'autodescobriment. A través d'una sèrie d'entrevistes íntimes i



Imatge del film *Quo Vadis, Aida?*

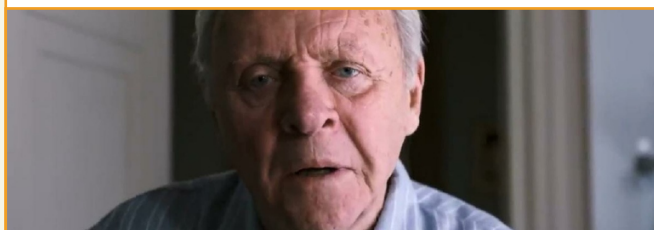
l'ús efectiu de l'animació, el director explica la història d'un dels seus amics més propers, que va fugir de l'Afganistan quan era petit i va lluitar per construir-se una vida a Europa. Originalment seleccionada per a **Cannes 2020**, la pel·lícula va tenir la seva estrena mundial a la **World Cinema Documentary Competition** del **Festival de Cinema de Sundance**, i va sortir amb el **Gran Premi del Jurat**. Flee també ha estat seleccionada com a presentació danesa per als Premis de l'Acadèmia, i recentment ha rebut l'European University Film Award de l'EFA, pel qual van ser nominats els 3 títols LUX. **Great Freedom**, de **Sebastian Meise** (Àustria, Alemanya, 2021), que va obtenir també **2 premis als EFA**. Es tracta del segon llargmetratge del director austríac Sebastian Meise i explica la història de la vida d'un home (interpretat de manera brillant per l'actor alemany Franz Rogowski) que passa la major part de la seva vida adulta a la presó per ser homosexual. L'impressionant drama de Meise, que es va estrenar a la secció **Un Certain Regard de Cannes** a principis d'any —on va rebre el Premi del Jurat—, examina l'Alemanya de la postguerra en tres períodes diferents, amb un interès particular per la criminalització de la vida queer sota el famós Paràgraf 175. Entre altres reconeixements, com el premi principal a Sarajevo, **Great Freedom** també ha estat seleccionada com a entrada austríaca als **Oscars el 2022**.

Les tres pel·lícules nominades seran subtítulades als 24 idiomes de la UE, amb l'objectiu d'arribar a un públic més ampli a tots els Estats membres i generar debats sobre els temes oportuns que tracten. Tot i que en aquesta ocasió només

hi ha tres pel·lícules candidates al premi, el LUX Audience Award encara preveu augmentar el nombre de finalistes fins a 5 títols en les properes edicions. El passat 12 de desembre es va posar en marxa la **plataforma de votació** al lloc web oficial dels premis LUX, donant inici al període 'Watch & Vote', en què el públic de tot Europa podrà votar mitjançant la valoració de les pel·lícules nominades. També hi haurà informació actualitzada sobre projeccions a cinemes, festivals i catàlegs de vídeo a la carta. A partir del març de 2022 també començarà la votació interna del Parlament Europeu, que permetrà als eurodiputats votar les pel·lícules nominades a través d'una plataforma interna. Durant els LUX Film Days, que es desenvoluparan des de mitjans de març fins a finals de maig, els tres finalistes faran una gira per Europa amb **projeccions** organitzades en col·laboració amb les oficines d'enllaç del Parlament Europeu a tots els països de la UE. Un any més, el guanyador del LUX Audience Award serà conjuntament seleccionat en funció dels vots del públic i dels eurodiputats (cadascun amb el 50% dels vots). La cerimònia de lliurament del premi tindrà lloc al Parlament Europeu a Estrasburg el **8 de juny de 2022**.▣



Saps quants i quins **premis** va rebre la pel·lícula amb suport de MEDIA **The Father**, de **Florian Zeller**? Descobreix-ho **aquí!**



Quin és el nom de la directora i guionista francesa, el darrer film de la qual, que compta amb el suport de MEDIA al Desenvolupament, porta per títol **Titane**, i va guanyar la **Palma d'Or al Festival de Cannes 2021**, tot esdevenint així la primera dona en guanyar en solitari la Palma d'Or a Cannes?



Sabries dir quines són les **4 pel·lícules** dirigides per **Małgorzata Szumowska** 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



El film d'animació **Les Hirondelles de Kaboul**, dirigit per **Zabou Breitman i Éléa Gobbé-Mévellec (França, Suïssa, Luxemburg, 2019)**, i que compta amb el suport de MEDIA al Desenvolupament, ha passat per nombrosos festivals internacionals i ha estat nominat i guanyador de múltiples premis. Descobreix **quins!**

Saps quins **8 títols** de la filmografia de **Laurent Cantet** han rebut suport de MEDIA?

Podries dir quina de les quatre següents pel·lícules amb suport MEDIA dirigides per **Mia Hansen-Løve** va guanyar la **Conxa d'Or** en alguna de les edicions del **Festival de San Sebastián?**

- **Bergman Island**
- **Eden**
- **L'Avenir ('Things to Come')**
- **Maya**



ENTREVISTA

next us

“ELS DOCUMENTALS SÓN PLUJA FINA QUE AJUDEN A TRANSFORMAR LA REALITAT”

JOAN GONZÀLEZ

Director del DocsBarcelona

El **DocsBarcelona** celebrarà la 25a edició el proper mes de maig de 2022. La secció d'Indústria compta amb el suport d'Europa Creativa MEDIA i ha esdevingut mercat estratègic per al sector del documental a Catalunya, Espanya i Europa.

DocsBarcelona també és beneficiari de la convocatòria Film Education de MEDIA amb el projecte **Learning By Docs (LBD)**, una iniciativa que utilitza pel·lícules documentals com a recurs d'aprenentatge sobre els diferents temes i matèries que es treballen a l'etapa de secundària i universitària i ho fa a través d'una plataforma en línia accessible mitjançant subscripció. Després de 2 anys de desenvolupament, 10 escoles de secundària de Catalunya han provat la nova plataforma, pensada com a eina pedagògica a través

de l'audiovisual. Els estudiants poden accedir en línia a una selecció de pel·lícules documentals i descobrir la narrativa cinematogràfica, alhora que aprenen i aprofundeixen en història, política i d'altres qüestions socials a través d'elles i esdevé una eina per reforçar el procés d'aprenentatge dels alumnes del segle XXI.

