



CONCLUSIONS III JORNADES sobre FESTIVALS DE CINEMA

Debat, formació i projeccions

DIMECRES 14 DE DESEMBRE

Presentació de les jornades:

Amb Cristian Pascual, Director del festival Beefeater In-Èdit i President de CI&VI; Montserrat Bou, Directora de l'Àrea Audiovisual de l'ICIC; Yvonne Griley, Directora de la Direcció General de Política Lingüística del Departament de Cultura; Llucà Homs, Director de Promoció dels Sectors Culturals de l'Institut de Cultura de Barcelona i Rosa Serra, Coordinadora de l'Àrea de Coneixement i Noves Tecnologies de la Diputació de Barcelona.

El president de la Coordinadora i director del festival In-Èdit Beefeater desitja que siguin unes jornades profitoses per a tothom i agraeix la presència de tots els assistents i, sobretot, de tots els col·laboradors que fan possible aquestes jornades: l'Institut de Cultura de Barcelona, la Diputació de Barcelona, l'Institut Català de les Indústries Culturals de la Generalitat de Catalunya i a tots els col·laboradors, com són l'Associació de professionals de la gestió cultural de Catalunya, la Universitat de Barcelona – Programa de Gestió Cultural, el Catalan Films & TV, la Federació Catalana de Cineclubs, el Ficma, el Festival de Morelia de Mèxic, l'empresa Karma Films i l'emissora de ràdio ICAT FM.

El motiu de les jornades és reflexionar sobre la situació dels festivals de cinema. És una època complicada, molt marcada per la situació econòmica, i per això van néixer aquestes jornades: per debatre, per seguir formant-se, per millorar, per aprendre, per crear xarxa, per parlar directament amb les institucions, que per nosaltres sempre és una oportunitat magnífica i per veure **on som, i cap a on anem.**

Montserrat Bou, directora de l'àrea audiovisual de l'ICIC, argumenta que la primera tasca del seu mandat ha estat observar com estan els festivals de cinema. **Els esdeveniments audiovisuals han augmentat,** s'han duplicat, i des de l'ICIC es considera que és el millor moment per a classificar i ordenar aquesta part del sector per tal d'establir les estratègies de col·laboració més pertinents. Encara no ens pot dir gran cosa sobre el què han conclòs i sobre el què faran, tot i que queda suficientment clar que **la voluntat és continuar col·laborant-hi.** Des de l'ICIC es fa esment a la gran atomització. Assegura que hi ha massa oferta i proposa agrupar esforços. A més, sosté que la indústria audiovisual aprofita poc els festivals, que caldria donar-los més importància.

Yvonne Griley, Directora de la Direcció General de Política Lingüística, agraeix l'oportunitat de ser a les jornades i destaca que aquestes provenen de la voluntat de la millora del sector. Que signifiquen els festivals per la Direcció General de Política Lingüística? Tenen relació ferma amb CIVI des del 2007. Al 2011 700 pel·lis han estat subtitulades al català, amb més de 300.000

espectadors veient pelis subtítulades al català. **És una realitat que això els fa créixer en presència de la llengua catalana.** A més, hi ha una voluntat de destacar aquesta presència del català als festivals a través de l'organització d'una taula rodona sobre la subtítulació. Li consta que la taula ha generat un especial interès per part de les persones inscrites amb esperances d'aconseguir futures estratègies en l'àmbit del subtítulat al català.

El fet de col·laborar amb els festivals i amb CIVI els fa assegurar **una territorialització del subtítulat al català** de les pel·lis projectades als certàmens arran de Catalunya i amb el valor afegit de ser la llengua dels subtítols d'una gran diversificació de cinema, de tots els gèneres i de totes les temàtiques. Per acabar, cal destacar que la presència del català als subtítols de les pel·lícules als festivals comporta la generació de nous públics que potser no estan habituats a veure cinema en la nostra llengua.

Llucià Homs, ICUB, agraeix la possibilitat de ser present a les jornades i de poder intercanviar opinions amb el sector. Els festivals de cinema a Barcelona **ajuden a posicionar la ciutat a nivell internacional**, a connectar-la amb el món. La ciutat aprofita dels festivals no només un valor econòmic sinó la generació i difusió de continguts de qualitat. Entre tots, constitueixen una realitat molt rica i plural en el sector de l'audiovisual. **Barcelona té la voluntat de ser a plena consciència una ciutat de festivals.** Això contribueix a donar-li valor a allò que tenim.

Què esperem de l'ajuntament? Amb què ens pot ajudar per a donar més potència a aquesta realitat rica de festivals? S'ha de treballar conjuntament per a trobar sinèrgies de feina conjunta i per que Barcelona esdevingui una marca en el sector audiovisual. Enguany hi ha 12 festivals amb subvencions. La retallada prevista és del 5/6% degut a la situació econòmica tan dèbil però **hi ha una voluntat explícita de tocar el mínim aquest ecosistema que sustenta cada festival.** L'ICUB proposa quatre eixos per a treballar conjuntament amb el sector: la internacionalització, la transversalitat, la integració de xarxes i l'excel·lència en els continguts.

