

**MESURA DE GOVERN**

---

**PROPOSTA DE POLÍTICA AUDIOVISUAL  
DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA,  
IMPLEMENTADA DES DE L'INSTITUT  
DE CULTURA DE BARCELONA**

---



## **MESURA DE GOVERN**

---

**PROPOSTA DE POLÍTICA AUDIOVISUAL  
DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA,  
IMPLEMENTADA DES DE L'INSTITUT  
DE CULTURA DE BARCELONA**

---



**Ajuntament  
de Barcelona**



## Introducció

---

Barcelona és, avui en dia, una ciutat rellevant en l'àmbit de la innovació tecnològica, la creació videogràfica, la producció directa o parcial en el terreny del videojoc, la programació informàtica i el *soft* aplicat.

---

El sector viu una profunda transformació en el terreny creatiu, conseqüència directa de les noves possibilitats que ofereix una tecnologia molt més econòmica i a l'abast de tothom.

Barcelona, i en el seu context Catalunya, és un territori de particular densitat audiovisual. Al llarg de molts anys, la indústria cinematogràfica espanyola havia estat especialment concentrada a Barcelona, fet que va començar a variar a inicis dels anys vuitanta. Aquest canvi en el mapa audiovisual de l'Estat no ha eliminat en absolut una tradició industrial arrelada que ha permès mantenir una posició notable en el terreny de la producció publicitària, la indústria audiovisual auxiliar i els múltiples continguts que sorgeixen de la recerca i investigació audiovisual.

Barcelona és, avui en dia, una ciutat rellevant en l'àmbit de la innovació tecnològica, la creació videogràfica, la producció directa o parcial en el terreny del videojoc, la programació informàtica i el *soft* aplicat. Al voltant de tot plegat sorgeix una ingent quantitat de talent creatiu i tècnic que manté la vitalitat d'un sector tan divers com decisiu com és el de la definició dels nous imaginaris visuals de la societat del segle XXI.

Contribueixen a aquest fet elements de tanta centralitat estructural i mediàtica com el Mobile World Congress o la creixent ubicació a Barcelona de divisions territorials de grans empreses de la producció i distribució audiovisual internacional. També ho fa el fet de ser un espai de gran centralitat en altres indústries culturals que afecten directament o indirectament el potencial del sector audiovisual. En aquest sentit, és molt rellevant el pes del sector editorial català o el d'un sector tan intrínsecament vinculat al món audiovisual com el del còmic.

El món audiovisual té una cadena de valor relativament estable, malgrat que els efectes de la xarxa i de tots els seus derivats digitals afectin de manera directa cada una de les seves fases. En aquest sentit, cal destacar que el sector viu una profunda transformació en el terreny creatiu, conseqüència directa de les noves possibilitats que ofereix una tecnologia molt més econòmica i a l'abast de tothom. Aquest fenomen ha permès una enorme socialització de la creació i la producció audiovisuals, que han trobat en les noves plataformes de distribució digital un espai d'exhibició fèrtil i massiu. YouTube n'és el principal exponent, però Instagram o Facebook, entre moltes altres, són en certa mesura les noves pantalles d'exhibició d'una producció audiovisual generalitzada.

El sector viu igualment una enorme transformació en els models d'accessibilitat. La possibilitat de descarregar directament els continguts d'Internet, amb independència del seu format i la seva qualitat, juntament amb la millora constant dels aparells de visionament domèstic, han suposat una dràstica modificació del model tradicional de negoci del sector i, òbviament, una variació radical en el seu sistema de distribució.

Malgrat tot, la cadena de valor segueix mantenint els seus paràmetres tradicionals: creació, producció, distribució i exhibició, tenint en compte que cadascun d'ells contribueix de manera ordenada a la construcció de valor afegit del sector. En aquest sentit, el marc normatiu que afecta el sector audiovisual en el con-

junt dels països de la Comunitat Europea segueix un patró homogeni. Alhora, la publicitat i la creació audiovisual aplicada esdevenen un servei a demanda dels diversos sectors empresarials o institucionals, que depenen majoritàriament del funcionament dels mitjans clàssics de comunicació i, de manera preminent, de les televisions.