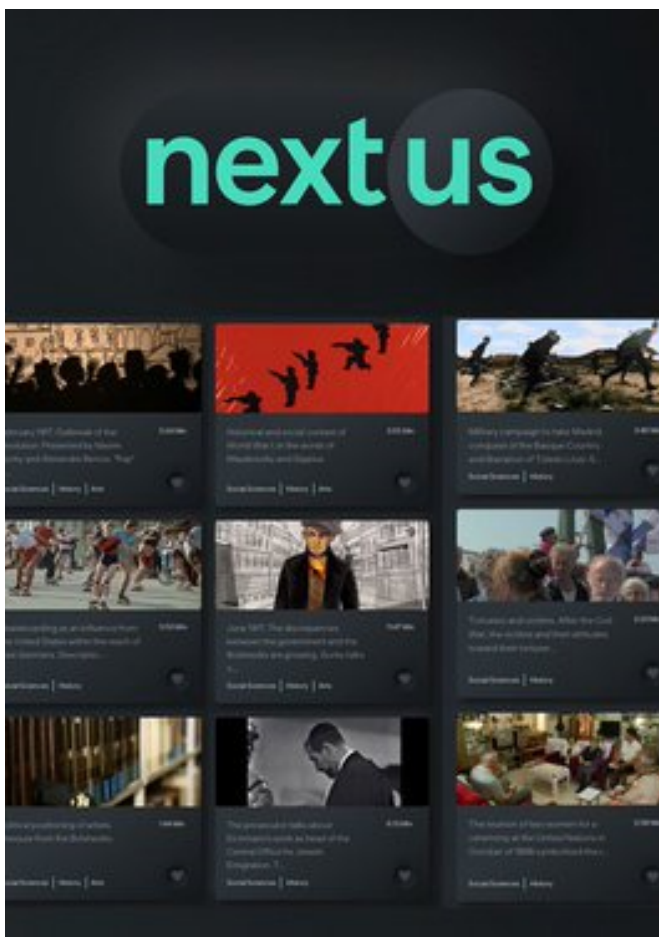
Amb Learning by Docs Europe (LBDE), el projecte creix en dimensió internacional amb la incorporació de 2 partners europeus: la divisió educativa del Festival **Dok-FestMunich** a Alemanya, i el departament educatiu del **Festival de Tessalònica** a Grècia; i es focalitza en l'aprenentatge de “La història de l'Europa al segle XX” a través de pel·lícules documentals. Les pel·lícules i materials estaran disponibles en 5 idiomes (alemany, castellà, català, grec i anglès).

Nextus

Ara Learning by Docs és **nextus**, diferent nom, mateixa essència.

En un context en el qual la comunitat educativa busca formes innovadores i més creatives per ajudar els educadors a millorar les seves classes, **nextus** apareix com una eina d'aprenentatge actualitzada que destaca i aprofita els recursos documentals de qualitat com una eina poderosa per involucrar, inspirar, transmetre coneixement, unir i estremir els comportaments humans.

No pot haver-hi canvi social sense educació. Aquesta és la ferma creença de **nextus**. Una eina d'acció que ajuda els joves a desenvolupar el pensament crític i a empoderar ciutadans més justos i compromesos.



Catàleg de nextus

Durant la **69a edició del Festival de San Sebastián**, des d'**Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya** vam tenir l'oportunitat d'entrevistar el director del DocsBarcelona, Joan González, que va compartir amb nosaltres l'evolució de la indústria del documental i del DocsBarcelona.

P MEDIA dona suport a mercats i també a festivals. D'on va sortir la necessitat de fer un festival a partir d'un mercat? Usualment això passa en ordre invers.

R Que un festival comenci després d'un mercat, no sé si és gaire habitual. En el cas del DocsBarcelona, formava part d'una estratègia, i l'estratègia era: estem a l'any 1998, volem fer que la indústria documental es desenvolupi i el primer que hem de fer és donar suport als productors i enfortir-los a Catalunya i a Espanya perquè aprenguin com es fan documentals a Europa. Aquest va ser el primer, donar suport als emprenedors de l'audiovisual que es diuen productors audiovisuals. Un cop es va anar creant una indústria, un cop hi va començar a haver professionalització i van entrar amb molta força els productors executius, el nostre següent pas va ser anar a buscar els espectadors. Els productors creaven les seves empreses, feien possible que hi haguessin obres, aleshores les obres han de tenir espectadors, i nosaltres el que vam fer va ser obrir la porta al festival per anar a buscar els espectadors.

P I sobre les plataformes, és aquest el millor lloc pel consum del documental? És un aparador més gran? Més públic?

R Efectivament, pensar en una conseqüència que ha portat la COVID-19,

com és la multiplicació dels visionats de les pel·lícules en online afecta també els documentals, i en el DocsBarcelona ho hem pogut veure, i no únicament veure, sinó créixer de forma exponencial, fent que la primera edició del festival, que vam

presència a festivals o en sales li donarà un valor afegit extraordinari. Ara el que hem de trobar és quin és l'equilibri entre aquestes dues coses. Però la plataforma no farà desaparèixer el presencial, ni en les estrenes ni en els festivals, i el que farà

JOAN GONZÀLEZ

“No tinc cap dubte que l’online serà un aliat extraordinari perquè permetrà que el documental que està en sales normalment de grans ciutats, arribi fins al poble més petit”

fer online, el festival va créixer un 600% d'espectadors. Un 600%, la qual cosa és una barbaritat. Jo crec que estem en un període de reflexió per saber quin serà el paper de l'online en aquest encaix. No tinc cap dubte que l'online ha vingut per quedar-se, no tinc cap dubte que l'online serà un aliat extraordinari del documental, perquè permetrà que el documental que està en sales, normalment de grans ciutats, arribi fins al poble més petit. Per això les plataformes aposten pel documental, perquè el documental té públic. Si fos un gènere que no tingués públic, les plataformes no hi apostarien i, per tant, jo, un dels dubtes que tinc en aquest moment, un dels dubtes seriosos, profunds, és si pel documental la gran pantalla serà l'online. De la mateixa manera que en el camp de la indústria, sense tenir una informació profunda i, per tant, treballant una mica amb intuïcions, crec que la gran circulació de comerç es produeix en el món de les plataformes. Això no fa que hi deixin d'haver concerts en viu. Per tant, de la mateixa manera, en el camp audiovisual i en el camp dels documentals, la plataforma serà la que portarà més públic, i la

és que el presencial hagi de tenir uns valors afegits molt més grans.

P Què ens pots dir del Documental del Mes?

R L'evolució del DocsBarcelona va ser buscar espectadors. Però fent un festival a la ciutat de Barcelona, ho reduïem a un únic espai. Per tant, la idea va ser anar a buscar els espectadors, no que els espectadors vinguessin on passava el festival, i per això vam crear el Documental del Mes, que és fill d'un projecte pilot de MEDIA, on es feia la primera xarxa de cinema digital, CinemaNet Europe, i que nosaltres vam entrar amb modèstia, amb tres sales, i en aquest moment s'ha convertit a la distribució en sala, que nosaltres coneguem, més gran del món, on cada mes, a 70 sales, i esperem que aviat, quan acabi la pandèmia, a Xile, amb 14 sales més, hi ha l'estrena del mateix documental, perquè un espectador del centre de Barcelona, del centre de Madrid o del centre de Sevilla, tingui la mateixa oportunitat que un espectador d'Estèrri d'Àneu, que està al Pirineu i deu tenir 1.500-2.000 habitants.

P I el paper del DocsBarcelona en els Premis de l'Acadèmia de Cine Europeu?