Rosa Serra, de la Diputació de Barcelona, explica que ells reben peticions del món local, dels ajuntaments sobretot de petits i mitjans municipis que han de conviure amb la capital. La Diputació treballa seguint dues línies: **per petició directe dels ajuntaments i a través de les línies d'ajut oberta a les organitzacions dels festivals.** El futur de les ajudes atorgades per part de la Diputació és incert tenint en compte les retallades de pressupost que pateixen, però en tot cas tenen clar que el compromís hi és. **En aquest sentit apostaran fortament en el treball en xarxa**, ja que consideren que només sumant es pot aconseguir superar els obstacles que comporta l'activació de la cultura en el territori. No n'hi ha prou amb diners. Són importants la formació i les sinèrgies (com la xarxa de biblioteques, la de museus locals, els arxius o els espais escènics). Cal estar presents en el món local i comptar amb ell.

Conversa amb Xavier Bru de Sala: “Invertir en cultura, qui i per què?”

Amb Xavier Bru de Sala, escriptor i periodista. Entrevista Jordi Pascual, Responsable de Relacions Institucionals a l’Institut de Cultura de Barcelona.

La necessitat de polítiques culturals és molt gran en els països avançats. **Hi ha un patrimoni públic que cal mantenir i no pot ser que ho facin empreses privades.** Sense polítiques culturals no hi ha res, seria una situació paupèrrima. Les polítiques culturals incentiven i regulen el mercat, el supleixen allà on no n’hi ha. El mercat et permet tenir una base pròpia i, per tant, una creació i producció pròpia. Hi ha una massa crítica que s’ha de protegir i incentivar, si la descuides se’t mengen.

Les polítiques culturals han de tenir vocació de servei públic entenent-les com una orientació a què s’ocupin de la societat i de la pròpia cultura en ella mateixa. Cal demanar als poders polítics que s’ocupin de la cultura i la facilitin. L’èxit de la cultura no banal està en implicar la societat.

L’indicador de l’impacte social de les polítiques culturals sempre acaba sent numèric. No tot es pot mesurar per números però això no vol dir que s’hagi de menystenir l’impacte econòmic. Per mesurar aquest impacte, no coneix cap sistema que no sigui la suma d’apreciacions subjectives i subjectivables. **Cal fer pedagogia perquè la cultura és un sector que dona molt més del què rep.**

Una societat sense referents culturals és una societat que no té nom, que no té cap mirada sobre ella mateixa, que no deixa res al món.

Si som una nació, si tenim una Generalitat, cal demanar-li que faci un esforç en la seva despesa en cultura, que d’altra banda és tres vegades inferior a la què dedica Castella i Lleó. La Generalitat reclama més poder, una cultura diferenciada però després no dedica els recursos suficients. **Hi ha tres grans àmbits que comporten la mirada que la societat fa d’ella mateixa: els partits polítics, els mitjans de comunicació i la cultura.**

La cultura té part de culpa perquè no ha batallat ni s’ha reivindicat massa.

Les polítiques culturals han de treballar dos àmbits: **fer comunitat cultural, pensar en el conjunt i ocupar-se de la societat, la qual n’és el seu còmplice.** Aquestes són les claus per tornar a l’àgora i que ens facin cas.

Per tal d’analitzar l’èxit de les polítiques culturals en el món del cinema cal abastir xarxes i complicitats, estratègies per a participar en xarxes, contribuir en crear-les. També seria bo compartir els problemes, aquesta seria la veritable xarxa i molt útil. Un altre factor important a tenir en compte és la internacionalització d’aquestes xarxes. Coneixem poc la cultura europea. Cal mirar el nostre públic, i veure com la nostra activitat influeix en el nostre entorn.

Al torn de paraules es parla de la competència deslleial per part dels poders públics que també fan cultura. Al cap i a la fi, tot és cultura. Certament hi pot haver una competència deslleial amb els preus però al final, el sector s'equilibra. Tots, com a comunitat cultural, hem de pensar que la principal funció dels poders públics és impulsar la societat.

La cultura digital genera una realitat en la qual encara estem poc especialitzats. Cal crear xarxes. Hi ha molts perills però també molts territoris verges. I aquí, la competència l'hem de fer, més aviat, amb territoris més propers a nosaltres, com per exemple el mediterrani.

Taula rodona 1: "Relació entre productors i festivals: com treure'n el màxim partit?"

Amb Lluís Ferrando, productor; Albert Serra, director i productor i Michel Ruben, productor i consultor de cinema. Modera Antoni Kirchner, fundador de Catalan Films & TV.

La naturalesa de les relacions entre els festivals i els productors dependrà de uns i altres i del què busquen cadascun d'ells. Un festival és una plataforma de ventes, de promoció de projectes o de llançament de directors. Les relacions s'estableixen en tractar de complir aquestes funcions. Sovint aquestes relacions no són directes, hi pot haver intermediaris que poden ser productors locals o distribuïdors o agents de venda.