R Hem estat convidats a formar part dels festivals que donen la seva opinió i que proposen pel·lícules perquè siguin avalades en els European Films Awards, i és una cosa que fem des del nostre equip, des de l'equip de programació i que fem amb molta il·lusió perquè és contribuir al projecte europeu. Així mateix, hi ha una persona de l'equip, l'Elena Subirà, que for-

una ficció, sinó que són històries de la realitat. Justament va ser veient en el DocsBarcelona la secció adolescent, Docs&Teens, que l'havíem creat amb cap voluntat educativa formal, cap, simplement volíem posar en contacte documentals i adolescents, que es trobessin i que d'allà sortís una història d'amor. Però jo veia que els nois i noies acabaven aixecant la mà, per tant, els documentals els provocava curiositats que volien satisfer, OK?

JOAN GONZÀLEZ

Què és el Learning by Docs(nextus)? Des del punt de vista conceptual, jo treballo en una hipòtesi: què hauria passat en la història de la humanitat si les imatges en moviment haguessin arribat abans que l'alfabet?

ma part de l'equip que pren decisions a l'hora de quins són els finalistes, sent la ciutadania qui finalment decideix. Per tant, orgullosos de poder contribuir amb el DocsBarcelona al reconeixement de les obres europees i que tinguin aquesta possibilitat d'obtenir un premi europeu.

P Entreteniment o reflexió? Què ens pots dir sobre l'educació en la imatge i els valors del cine europeu, els quals MEDIA defensa?

R Jo crec que el cinema europeu té uns valors diferencials i, per tant, ajuntar entreteniment i reflexió és quelcom que porta el cinema europeu en el seu ADN. Per tant, és una característica del cinema europeu. Això serveix per fer créixer, per reflexionar, per prendre decisions? Sí. I dintre del cinema europeu, lògicament, el cinema vinculat a la realitat, el cinema documental, té aquest doble valor afegit. És a dir, ja no és

P Com ha estat el projecte Learning by Docs (nextus), el qual compta també amb suport MEDIA?

R L'altre punt de partida va ser a Colòmbia, on el DocsBarcelona treballa, amb la rectora de la Universitat Cooperativa, que em va preguntar: "Què tens al cap, Joan?". I jo li vaig dir: ajuntar documental i educació. I ella em va dir: "Nosaltres entrem". I jo li vaig dir: "No tenim ni una sola línia escrita". I a la segona vegada em va tornar a dir: "Nosaltres entrem". Al tornar a Barcelona, vaig posar en marxa la maquinària. Què és el Learning by Docs? Des del punt de vista conceptual, jo treballo en una hipòtesi: què hauria passat en la història de la humanitat si les imatges en moviment haguessin arribat abans que l'alfabet? Com estaríem aprenent a dia d'avui? Això, que té un punt provocador, ens serveix per començar a treballar els documentals i fer que els documen-

tals contribueixin a l'educació en el segle XXI. Comencem a fer laboratori durant dos anys, agafem els documentals, els seqüenciem i, a partir d'aquí, creem una plataforma on, a partir de seqüències, fem possible que un professor o un estudiant pugui conèixer més d'un determinat tema veient aquests clips. Com no sabíem si això era una fantasia o tenia algun sentit, ho vam donar a provar a vuit escoles. El retorn va ser espectacular. Va ser tan espectacular que em vaig atrevir a parlar amb col·legues alemanys i grecs per dir: escolteu, voldria anar a Brussel·les a presentar aquesta proposta, i vaig fer la carta als reis, vaig fer la carta als reis. I la il·lusió, l'alegria va ser que Brussel·les ens va portar tot el que els havíem demanat, amb la qual cosa, el 30 de setembre, a Munic, a Tessalònica i a Barcelona, engega el projecte europeu Learning by Docs, gràcies al suport que ha obtingut per part de MEDIA.

P El veritable documental és aquell que canvia el punt de vista de l'espectador quan el documental finalitza?

R Encapsular la paraula "documental" és molt complex. Jo soc dels que creu que els documentals són pluja fina que ajuden a transformar la realitat a partir del que un espectador o espectadora veu en una pantalla. Per mi els bons documentals són aquells que són capaços d'unir una història rellevant, potent, amb un art cinematogràfic, aconseguint el plaer de la vista i aconseguint l'estímul de les neurones. Però no únicament pot ser això un bon documental. Hi ha mestres, com en Viktor Kossakovsky, que un dia diu: "Vull fer un documental sobre l'aigua". I el que

fa és una meravella visual a l'entorn de l'aigua. Per tant, encapsular en un sol concepte la transcendència o la importància del documental és possible, però sempre ens deixem coses fora.

P Europa i el programa MEDIA. Objectius assolits?

R Si Europa fos una mare, hauria d'haver tingut un fill que es deia MEDIA. Si no l'hagués tingut, a Europa li hagués faltat alguna cosa. Per tant, que el programa MEDIA, que aquesta mare Europa, hagi estat capaç de tenir un fill que es diu Programa MEDIA i que ara compleixi 30 anys és una alegria indescriptible. Sense MEDIA, Europa no seria el que és a dia d'avui.

P MEDIA fa 30 anys. En nom del DOCS-Barcelona, voldries desitjar-nos un bon aniversari, Joan?

R Des del profund del meu cor, MEDIA, feliç aniversari. 🍷



ENTREVISTA

FILMIN

“SENSE EL PROGRAMA MEDIA EL CINEMA EUROPEU SERIA PITJOR I MOLT MÉS POBRE”

JAUME RIPOLL

cofundador i director editorial de Filmin

La plataforma de cinema en línia **Filmin** compta amb el suport d'Europa Creativa MEDIA des de fa més de 10 anys, tot esdevenint-ne la gran beneficiària en el marc de la convocatòria de suport a la Distribució Online.

A més de la plataforma nacional i internacional de VoD, Filmin organitza també un festival de cinema online, L'**Atlàntida Mallorca Film Fest**, distribueix en sales, coprodueix i ara, també, produeix.

I és que el passat 29 d'octubre **Filmin** va estrenar '**Doctor Portuondo**', la primera sèrie original de Filmin, basada en l'obra de **Carlo Padial**.

Durant la 69a edició del **Festival de San Sebastián**, des d'**Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya** vam tenir l'oportuni-

tat d'entrevistar el **cofundador i director editorial de Filmin, Jaume Ripoll**, que va compartir amb nosaltres els objectius i els secrets de l'èxit de Filmin, així com les seves reflexions sobre el cinema europeu. Ripoll també va aprofitar per desitjar un bon 30è aniversari al Programa MEDIA.

P A Filmin hi ha de tot i per a tothom, però quin és l'objectiu primordial i la línia editorial de la plataforma?

R Connectar els cineastes amb l'audiència. Nosaltres sempre hem pensat que la clau no era només tenir la capacitat per poder oferir allò que el talent ha creat (llargs, sèries i també curts), sinó connectar-ho amb un públic. Sense públic, aquesta creació no té sentit. I la nostra obsessió

sempre ha estat aquesta. Aconseguir una gran varietat de títols, però també, veure com es poden programar, com es poden promocionar i com podem connectar amb el públic perquè els vegi.

P MEDIA i la cadena de valor. Què ens pots dir del paper previ que fan els festivals i les estrenes en sala, abans que arribin els films a les plataformes? Quin és el leitmotiv de Filmin?

R Primer, permet-me agrair a MEDIA el suport que ens ha donat a Filmin des de fa més de 10 anys. Sense aquest suport a la innovació, molts dels elements diferencials de Filmin no haguessin estat possibles. Crec que això és clau i és important agrair-ho, celebrar-ho i reivindicar-ho cada vegada més. Més enllà dels logos, hi ha un treball i un esforç brutal per part de MEDIA, i per a una plataforma com la nostra, una plataforma petita, que ha anat creixent, fins a aconseguir una mida considerable, és clau. No sé quin serà el futur del cinema, perquè tampoc no sé quin és el present del cinema, pel que fa a les finestres. Si parlem sobre quin és el camí natural d'una pel·lícula, algú podria pensar que el camí era aquell que començava a un festival, seguia a una sala de cinema i acabava a les llars, però la pandèmia, i fins i tot abans de la pandèmia, ens ha permès veure o entreveure que hi ha un altre tipus de camins. Un camí que pot fer que la pel·lícula arribi al festival i a la llar a l'hora, que aquesta arribada a la llar durant el festival no li limiti l'explotació comercial i que una sala de cinema i una llar poden no estar en competència. Nosaltres sempre hem pensat que cada pel·lícula ha de fer el seu camí, que no hi ha receptes ni

fórmules universals o que les que hi havia (aquells 4 mesos de finestra, etc.) queda en una altra dimensió. I crec que, d'alguna manera, MEDIA ha d'incentivar o animar distribuïdors, productors i exhibidors a treballar en post de la cerca de nou públic, o de recuperar el públic que han perdut, o del públic que mai han tingut. I per això han de replantejar-se i repensar-se com col·laborar amb les plataformes de cinema en línia. I com col·laborar significa: 1 - Estrenar simultàniament. 2 - Estrenar amb períodes més curts. 3 - Compartir informació i dades. 4 - No tenir por en compartir, fins i tot, creativitats i publicitats. I crec que MEDIA, d'alguna manera, hauria de tenir en compte aquest nou marc de col·laboració que ha sorgit, diguem-ho així, des de l'any 2020.

JAUME RIPOLL

A Filmin sempre hem intentat fer el que no s'esperava de nosaltres

A Filmin sempre hem intentat fer el que no s'esperava de nosaltres. Érem una plataforma de cinema en línia, que vam crear un festival de cinema en línia que, de cop, dèiem que era un festival de cinema híbrid, abans que els festivals de cinema híbrids existissin o es parlés d'ells. Hem estat una plataforma en línia que hem començat a produir i una plataforma de cinema en línia que hem començat a distribuir. La nostra col·laboració amb la distribució de cinema porta 3 o 4 anys fent-se, a San Sebastián vam presentar sis pel·lícules, vam guanyar al **Festival de Màlaga** amb '**Destello bravo**' i '**El vientre del mar**', **DocsBarcelona**, amb '**Gunda**', **In-Edit** amb '**Sempre dijous**',

és a dir, 3 festivals importants en què Filmin ha guanyat el premi principal amb pel·lícules que acabaven amb l'estrena al cinema. Algunes amb estrena simultània a les plataformes, altres amb una finestra a les sales. És, d'alguna manera, una mostra del nostre compromís. Primer, per adquirir els continguts de manera global, en què podem treballar des de la campanya de promoció en cinemes, de la campanya de festivals, de la creativitat, etc. I crec que això és clau perquè quan la pel·lícula arribi a la plataforma, sigui quan sigui, tingui la dimensió necessària perquè ens permeti de nou arribar al públic. Com podeu veure, la nostra obsessió, el leimotiv de Filmin és, doncs, arribar a les audiències.

P Quines són les claus de l'èxit de l'Atlàntida Mallorca Film Fest?

R Atlàntida Mallorca Film Fest és un festival que té onze anys, i que va ser

pioner, perquè va ser el primer festival de cinema online al nostre país. Que va ser pioner, perquè va ser el primer festival de cinema híbrid de gran escala del nostre país, i que és un festival únic perquè combina projeccions a l'aire lliure en



espais singulars, concerts, conferències, i una vocació que convida els espectadors de tot tipus (una de les coses bones de l'Atlàntida és que tenim espectador de tot tipus d'edats i de tot tipus de gustos o referències) a repensar o a reflexionar

sobre Europa. És un festival que, d'alguna manera, no té una secció oficial, sinó que té diversos eixos temàtics o narratius, en els quals es programen certes pel·lícules. I això ens ha permès en els últims anys a Mallorca i a Filmin, i també a Portugal i a certs països bàltics, poder treballar programant pel·lícules a les quals les uneixi, per exemple, la reflexió sobre noves generacions europees o sobre el passat d'Europa, o sobre el futur econòmic d'Europa.

JAUME RIPOLL

Era inevitable que una plataforma com la nostra (Filmin), que estava aconseguint un volum de facturació i de subscriptors força notable, donés el pas, i el pas següent era produir.

Són pel·lícules que, si no les programem, corren el risc de passar desapercebudes. Atlàntida és un festival que va néixer amb la idea de donar visibilitat a pel·lícules que, d'alguna manera, semblava que eren invisibles, d'aquí la idea de continent perdut. No volem parlar de cinema invisible, sinó de la idea descobriment, de cinema que està per descobrir. I al continent perdut un va navegant amb les ganes de descobrir. I aquesta és la idea d'Atlàntida, un festival que convida a descobrir. I poder fer-ho a casa, durant l'estiu a Espanya, i a l'hivern en l'edició internacional, en moments que un té bastant temps lliure, o temps per poder descobrir. I que ens permet trobar joies entre les 100 pel·lícules que programem, i que aquestes joies arribin a centenars de milers de persones. No oblidem que enguany el festival va tenir 750.000 espectadors, que és un record i una fita. I per a Filmin i per a l'Atlàntida, un

espectador a casa val tant com un espectador a sales de cinema.

P 'Doctor Portuondo': 1a sèrie original de Filmin. Produir era el pas previsible següent?