Als festivals hi ha **dos tipus de pel·lícules diferents: els films amb valors artístic i estètic, de grans noms**, que poden suscitar atractius pel públic i **els films que obtindran ingressos posteriors i que hi van especialment per obtenir prestigi i un bon estat d'opinió.** Les pel·lícules d'Albert Serra formen part d'aquesta categoria. **Aquest prestigi li serveix com a eina de pressió per a demanar subvencions públiques.** Aquesta responsabilitat moral és el més legítim a què pot aspirar un festival: llançar pel·lícules per a obtenir prestigi.

De totes maneres, el prestigi dels festivals on participen els films no és segur que sigui decisiu per a vendre'ls. El valor dels premis s'ha devaluat, ja no són el què eren. La sobreabundància de festivals ho causa. El públic desconfia una mica dels premis perquè de vegades, sobretot en grans festivals, s'atorguen a films poc accessibles. En el cas de "Pa Negre", el gran revulsiu van ser les nominacions i els premis *Goya* obtinguts.

S'ha de tenir en compte que anar a un festival important com Cannes suposa un cost molt gran. La promoció del film corre a càrrec de la productora, com moltes altres coses necessàries que s'han de fer. **Per un director, presentar un film a Cannes és una pressió molt forta** i no guanyar un premi de vegades pot ser molt perjudicial.

Els productors prenen riscos als festivals perquè se sotmeten a la crítica, la qual té un paper molt important en la promoció de la pel·lícula. Els crítics no veuen en condicions acceptables les 3 o 4 pel·lícules que visionen a diari. **Mentre que Lluís Ferrando renega de la poca**

distància que hi ha entre la crítica i el productor, Albert Serra reivindica la connivència entre ambdós. Sovint, i especialment en el seu cas, és la crítica qui promociona els seus films i hi dona suport.

Als mercats s'hi ha d'anar sabent el què vols vendre i quin tipus de compradors hi van. N'hi ha d'adequats per a cada producte. El festival retrata l'art en el sector i els mercats, la indústria. Els mercats s'han globalitzat i saturat. Si dones una volta pel mercat t'adones que hi ha masses pel·lícules i que la gran majoria d'aquestes no es vendran.

La televisió s'ha degradat i ara ja no compren films. Abans, la venda a les televisions assegurava la base del negoci. Ara ja no ho fan. Per això és important el paper de les televisions públiques en el sector audiovisual.

Els premis no estan manipulats però sí que el president del jurat influeix molt en la decisió final del conjunt. El president sovint actua en bel·ligerància per a defensar la seva elecció. On es pot notar més influència per part de l'organització del certamen és en la selecció dels films per a la programació, però no pas en la decisió final del jurat.

A Catalunya, **hi ha festivals que han sabut definir els seus objectius, i les seves funcions, com per exemple el Sitges, Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya,** que ha trobat una parcel·la molt clara i que ha esdevingut un punt de trobada per a la indústria i en particular per a un tipus de cinema més especialitzat. Els festivals, avui en dia, **han d'especialitzar-se,** han de buscar aquesta parcel·la que estan servint. No té sentit que tots els festivals esdevinguin mercats, n'hi ha masses ja. Els festivals s'han de destinar més al públic i fer de via de distribució de films que no ens poden arribar de cap altra manera. Més enllà d'això, fins i tot, els festivals de cinema actuen d'alguna manera com una *filmoteca de cinema* contemporani.

Els festivals **porten el valor afegit de l'esdeveniment, creen el desig de la vida social.**

Respecte a les noves tecnologies, tot just ara l'ICAA comença a comptabilitzar les descàrregues legals per internet i els espectadors dels festivals per a les subvencions de l'amortització dels llargmetratges. És una etapa de transició on els productors han de fer un esforç per adaptar-se. Al cap i a la fi, el productor és el qui més arrisca.

Des del torn de paraules es comenta que es fan pel·lícules només pels festivals, perquè al cap i a la fi, només es veuen als festivals. És el cas de moltes pel·lícules de cinema d'autor. Els convidats, però, no hi estan del tot d'acord. És massa difícil i car fer un film com perquè no es pretengui anar més enllà del festival i fer els possibles per a estrenar-la comercialment. Com a màxim, podria ser el cas d'una òpera prima d'un director. És cert que hi ha pel·lícules que es fan per a guanyar premis i pel·lícules per guanyar diners, però la situació general és que puguin fer les dues coses.

Taula rodona 2: “La necessitat de crear xarxes”

Amb Montse Guiu, Presidenta de la *Fundación Festival de Cine de Huesca* i col·laboradora del Festival Internacional de Morelia (Mèxic); José M^a Riba, periodista, programador de Différent, Espagnolas en Passy i el Festival de Ronda Cinema polític pel segle XXI, corresponsal per al Festival de Cinema de Cannes; Nadia Dresti, Directora de l'espai industrial Open Doors del Festival Internacional de Cinema de Locarno. Modera Àlex Navarro, Director de Catalan Films & TV.

Nadia Dresti ens fa una radiografia del **festival de Locarno**.

El festival de Locarno es troba en el calendari entre el de Cannes i el de Venècia, per tant, calia trobar un bon perfil i reventar-se constantment. Això ho han de fer tots els festivals, per tal de **trobar la seva mesura i la seva identitat**.

El festival consta del què anomenen “Industry Office”, que consisteix en **un mercat virtual**.

Locarno és un festival de descobertes, per això hi ha sempre una forta presència de venedors, compradors i productors. Hi són perquè és **el festival qui els convida. El certamen organitza visionats oficials pels compradors**.

Depenent de la secció, es convida a uns o altres compradors. Al mateix temps, s'organitzen llocs de trobada i còctels per aprofitar el moment i **convertir el festival en un networking place**. Això només es pot fer en festivals de dimensió humana.

L'Open Doors del Festival de Locarno és **un mercat de coproduccions**. A Rotterdam s'hi fa el primer mercat de coproduccions, així que Nadia Dresti el va visitar diverses vegades per a copiar-ne algunes coses i crear el mercat propi del festival.

Una de les iniciatives que fan només a Locarno és convidar un país. Així, els productors que hi van tenen contacte amb els projectes d'aquest país. Normalment es tracta de països amb cinematografies poc desenvolupades.

Montse Guiu ens explica **el seu festival d'Osca**. Aquest festival està dedicat als curtsmetratges. Consta de tres seccions: una dedicada al públic local per tal que els ciutadans d'Osca els arribin pel·lícules en versió original; una altra secció retrospectiva, per a programar cicles i pel·lícules d'autor de culte; i el concurs pròpiament dit, amb films internacionals i iberoamericans i, entre aquests, films de ficció i films documentals.

El festival d'Osca no té mercat audiovisual però en fa les funcions. Guiu aposta perquè entre els festivals i els agents de venda hi hagi feed back. **El més important és que els festivals siguin un lloc de trobada, un espai social que fomenti el diàleg**.

Per a José Maria Riba, la possibilitat de treballar en xarxa és inversament proporcional al pes de cada festival. Tot depèn de la importància del festival. **Poden treballar conjuntament a través de les coordinadores, per exemple.** A través de la Coordinadora Europea de festivals es programen els mateixos cicles per tot el continent. **Només veu possible la col·laboració entre festivals més petits i especialitzats, on els equips són molt professionals i tenen molt clar el què volen fer.** També es pot donar el cas de festivals grans que n'acullen de petits que els ajudin a agilitzar alguns tràmits, perquè són grans i en algunes coses resulten lents i poc eficients. **Entre els festivals que no són A, si no es trepitgen dates ni objectius potser sí que hi pot haver possibilitats d'establir xarxes de treball entre ells.**

A Suïssa no es contempla la possibilitat de treballar mà a mà amb d'altres festivals, perquè ho volen defensar tot i no es deixarien pel·lícules entre ells. En el cas de les mostres i els certàmens no competitius, la col·laboració és molt més factible. De totes maneres, **s'acaba d'estrenar una associació de festivals i treballen intercanviant logística i personal.** A més, es conviden entre ells. **Hi ha també un intercanvi d'idees que influenciaran cada festival. Es tracta de dur a terme el concepte de "learning by doing". Al cap i a la fi, els festivals són una suma de molts festivals. Aquesta potser és la veritable xarxa que s'ha d'establir entre els diferents certàmens.**

Entre els festivals de curts, es poden passar info, cicles, programació i jurat. És molt diferent un festival de curts que un de llargs. Un no pot funcionar sol en aquest món. **Es col·labora entre festivals i no sempre amb els més afins, sinó amb els què ens cauen més bé.**

Les noves tecnologies, plataformes de difusió... estan entrant en el sector però la seva acceptació i utilitat semblen ser molt personals. Quan Montse Guiu i el seu equip han de fer la selecció de films, prefereixen fer-ho en pantalla gran. **Si tot es passa a fer a través d'aquestes plataformes, perden els sentits dels festivals.**

Altres canvis tecnològics poden ser, per exemple, **el format amb què es reben els films,** que és quelcom que els organitzadors dels festivals no han demanat, sinó que ha vingut sol. **Aquest, per exemple, és un avançament tecnològic que fa estalviar diners a tots: des dels productors que tenen menys despeses d'enviament als festivals, que veuen que els costos d'emmagatzematge es redueixen.**

Les xarxes no substitueixen els contactes presencials. Les pel·lícules i l'equip han d'estar presents als festivals. **Un festival és un fòrum de gent viva, però evidentment, en aspectes tècnics es pot avançar a través de les TIC.**

A Locarno fan servir una Digital Library per permetre als compradors i als periodistes visionar pel·lícules que ja s'han emès. Cal ser a Locarno presencialment per a poder-lo usar, no ho fan a través d'Internet. El què sí que fan per Internet és penjar films d'altres seccions, i **a través la**

plataforma Festival Scope, que és només per a professionals, permeten que durant un mes els compradors puguin visionar aquestes pel·lícules.

Al torn de paraules s'ha parlat del concepte del **crowdfunding**. José Maria Riba parla d'una iniciativa en aquest sentit. No queda clar si Internet servirà per a cofinanciar els festivals però es pot provar.