R S'ha de pensar que Filmin és una plataforma el més completa i complexa possible: tenim el nostre festival, la nostra plataforma a diferents països, distribuïm a sales de cinema i, per suposat, tenim la

pota de la coproducció i de la producció original. Era inevitable que una plataforma com la nostra, que es-

tava aconseguint un volum de facturació i de subscriptors força notable, donés el pas, i el pas següent era produir. I no produir només una pel·lícula (hem coproduït pel·lícules que han guanyat a Màlaga, per exemple), sinó produir una sèrie. És el cas de 'Doctor Portuondo', la nostra primera sèrie original, basada en el llibre de Carlo Padial, que vam estrenar a l'Atlàntida, vam passar a Iber Series a Madrid, i finalment a finals d'octubre es va estrenar a la plataforma a Espanya i a Portugal. El primer dels molts viatges que volem fer en la producció pròpia. Tenim una altra sèrie ja en marxa, que anunciarem aviat i que, de moment, no podem dir.

P Què ens pots dir sobre l'educació en la imatge i els valors del cinema europeu que MEDIA defensa. The Filmin Times en seria un bon exemple?

R Crec que el cinema europeu ens ajuda

als europeus a entendre millor el projecte europeu. No el cinema en general. Dins del cinema europeu n'hi ha de molt dolent, de rematadament dolent, de bo i d'excursional. I dins de l'excursional, n'hi ha un que entreté i, per tant, s'aplica bé la fórmula, i un altre que ens permet reflexionar, ens incomoda. Ens posa davant de miralls i finestres. I aquest cinema de vegades té dificultats per arribar al públic, o el públic té dificultats per poder connectar amb aquest cinema. O bé perquè no el coneix, o bé perquè no sap trobar-lo o bé perquè, quan el té davant, no té del tot clar si el vol veure. Nosaltres solem treballar quant a promoció, quant a creativitat i a visibilitat, perquè aquest cinema arribi a aquest públic. Fa dos anys vam crear un projecte meravellós, anomenat **The Filmin Times**, que treballa en la línia de l'educació audiovisual, i que ens fa reflexionar sobre el passat d'Europa, des de finals del segle XIX a principis del segle XXI, a través del cinema. Crec que, sens dubte, el que hem de treballar tots, més enllà de dir, "has de veure cinema europeu perquè és europeu", sinó que "has de veure cinema europeu perquè entendràs molt millor els teus companys de viatge europeus". I quan un pensa en un jove espanyol, entendrà molt millor un jove romanès o un jove búlgar després d'haver vist aquestes pel·lícules. I aleshores ens deixarem de prejudicis, i de fake news, i entendrem millor els nostres companys.

P Al llarg d'aquests 30 anys, creus que MEDIA ha assolit els seus objectius de promoure, de fer circular i protegir la diversitat de l'audiovisual europeu?

R Sense el Programa MEDIA el cinema

europeu seria molt més pobre i seria pitjor. Sense el Programa MEDIA moltes de les pel·lícules que tots recordem avui no s'haurien rodat o s'haurien rodat en pitjors condicions. I sense el Programa MEDIA, moltes de les pel·lícules que es van rodar no haguessin pogut veure's a molts dels territoris pels que avui circulem. Aquesta és la realitat. I per això hem d'agrair el Programa MEDIA que existeixi. I és un agraïment profund com a espectador. I hem de celebrar-ho i reivindicar-ho. I crec que tots els que formem part de la indústria hauríem de ser actius prescriptors entusiastes de la idea del Programa MEDIA. Perquè, de vegades, donem per fet que tenim unes ajudes, que ens permetran fer no sé ben bé què, però, d'alguna manera, no som apòstols de tota aquesta feina que ens permet arribar a portar tot aquest cinema a diferents territoris. Ens queda molt per fer, no seré complaent. Els reptes són descomunals, la competència vol quedar-s'ho tot i, en aquest món cada cop menys divers, hem de lluitar per la diversitat. I en aquest món cada cop més complex i més atordit per l'abundància, hem de trobar els camins, les vies d'escapament per poder aconseguir que aquest cinema arribi al públic. I això serà possible també gràcies al suport de MEDIA.

P Fem 30 anys, Jaume. Ens desitges un bon aniversari?

R Molts d'anys, bon aniversari, Programa MEDIA. És meravellós que estigues aquí, i per molts anys més plegats, a Filmin, a MEDIA i amb l'Atlàntida. ■

ELS RODATGES MEDIA

Durant aquest 2021 s'han dut a terme diversos rodatges de pel·lícules amb suport d'Europa Creativa MEDIA, alguns dels quals, previstos per a 2020, però endarrerits a causa de la pandèmia. Els films s'estrenaran el proper 2022.

'Girasoles Silvestres'

El rodatge de la nova pel·lícula de **Jaime Rosales**, **Girasoles Silvestres**, que compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Continguts**, es va iniciar a Barcelona durant el mes de febrer de 2021, i es va dur a terme durant vuit setmanes a diverses localitzacions de Barcelona, Melilla, Mataró i Banyoles.

La pel·lícula està produïda per **Fresdeval Films**, **A Contracorriente Films**, **Oberon Media** i **Luxbox** (França), amb la participació de **RTVE**, **TV3** i **Movistar +** i amb el finançament de l'**ICAA**, **ICEC** i **Europa Creativa MEDIA**. La distribució anirà a càrrec d'**A Contracorriente Films** i està previst que s'estreni durant el primer trimestre de 2022. **Film Factory** es farà càrrec de les vendes internacionals.

El film està protagonitzat per **Anna Castillo** ('Adú', 'Viaje al cuarto de una madre', 'La llamada'), que interpreta la Júlia, una jove mare impulsiva i vital que busca l'amor i lluita per protegir els seus fills, i **Oriol Pla** ('Petra', 'Incerta Glòria'), que dona vida a l'Òscar, un noi apassionat que inicia una relació intensa amb la

Júlia. Completen el repartiment **Quim Àvila** ('Polseres Vermelles'), **Lluís Marquès** ('Isla Bonita'), **Manolo Solo** ('Tarda per a la ira') i **Carolina Yuste** ('Carmen y Lola', 'Hasta el cielo').

Es tracta de la **setena pel·lícula** (la gran majoria de les quals **amb suport d'Europa Creativa MEDIA**) del **director català**, responsable de '**Las horas del día**', Premi de la Crítica del Festival de Cannes, '**La Soledad**', Goya a la Millor Pel·lícula i al Millor Director, '**Tiro en la Cabeza**', premi de la Crítica del Festival de Sant Sebastià, '**Sueño y Silencio**' i '**Hermosa Juventud**', totes dues presentades al Festival de Cannes, o '**Petra**', últim treball que es va presentar a la Quinzena de Realitzadors del Festival de Cannes.

Rosales, que signa el guió al costat de **Bàrbara Díez**, va rodar en 35 mm i va tornar a comptar amb **Hélène Louvart** com a directora de fotografia després de la seva col·laboració a '**Petra**'. El **rodatge** es va dur a terme durant **8 setmanes** a diverses localitzacions de **Barcelona, Melilla, Mataró i Banyoles**.