Taula rodona 3: "Festivals: engranatge imprescindible del sector audiovisual"

Amb Judith Colell, Vicepresidenta segona de l'Acadèmia de Cinema Espanyola, guionista i directora, professora d'universitat; Bernat Elias, director de producció de l'Àrea de Cinema de Mediapro; Carolina Tubau, periodista i codirectora del documental "La catifa indiscreta" i Jaume Ripoll, Director editorial de Filmin i vicepresident de EuroVoD. Modera Aurora Moreno, Cap de Promoció Internacional de la Filmoteca de Catalunya.

El cinema europeu es consumeix molt poc. Els festivals que es fan a Europa genèrics i especialitzats ens permeten a tots veure més films. Pel cinema europeu, els festivals de cine són imprescindibles.

Com a cineasta, Judith Colell distingeix **dos tipus de pel·lícules: les que generen taquilla i les que sense renunciar a la taquilla busquen ser un film de llarg recorregut a través de diferents esdeveniments audiovisuals.**

Hi ha pel·lícules que s'acaben ràpidament perquè es vol presentar-les a temps als festivals. I per tal de fer això, cal pensar en quin festival es presenta perquè les seves característiques són molt diferents entre uns i altres. Els festivals ajuden als productors a promocionar les seves pel·lícules. **Segons els tipus de festivals, cal saber el què et donen: premsa i mercat, alguns, o feedback amb els altres.**

Cada festival té una funció determinada. Els de classe A tenen la funció d'estrenar pel·lícules. Els més especialitzats la de programar films d'una temàtica o gènere específic. Pels cineastes, anar a Cannes és el més important. Però més enllà d'aquest n'hi ha de molt importants on els directors volen tenir una bona rebuda perquè genera una bona onada i fa que el film tingui més recorregut i arribi més lluny.

Des de **Filmin expliquen que han col·laborat amb 14 festivals** amb els quals han treballat per a ampliar el seu abast. Portals com Filmin permeten rescatar pel·lícules amb l'etiqueta dels Festivals.

Es destaca que els festivals de cinema omplen les sales. Des de la moderació de la taula es dóna molta importància a aquesta informació. Per què no es valora prou el paper dels

festivals? Per Aurora Moreno, **cada festival té la seva especificitat i el seu lloc i cal recolzar-los perquè les seves partides econòmiques no siguin tan febles.**

Els festivals han d'esdevenir marques i que la gent pugui consultar pel·lícules projectades en aquests festivals en els anys anteriors. Això només es pot fer en plataformes com Filmin. **D'aquesta manera els festivals prolonguen el recorregut de les seves pel·lícules i a Filmin els festivals hi són presents tot l'any.**

És imprescindible que **es treballi l'educació en el llenguatge audiovisual** i fer que el jovent vegi pel·lícules diferents a allò que pot veure a la televisió. Els festivals són una eina pedagògica molt important. Els nens estan tant acostumats a mirar a través d'una pantalla que a través d'ella aprenen. Cal aprofitar aquestes característiques. De totes maneres, per poder atraure a la gent jove cal fer un esforç per a fer alguna cosa atractiva per a ells. Filmin pot ser un complement a l'esdeveniment que és sortir de casa per anar al cinema. Entre altres coses, han creat una sèrie de guies didàctiques per a veure i entendre millor algunes pel·lícules.

Aquest sistema de plataforma de difusió online de Filmin suscita interès entre el públic. En el torn obert de paraules pregunten quina acceptació té aquest sistema entre el sector dels festivals. Aquest any han treballat amb 14 certàmens. Cada any la xifra augmenta. El sentiment de por que provoca Internet s'està reduint. De moment, però, es tendeix a posar en emissió films dels anys anteriors dels festivals, més que simultaniejar seccions d'un mateix any.

DIJOUS 15 DE DESEMBRE:

Taula rodona 4: "La subtitulació en els festivals de cinema: creació d'un llibre d'estil"

Amb Paula Mariani, Presidenta de l'Associació de traductors audiovisuals i professora del Màster de traducció audiovisual de la Universitat Autònoma de Barcelona; Miquel Peralta, traductor especialitzat en subtitulació i professor de dicció; Ernest Rusinés, Cap dels Serveis Lingüístics de TV3 i Àngels Seix, Vicepresidenta de CI&VI Festivals de Catalunya i gerent de Drac Màgic responsables de la Mostra Internacional de Films de Dones. Modera Ester Franquesa, Cap del Servei de Foment de l'Ús del Català de la Direcció General de Política Lingüística.

A TVC s'ha avançat molt en la subtitulació per els sords, que funciona a partir d'unes altres tècniques i estratègies. Distingeixen quatre maneres de subtitular per a sords, segons els programes: els que són en diferit i ja tenen un guió previ, els directes amb preparació prèvia, com els TN, els directes sense preparació on cal fer un resum, com per exemple, les transmissions esportives i els directes amb transcripció literal, com en el cas dels magazine. L'any 2010, TVC va subtitular per a sords el 54% de les seves hores emeses.