Sinopsi

La Júlia és una jove de 22 anys i mare de dos nens que s'enamora de l'Òscar, amb el qual inicia una relació intensa i tortuosa. La Júlia comença a dubtar sobre la conveniència de l'Òscar com a model masculí per als seus fills. Un incident donarà lloc a una fugida cap endavant a la recerca d'un futur millor. "Vull fer una pel·lícula lluminosa, malgrat els moments dramàtics. Vull deixar un

sentiment d'esperança i de felicitat a través de la història d'una dona forta que sobreviu en un entorn molt difícil.", comenta **Jaime Rosales**.

"És una història d'amor i superació. La Júlia és jove, inexperta i impulsiva. Estima la vida i estima els seus fills. És una dona vital. Els seus fills són el que més estima en el món i lluitarà per protegir-los ", afegeix Rosales.

Fitxa tècnica i artística

Direcció

Jaime Rosales

Guió

Jaime Rosales, Bárbara Díez

Producció

Bárbara Díez

Producció Executiva

Bárbara Díez , Adolfo Blanco

Intèrprets

Oriol Pla , Anna Castillo

'Vasil'

La productora catalana **Distinto Films** va dur a terme a **València**, durant el mes de febrer de 2021, el rodatge del llargmetratge de ficció '**Vasil**', que compta amb el suport d'**Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Continguts (en la modalitat Slate Funding)**.

Dirigida per **Avelina Prat**, **Vasil** és una coproducció entre Distinto Films i l'empresa búlgara **Activist38**. A més de l'ajut de **MEDIA**, el film compta també amb el suport de l'**ICEC - Institut Català de les Industries Culturals**, de l'**ICAA** i de l'**IVC - Institut Valencià de Cultura. Televisió de Catalunya** i **TVE** hi participen també amb l'adquisició de drets.

El **guió** està inspirat en l'experiència personal de la directora, que debuta amb aquesta pel·lícula en el llargmetratge de ficció. **Filmmax** s'encarregarà de la distribució a les sales de cinema a Espanya el proper any i de les vendes internacionals. La pel·lícula està protagonitzada pel búlgar Ivan Barnev, els espanyols Karra Elejalde, Alexandra Jiménez i Susi Sánchez i la britànica Sue Flack.

El film arribarà als cinemes el 2022 amb la distribució de **Filmmax**, responsable també de les vendes internacionals.

Sinopsi

El film explica la història de **Vasil**, un immigrant búlgar que dorm al carrer. Però és un tipus peculiar: un número u jugant al bridge i als escacs, i que explica històries fascinants. Malviu del que treu jugant al bridge en un club de la ciutat, on algunes senyores es barallen per jugar amb ell i millorar la seva posició en el rànquing.

Encara que no tothom al club veu amb bons ulls la presència d'un home que pertany a un món tan diferent al seu. No obstant això, Carmen, una elegant vídua jugadora del bridge i Maureen, una irlandesa combativa i defensora de la justícia social, seran les seves valadores. Alfred, un intel·lectual jubilat a qui li agraden els es-

cacs acull Vasil a casa seva... però el que havien de ser dos dies es converteixen en dos mesos, tot desenvolupant-se entre ells una particular relació que fascinarà la Luisa, la filla d'Alfredo. Vasil es convertirà en nexa de tots ells, transformant la relació entre pare i filla per sempre.

Fitxa tècnica i artística**Direcció**

Avelina Prat

Guió

Avelina Prat

Producció

Míriam Porté

Producció Executiva:

Míriam Porté , Lorena Lluch

Intèrprets

Ivan Barnev , Karra Elejalde, Alexandra Jiménez , Susi Sánchez , Sue Flack

‘El Nieto’

La nova pel·lícula de **Nely Reguera**, **El Nieto**, que compta amb el suport d’**Europa Creativa MEDIA** al **Desenvolupament de Continguts**, va iniciar el rodatge el passat mes d’abril a Barcelona, i posteriorment es va desplaçar a Grècia, concretament al Camp de Refugiats de Malakasa (Atenes), i es va prolongar durant sis setmanes.

El film està produït per **Fasten Films** i coproduït per **Bteam Prods** i la grega **Homemade Films**, i compta amb la participació de **RTVE**, **TV3**, **Movistar+** i el finançament de l’**ICAA**, l’**ICEC**, **Eurima-**

ges i el suport d’**Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament**. La distribució de la pel·lícula a les sales espanyoles es durà a terme en algun moment de 2022, a càrrec de **BTeam Pictures**.

La cinta està protagonitzada per Carmen Machi i en el seu repartiment s’integren també Itsaso Arana, Arnau Comas, Dèlia Brufau, Yohan Levy i Henrietta Rauth.

Sinopsi

Cansada de la seva vida de jubilada, i de comparar-se amb les seves amigues que són àvies, Marisa decideix viatjar a un camp de refugiats grec on, al seu parer, necessiten gent exactament com ella. En arribar-hi, descobreix una realitat que no hauria pogut imaginar i que la porta a explorar els límits entre l’amor i la necessitat

de sentir-se útil. **‘El Nieto’** aborda la complexitat d’estimar i cuidar. “Tots hauríem de ser capaços d’atendre tant els altres com a nosaltres mateixos. Cuidar-se els uns als altres és una tasca que ens uneix, ens ajuda a créixer, ens humanitza. El problema ve quan no som conscients que, de vegades, aquest acte respon més a la

necessitat d’omplir un buit o suplir una mancança que a un acte de generositat”, indica Nely **Reguera**.

Fitxa tècnica i artística**Direcció**

Nely Reguera

Guió

Nely Reguera , Valentina Viso , Eduard Sola

Producció

Adrià Monés , Alex Lafuente

Producció Executiva:

Miriam Porté , Lorena Lluch

Intèrprets

Carmen Machi, Itsaso Arana, Arnau Comas, Dèlia Brufau, Yohan Levy, Henrietta Rauth

‘Alcarràs’

Després d’haver-se suspès durant un any per la Covid, finalment el rodatge d’**Alcarràs**, el segon llargmetratge de **Carla Simón**, amb **suport d’Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Contingut (Slate Funding)**, es va dur a terme aquest estiu a diferents localitats de Lleida.

Alcarràs és una producció d’**Avalon P.C.** i **Vilaüt Films**, en coproducció amb **TV3** i **Kino Produzioni** (Itàlia), i té el suport de l’**ICAA**, **ICEC**, **MEDIA**, **EURIMAGES**, **MIBACT** i la **Diputació de Lleida**, i hi han participat **TVE** i **Movistar +**.

El **guió** del llargmetratge està escrit per **Arnau Vilaró** i per la mateixa Carla Simón. L’**argument** se centra en com, després de 80 anys cultivant la mateixa terra, la família Solé es reuneix per realitzar junts la seva última collita de préssecs. Es tracta d’una pel·lícula coral, **el repartiment de la qual està format per actors i actrius no professionals de la zona de Lleida i treballadors de la terra**, després

d’un llarg procés de càsting, que va durar més d’un any, ja que es va haver de paraitzar i repetir per l’inici de la pandèmia. El projecte té un llarg recorregut en festivals i premis, entre els quals destaquen el **Premi CNC al millor projecte**, atorgat al **Torino Film Lab** (2018), el **Premi Eurimages al desenvolupament obtingut al mercat de coproducció del European Film Market de Berlín** (2019) i la **Menció Especial al Pitch des Residents celebrat al Festival de Canes 2019**.