Pel què fa a la qualitat dels subtítols, per al representant de TVC, Ernest Rusinés, és molt bona. Treballen amb empreses que han seguit un procés d'homologació. Els seus treballadors tenen un nivell K o similar per a poder resoldre possibles obstacles de manera immediata.

Els criteris lingüístics que fa servir TVC estan recopilats al portal esadir.cat.

En quant a la subtitulació per a ficció, se'n fa encara poca però de moment va per bon camí i és de bona qualitat. El problema és econòmic, perquè els subtítols els fan empreses de doblatge, que s'ocupen dels subtítols de manera accessòria.

El procés de la subtitulació consta de tres etapes: la comprensió, l'expressió i l'adaptació.

El primer pas és que **el traductor entengui el què diu el guió en la llengua original.** De vegades, el traductor no entén el context de la pel·lícula, o no entén el context cultural. Hi ha d'haver un olfacte en el què no funciona i seguir el què hi ha en pantalla, que és el què mana.

El segon pas és **l'expressió**, on per exemple apareixen problemes de calc, que en el cas del català, és doble, perquè hi ha calcs de la llengua d'origen i calcs del castellà. **En una traducció audiovisual el què se li demana és un sentit de naturalitat.**

El tercer pas és l'adaptació. El traductor ha d'adaptar el text traduït a una subtitulació, tot seguint un procés d'arranjaments formals i estructurals. Entenem formals com a arranjaments de llargada o de tècnica i les estructurals com a la síntesi que cal fer servir a l'hora de fer el subtítol.

A nivell comercial, la qualitat dels subtítols és bona. Pel què fa als festivals, **hi ha un bon nivell i una voluntat de fer-ho encara millor.** Es nota, però, que som un país que no té tradició en la subtitulació.

Cal tenir en compte que les estratègies per a traduir i fer el doblatge són diferents a les de traduir i subtitular. **Aquestes estratègies les coneix bé el traductor audiovisual, és per això que és imprescindible contractar-ne un.** Un dels principals problemes és que els estudis només fan el doblatge i **per fer la subtitulació no hi dediquen tants esforços.**

És important tenir els diàlegs en la llengua original del film perquè moltes vegades es tracta de llengües minoritàries o percentualment molt menys parlades i els traductors acaben redactant els subtítols a partir d'un guió traduït a l'anglès.

Als festivals hi ha unes complexitats i unes dinàmiques molt diferents. Malgrat que els festivals de cinema, especialment els de la Coordinadora, **són molt sensibles a la qualitat de les seves projeccions**, els condicionants dels certàmens són molt complexos i fa que sovint no es pugui arribar a tot arreu.

L'any 2008 la Coordinadora va signar un acord amb la Direcció General de Política Lingüística per a subtitular les seves pel·lícules al català. Actualment, 22 dels 24 festivals de la Coordinadora substitueixen les seves pel·lícules al català. A l'hora de comparar la situació de la subtitulació dels festivals, sempre s'ha de tenir en compte amb qui es comparen. Si es fa amb TVC, no hi ha res a veure. Potser és millor fer-ho amb altres festivals del món.

Les dificultats amb què es troben els festivals són moltes. Quan programen ho fan amb poc temps. Les pel·lícules arriben amb formats molt diferents. Les productores envien primer una còpia per el visionat, després es demana una per a la projecció. Això es rep sempre amb poc temps i sovint envien còpies que no són les que després es projectaran. Els diàlegs, que es demanen amb l'idioma original, de vegades ni tan sols arriben. Això els dona poc temps de maniobra. En quant a la vessant econòmica, els pressupostos dels festivals cada vegada són més ajustats. Els subtítols representen un cost important pels certàmens però que en cap cas es pot incrementar. Avui en dia cal fer més coses amb menys pressupost.

Els festivals han anat canviant, **cada vegada hi ha més serveis de subtitulació, es treballa amb empreses de tot l'estat espanyol.** Normalment, es fan un o dos passis de cada film projectat al festival, per tant, no es pot dedicar el mateix per a la subtitulació d'aquesta pel·lícula que per les que s'emeten a sales comercials o a la televisió.

Respecte a la proposta d'homologar els serveis de subtitulació, tal i com fa TVC, **el sector dels festivals aposta per donar més marge a la diversitat, tot i marcant uns criteris.**

En el torn de paraules, s'esmenta o s'aprofundeix en més dificultats en què es troben els festivals de cinema. **Les llengües d'origen acostumen a ser de les considerades minoritàries. Es demanen els diàlegs però arriben tard o sovint, arriben traduïts a l'anglès, per exemple.** Si el traductor no té les imatges, des de l'anglès farà una mala feina perquè les estructures i les realitats lingüístiques amb el català són molt diferents. Aquestes dificultats han fet que alguna vegada es deixin de programar grans pel·lícules. **Per tant, la voluntat d'oferir una subtitulació de qualitat és un criteri que pot arribar a passar pel davant de la qualitat de la pròpia pel·lícula a l'hora de la seva programació.**

Els professionals de la traducció i subtitulació s'afirma que la qualitat en la seva feina s'ha d'exigir. I un bon especialista ha d'oferir diverses possibilitats als problemes que poden sorgir. Tots, traductors i organitzadors dels festivals, en són responsables. **I per aconseguir-ho cal un feedback amb el traductor, establir una bona comunicació.** És necessari establir un protocol pel procés de traducció i subtitulació, tot i que potser no cal configurar un sistema d'empreses homologades.

Entre els assistents a la taula rodona, una empresa de subtitulació ens dona la seva opinió. **Creu molt necessari la creació d'un llibre d'estil on unificar criteris i opinions i formes per a superar els obstacles que es troben a l'hora de fer una bona subtitulació.**

Taula Rodona 5: “Claus organitzatives per a potenciar el nostre festival”

Amb Christophe Leparc, Director executiu de la *Quinzaine des Réalistes* del Festival de Cinema de Cannes i programador de CINEMED, Festival de Cinema Mediterrani de Montpeller; Marie-Pierre Duhamel, programadora a la Mostra de Venècia; Núria Vidal, crítica de cinema i delegada de la Berlinale. Modera Antoine Leonetti, codirector de la Mostra FIRE!!

El jurat:

Cal anar en compte amb qui es tria pel jurat, perquè tenen autonomia total i això pot comportar problemes. Establir la composició d'un jurat és **una feina complicada** que estaria bé que comptés amb una persona encarregada exclusivament per això. Ha de ser un compendi d'equilibris. Mediàtics, bon professionals, no tots del món del cinema, de diferents països, nombre equiparat d'homes i de dones (de cara a anivellar les diferents sensibilitats).

Al festival de Montpeller, com en molts d'altres, es busca el lligam entre el certamen i el jurat a través d'un premi triat pels espectadors: **el premi del públic.**

Hi ha molts tipus de jurats. Als grans festivals tenen un jurat de la competició oficial. Els jurats dels festivals més petits no estan tant condicionats per a ser mediàtics i són molt més agraïts. Sovint, hi ha un jurat en cada secció.

El nombre ideal de membres de jurats és de set persones. Sempre ha de ser un número imparell perquè el vot del president sigui decisiu. Cal evitar persones conflictives i dogmàtiques.

També és important evitar que hi hagi massa premis en relació al nombre de pel·lícules en concurs. Els jurats de les altres seccions, les no-oficials, són més agraïts i provenen d'iniciatives civils i d'altres professions.

Els premis:

Una bona opció és tenir en compte els espònsors del nostre festival. Si els oferim que donin un premi ja aconseguim la visibilitat que sempre demanen. De totes maneres, aquests premis han de ser revisats perquè hi ha casos en que les marques es retiren i els festivals encara segueixen atorgant el premi assumint-ne ells mateixos l'import.

Pel què fa a **la dotació dels premis**, en grans festivals, els premis poden aportar reconeixement i prestigi, però en festivals petits hi ha d'haver una dotació econòmica. Part dels diners els poden aportar els espònsors o part del premi pot anar destinat a la promoció i la distribució del film premiat, a tall d'exemple.

És evident que els premis en festivals petits i mitjans han de tenir dotació econòmica però l'objectiu dels certàmens i dels mateixos films que s'hi presenten és que cada un prestigii a l'altre. Així, un festival obtindrà prestigi per projectar la primera pel·lícula d'un nou talent, mentre que la pel·lícula n'aconseguirà pel fet d'haver guanyat un premi en aquest festival.

Pel què fa a les Mostres de Cinema, que generalment no tenen premis, sempre poden atorgar el premi del públic, que atorga força prestigi.

La gala de lliurament de premis, la inauguració i la clausura:

Les gales acostumen a ser molt avorrides. Cal fer-les depenent de la categoria dels festivals i de si hi ha retransmissió per a la televisió. Per poc que es pugui, s'ha d'evitar les intervencions de les institucions, cosa que es pot solucionar citant-los personalment.

En el cas de certàmens no competitiu, és important organitzar igualment un esdeveniment que permeti a l'organització saludar al públic, agrair les col·laboracions institucionals i de les empreses patrocinadores i la participació de les pel·lícules presentades.

La cloenda dels festivals ha de ser un veritable esdeveniment.

Una de les contrapartides de tenir patrocinis és que les empreses s'han de citar aquestes empreses tant a la inauguració com a la cloenda.

És important cuidar moltíssim l'acte i la pel·lícula de la inauguració perquè marcarà el to de tot el festival. La pel·lícula escollida inaugura el festival, la festa. **El film de la cloenda també és molt important per deixar un bon sabor de boca del festival.** No es pot fer un festival sense una inauguració i una cloenda. El film de la inauguració ha de tenir un to més alegre, més dinàmic. A la cloenda es pot projectar un film més reflexiu.

A més, com en el cas de la Quinzaine des Réalisateurs, la inauguració pot marcar la diferència amb d'altres certàmens i ser un sistema d'atracció. Al final tendeixen a programar films lleugers perquè els periodistes estant farts dels drames de la secció oficials.