La trama, de **Carla Simón** i **Arnau Vilaró**, torna a basar-se **en vivències personals de la directora**, ja que havia passat estius en aquest municipi, de jove. La **història és coral i ajunta tres generacions d’una família, amb les seves visions i expectatives de vida**, que no sempre conflueixen. Simón ens transporta al **municipi d’Alcarràs** (Lleida), i **acompanya els Solé, que després de vuitanta anys conreant la mateixa terra s’enfronta a la que serà la seva última recollida de**



fruita, el préssec, que s'agafa de juny a agost.

“Aquesta és una història sobre la pertinença a una terra, a un lloc, però també un drama sobre les perpètuas tensions generacionals, la superació d'antigues tradicions i la importància de la unitat familiar en temps de crisi.”, afirma Carla Simón.

L'exitosa òpera prima de **Carla Simón**, **Estiu 1993**, que també comptava amb el suport d'Europa Creativa MEDIA, va arrasar a la gran pantalla **amb 36 premis i 56 nominacions**. Destaquen la Bisnaga d'or a la millor pel·lícula al **Festival de Màlaga** i el **premi al millor film i millor òpera prima a la Berlinale d'aquell any**. A més, es va endur cinc **premis Gaudí -millor pel·lícula, direcció, guió, actriu secundària i muntatge, i tres Goya a millor direcció novella, actor de repartiment i actriu secundària, l'any 2018**.

Sinopsi

Després de vuitanta anys cultivant la mateixa terra, la família Solé es reuneix per fer l'última collita plegats.

Fitxa tècnica i artística

Direcció

Carla Simón

Guió

Carla Simón i Arnau Vilaró

Producció

Maria Zamora , Stefan Schmitz , Sergi Moreno , Tono Folguera

Música Original

Ernest Pipó



Sinopsi

L'Ivan i l'Elena reactiven l'antiga explotació de suro que acaben d'heretar. La seva condició de propietaris forasters i la creixent tensió entre els llevaires locals i els immigrants els obligarà a decidir entre canviar el seu nou entorn o adaptar-s'hi.

Fitxa tècnica i artística

Direcció

Mikel Gurrea

Guió

Mikel Gurrea

Producció

Tono Folguera , Sergi Moreno ,
Laura Rubirola Sala , Xavi Ber-
zosa

Producció executiva

Laura Rubirola , Laia Costa

Intèrprets

Pol López , Vicky Luengo

'Suro'

El rodatge de l'òpera prima de **Mikel Gurrea**, **Suro**, que compta amb el **suport d'Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Continguts (Single Project)** per part de **Lastor Media**, es va dur a terme aquest estiu, entre el 19 de juliol i el 19 d'agost, a diferents localitats de l'Empordà.

El film està produït per **Lastor Media** i coproduït per **Malmö Pictures** i la productora vasca **Irusoin**, i compta amb la participació de **TV3** i **EITB**, el finançament de **l'ICAA** i **l'ICEC** i el suport d'**Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament**. La distribució de la pel·lícula en territori nacional es durà a terme a càrrec d'**Avalon**.

La cinta, un thriller dramàtic ambientat a l'Empordà, està protagonitzada per **Vicky Luengo** i **Pol López**. El repartiment el completen actors i actrius no professionals de les comarques de l'Alt Empordà, el Baix Empordà, la Selva o el Maresme, que es van incorporar a la producció després d'un llarg procés de càsting realitzat durant un any i mig per tot el territori català.



'Els constructors de l'Alhambra'

El rodatge de '**Els constructors de l'Alhambra**', un llargmetratge documental històric dirigit per **Isabel Fernández** i produït per **Polar Star Films, Al Pati Produccions** i **El de las dos vidas A.I.E.**, amb **suport MEDIA a la difusió televisiva**, es va dur a terme també l'estiu passat.

Aquest projecte, que recrearà la Granada nassarita, tot combinant elements narratius del documental tradicional amb recreació històrica, CGI i 3D digital, explica la història dels visionaris que van somiar, van dissenyar i van construir l'emblemàtica fortalesa, tot buscant aconseguir la fórmula de la bellesa perfecta. Cal destacar que s'hi reconstrueix per primera vegada la societat nassarita de l'Andalusia de segle XIV.

El repartiment està encapçalat per l'actor Amr Waked, que es posa a la pell d'Al-Khatib, testimoni de primera mà d'aquesta època daurada de Granada. El documental compta amb la participació de **RTVE, ORF, ARTE/ZDF** i d'**Aljazeera Documentary Channel** en col·laboració amb **SVT, Česká Televisie, MTVA Hungary, TV Slovakia, RAI Sudtiroi** i **RTV Slovenia**.

Sinopsi

Granada 1340. L'últim regne musulmà a Europa. Mentre les seves fronteres es redueixen lenta però inexorablement, dos sultans d'aquesta dinastia que viu alhora la seva màxima esplendor i l'inici del seu declivi decideixen mostrar al món el poder intel·lectual aconseguit per la civilització Andalusina després de set segles a la Península. Embarquen la seva gent en el desafiament de produir l'obra d'art perfecta en la forma d'un edifici, els palaus de l'Alhambra. Ibn al Jatib, filòsof, poeta, primer ministre, és la mà dreta dels reis, protagonista i testimoni de primera mà d'aquesta època daurada. Ens explica la història d'aquest capítol oblidat de la història europea i la seva pròpia història.

Fitxa tècnica i artística**Direcció**

Isabel Fernández

Guió

Isabel Fernández , Margarita Melgar

Producció

Isabel Fernández , Carles Brugueras

‘La Maternal’

El passat mes d'octubre es va iniciar el rodatge del segon llargmetratge de **Pilar Palomero**, **La Maternal**, que compta amb el suport d'**Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Continguts (Slate Funding)**.

El film, escrit i dirigit per **Pilar Palomero**, està produït per **Inicia Films** i coproduït per **BTeam Prods** i **Barrixica AIE**, i compta amb la participació de **RTVE**, el finançament de l'**ICEC** i el suport d'**Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament en la modalitat de Slate Funding**, per part d'**Inicia Films**. La distribució de la pel·lícula en territori nacional es durà a terme a càrrec de **BTeam Pictures**.

La cinta la protagonitza **Ángela Cervan-**

tes ('Chavalas'), acompanyada d'un grup d'actrius no professionals.

L'òpera prima de **Pilar Palomero**, **Las Niñas**, que compta també amb el suport d'**Europa Creativa MEDIA**, va participar a la secció **Generation KPlus del Festival Internacional de Cinema de Berlín** i a la **Secció Oficial de Festival de Màlaga 2020**, on va aconseguir la **Biznaga d'Or a la Millor Pel·lícula**. I també ha estat guardonada amb múltiples premis nacionals: Premi Forqué al millor llargmetratge de ficció; 3 Premis Feroz, entre els quals el de Millor Pel·lícula; 4 Premis Gaudí, incloent Millor Pel·lícula en llengua no catalana; i 4 Premis Goya, incloent el guardó més important a la Millor pel·lícula.

**Sinopsi**

Carla, una jove en risc d'exclusió, arriba embarassada de pocs mesos al centre d'acolliment La Maternal, on ha d'aprendre a conviure

amb les seves companyes adolescents i a preparar-se com a futura mare. Un repte vital que implica conèixer-se millor i entendre el món que

l'envolta, inclosa la inestable i destructiva relació amb la seva mare.

Fitxa tècnica i artística**Direcció**

Pilar Palomero

Guió

Pilar Palomero

Producció

Valérie Delpierre , Alex Lafuente

Intèrprets

Ángela Cervantes

'Unicornios'

El director de curtmetratges **Àlex Lora** va iniciar el passat mes de novembre a Alacant i Barcelona el rodatge del seu primer llargmetratge, **'Unicornios'**, produït per **Inicia Films** i **Jaibo Films**, amb el suport d'**Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Continguts (Slate Funding)**. A més de MEDIA, compta també amb el suport de **TV3, IB3, ICEC** i **Movistar+**. **'Unicornios'** s'estrenarà als cinemes el 2022 de la mà de **Filmox**.

El film abordarà en un metratge de 90 minuts el fenomen del poliamor i les relacions entre els millennials. Pilar Palomero coescriu el guió de la pel·lícula, juntament amb Lora, Marta Vivet i María Mínguez. Es tracta d'una adaptació al cinema de la novel·la **'Mi casa en llamas'**, de Sofía Ros,

i està protagonitzada per un repartiment coral que encapçala **Greta Fernández**, acompanyada d'**Elena Martín, Alexandre Pau, Nora Navas, Pablo Molinero** i **Lidia Casanova**, entre d'altres. La pel·lícula explora, a través dels ulls de la protagonista, "les limitacions d'una urbanita 'millennial' en una realitat inescotable", a qui "la quantitat de possibilitats que se li obren la porten a provar-ho 'gairebé tot'", apunta el director, guanyador de dos premis Gaudí i nominat al Goya el 2017 per 'El quart regne'.

Per a la productora, Valérie Delpierre, el film és "el retrat d'una generació que busca redefinir el paper de la dona i la participació activa en les decisions vitals". ■

**Sinopsi**

L'Isa ho té tot. És intel·ligent, maca, jove, espontània i segura de si mateixa. Femenista i poliamorosa, defensa la seva vida amb dents

i ungles. Quan el Guillem li proposa ser una parella monògama, l'Isa no està segura de voler canviar la seva vida. Davant de la seva

falta de decisió, en Guillem decideix trencar la relació i l'Isa ha de tornar a casa de la seva mare.

Fitxa tècnica i artística**Direcció**

Àlex Lora

Guió

Pilar Palomero, Àlex Lora, Marta Vivet i María Mínguez

Producció

Valérie Delpierre

Intèrprets

Greta Fernández, Elena Martín, Alejandro Pau, Nora Navas, Pablo Molinero i Lidia Casanova

LLISTA DELS 20 FILMS EUROPEUS AMB SUPORT MEDIA AMB MÉS RECAPTACIÓ I NOMBRE D'ESPECTADORS, ESTRENATS A LES SALES CATALANES ENTRE GENER I NOVEMBRE DE 2021

* Informació extreta de la Font ComScore

	DATA D'ESTRENA	PEL·LÍCULA	DISTRIBUÏDORA	RECAPTACIÓ EN € (des de la seva data d'estrena fins al 28 de novembre de 2021)	NOMBRE D'ESPECTADORS (des de la seva data d'estrena fins al al 28 de novembre de 2021)
	1	8 d'octubre de 2021 Madres paralelas	SONY	516.090,77	77.515
	2	9 d'abril de 2021 Otra ronda	BTEAM	272.384,17	41.783
	3	1 d'octubre de 2021 Mediterráneo	DEAPLANETA	214.534,42	32.732
	4	5 de novembre de 2021 Lobo y el león, El	TRI	126.290,53	19.104
	5	16 d'abril de 2021 ¡Upsss 2! ¿Y ahora dónde está Noé?	FLINS	110.250,46	17.863
	6	12 de novembre de 2021 Pan de limón con semillas de amapola	FILMAX	83.626,30	12.732
	7	26 d febrer de 2021 El cargol i la balena	RITA&LUCA	72.152,55	11.351
	8	7 d'octubre de 2021 Titane	CARMEL	65.860,09	9.885
	9	19 de març de 2021 Traductores, Los	FLINS	63.710,46	9.957
	10	15 de gener de 2021 Elfkings	VERCINE	54.795,58	8.539

	DATA D'ESTRENA	PEL·LÍCULA	DISTRIBUÏDORA	RECAPTACIÓ EN € (des de la seva data d'estrena fins al 28 de novembre de 2021)	NOMBRE D'ESPECTADORS (des de la seva data d'estrena fins al 28 de novembre de 2021)
	11 12 de febrer de 2021	Chica del brazalete, La	SURTSEY	49.658,85	7.535
	12 12 de novembre de 2021	Eiffel	eOne	44.674,72	6.736
	13 30 de setembre de 2021	Benedetta	AVALON	40.090,54	6.368
	14 16 d'abril de 2021	Una veterinaria en la Borgonya	CARMEL	33.321,02	5.320
	15 19 de març de 2021	Agente Topo, El	BTEAM	33.109,65	5.184
	16 6 de gener de 2021	Manual de la buena esposa	ACONTRA	30.736,28	4.519
	17 29 d'octubre de 2021	Petite Maman	ELASTICA	29.578,61	4.805
	18 15 de gener de 2021	23 Paseos	CARMEL	24.394,34	3.946
	19 17 de novembre de 2021	Libertad	AVALON	18.427,55	2.922
	20 22 d'octubre de 2021	Entre rosas	BTEAM	17.024	2.697

ESTIGUES AL DIA



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. 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 Programa Europa Creativa MEDIA en l'àmbit europeu (sol·licitud d'ajuts, festivals, mercats, premis, cursos de formació...).

EUROPA CREATIVA DESK – MEDIA CATALUNYA

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

Coordinació

Àlex Navarro

Continguts i Administració

Europa Creativa Desk –
MEDIA Catalunya

Disseny

ICEC



Imatge portada:

Mediterráneo Llargmetratge de ficció dirigit per **Marcel Barrena** i produït per **Lastor Media**, amb suport **d'Europa Creativa MEDIA al Desenvolupament de Continguts Audiovisuals**

Cofinançat per
la Unió Europea



Europa
Creativa
MEDIA



Generalitat de Catalunya
Departament
de Cultura

ic3c Institut Català de les
Empreses
Culturals