Festes i activitats paral·leles:

Als grans festivals, les festes són molt exclusives. Organitzar-les és molt car però són molt necessàries, perquè formen part de la feina. D'altra banda, **cal fer actes, organitzar esdeveniments perquè el públic en general pugui participar d'alguna manera en el festival més enllà de comprar l'entrada per veure un film.** Als espectadors els agrada poder conèixer i conversar amb els directors o els membres de l'equip. És important concedir-los aquest desig. Cal pensar en idees originals, combinacions enginyoses que converteixin aquell moment en únic i digne de ser recordat. Les taules rodones o conferències també són una bona opció de

cara a organitzar una activitat paral·lela. Depenent de la ciutat on se celebri el certamen una activitat de formació també pot ser molt adequada.

Preus i acreditacions:

En un món ideal, les entrades serien gratuïtes perquè així les sales de tots els festivals estarien plenes però això no es pot fer perquè **una bona part del pressupost dels festivals depèn de la recaptació de taquilla**. A més, el públic dóna més valor a allò que té un preu. Han de ser, però, uns preus polítics. També és convenient tenir abonaments.

És important, també, parlar de **les acreditacions**. Quan costen? A qui s'acredita? Segons els festivals, es fa pagar o no l'acreditació. Cal, però, tenir molt clar a qui es dóna i a qui es prioritza a l'hora d'entrar a la sala. El públic que paga l'entrada són els qui han de tenir, sempre, seient assegurat. Després s'acomoda als acreditats. L'estratègia a seguir a l'hora d'acreditar als professionals ha d'estar molt clara i s'ha de dur a terme a l'inici de l'organització del certamen.

La creació de nous públics:

És molt bona la idea de **fidelitzar nous i futurs públics a través de sessions especials**. Molts festivals destinen sessions per a fer una programació dirigida als nens. No cal que siguin films infantils però sí de temàtica que els pugui interessar.

Una altra manera de crear públic involucrant a la gent del poble o ciutat on se celebra el certamen és organitzar un concurs d'aparadors, per exemple, com es fa al Festival de Sitges.

Altres iniciatives a tenir en compte:

Una iniciativa interessant que cada vegada es fa més és que **el festival tingui una seu, un punt central de trobada per a professionals, organització i convidats**. Ha de ser un lloc agradable i confortable, apartat de tot el bullici de les oficines i les sales de projecció dels films del certamen.

Les sales de cine, els vestíbuls, les seus, convé que **siguin espais agradables, on es pugui parlar**. Una bona manera és aprofitar aquests espais per a exposicions de fotografies o cartells creats pel públic o per professionals, d'aquesta manera s'organitza una altra activitat i es fa més acollidores les seus dels festivals.

Al torn obert de paraules es va parlar dels models de festivals mitjans i grans, que són els que els convidats representaven. Els festivals estan en procés d'adaptació als nous temps, cal reforçar les relacions amb el públic presencialment i a través d'Internet. S'ha de treballar encara més aquesta interactivitat. Tot i així no cal oblidar que els festivals giren al voltant de la sala de cinema.



És important recordar les pel·lícules que s'han vist en els festivals i a les sales, convertir les sessions en alguna cosa que es pugui recordar.

Tancament de les jornades:

Cristian Pascual, Director del festival Beefeater In-Èdit i President de CI&VI, exposa les seves reflexions sobre les Jornades.

Per començar agraeix l'assistència de tantes persones a les jornades i **en destaca la seva transversalitat, perquè han vingut persones provinents de tots els àmbits diferents**, especialment des del sector de la gestió cultural.

Cristian Pascual fa una reflexió personal que fa extensible a tothom. Els directors dels certàmens fan una feina meravellosa, plena de dificultats però també farcida de grans plaers. Els pressupostos més que ajustats fan difícil la seva tasca, una tasca, però, que té una naturalesa i unes particularitats molt especials que cal preservar i no oblidar.

El sector dels festivals de cinema es troba en un creuament de camins, on cal fer front a moltes responsabilitats, adaptar-se als nous temps i a les noves tecnologies, i decidir de quina manera s'apropa al públic.

És necessari i molt important tenir molt clar la mesura i l'abast dels festivals de cadascú i treballar a partir d'aquí.

Que hi ha masses festivals? Que cal regular-lo? No cal fer-ho des de fora. Com tot avui en dia, els qui puguin sobreviuran i els qui no tancaran o es replantejaran les coses. **Els festivals ja s'autoregularan ells mateixos.** Està bé classificar-los, saber qui son i què fan, però el què realment importa és com es transformen, com es van adaptant.

Una de les iniciatives que es demana que **facin és treballar en xarxa, però s'ha vist que no és una tasca fàcil**, perquè tots tenen uns interessos personals pels propis certàmens. Hi ha, però, bones alternatives, **com la pròpia iniciativa d'haver-se constituït en una coordinadora.**

La Coordinadora fa servir les jornades per a reivindicar els festivals de cinema. És una llàstima que els festivals encara s'hagin de reivindicar, i més enllà dels festivals, que convingui emmarcar-los en la cultura i que aquesta també s'hagi de revaloritzar. Però mentre hi hagi motius no deixaran de fer-ho.