Internet és un enorme espai on se socialitzen la creació i la producció audiovisuals, però no és encara l'espai on creen, de manera definitiva, el seu valor econòmic.

Les normatives europees de televisions sense fronteres, les polítiques de subvenció directa o indirecta a la producció cinematogràfica (en un sentit ampli que engloba el documental, el curtmetratge, el cinema d'autor o el cinema comercial), les quotes d'inversió de les televisions públiques o privades respecte de les productores independents o bé els models de distribució i exhibició en sala o en televisió són encara aspectes molt rellevants per entendre les dinàmiques econòmiques del sector.

Tot plegat, però, no amaga els canvis que progressivament ens afecten:

### Canvis que progressivament ens afecten:

- 1** L'audiovisual és, per definició, tecnologia de producció i adaptació digital en un sector intrínsecament global.
- 2** L'audiovisual és, actualment, un vector de transformació d'arts tradicionalment estanques (més en el sentit funcional que no pas creatiu) com les genèricament anomenades *arts plàstiques*.
- 3** L'audiovisual esdevé de manera creixent un *métier* de resolució estètica en àmbits tan diversos com el món dels esdeveniments, l'educació, l'edició i, en certa mesura, la música o el teatre.
- 4** L'audiovisual és un terreny d'enorme ductilitat tecnològica, sotmès en conseqüència a l'experimentació, la innovació i la recerca acadèmica i empresarial.
- 5** L'audiovisual és, en darrer lloc, un territori de confluència entre aquells que generen i administren els fluxos de la informació i els qui la consumeixen. No és, doncs, estrany observar l'evolució dels mitjans de comunicació tradicionals (diaris i, en certa mesura, ràdios) o l'innegable interès de tots ells per constituir o formar part de grups de comunicació globals que integrin el paper, la ràdio, la televisió i, òbviament, Internet.

## Un sector altament concentrat

Les característiques del sector no ens han de fer perdre de vista una de les seves principals derivades: l'enorme diversificació empresarial existent en el context d'una gran concentració de la facturació.

El sector del videojoc, per exemple, explica bé aquesta paradoxa: Catalunya factura el 41% de volum econòmic total del sector a Espanya, fins a la xifra de 214 milions d'euros (segons dades del *Llibre blanc de la indústria del videojoc a Espanya* del 2015 i de l'ICEC), amb un 37% dels treballadors (1.650). Tot i així, l'1% de les empreses factura el 50% del total generat pel sector.

Quelcom similar succeeix a escala publicitària, cinematogràfica i en l'entorn de les aplicacions per a telefonia mòbil. Algunes xifres ens ajudaran a entendre la realitat del sector.

### Algunes xifres per entendre la dimensió socioeconòmica del sector audiovisual

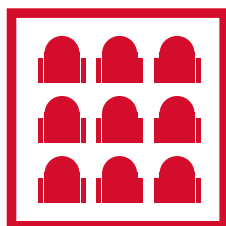
	2010	2011	2012	2013
<b>Volum negoci</b>	1.872.219	2.019.275	1.882.506	1.843.181
<b>Valor afegit brut</b>	659.810	731.662	523.104	552.288
<b>Treballadors</b>	13.379	13.567	14.057	12.278
<b>Nombre empreses</b>	2.412	2.487	2.167	1.960

Font: Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya

5  
Mesura  
de govern

### Realitat del cinema a Barcelona ciutat

Font: dades ICUB



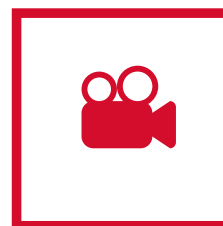
#### Butaques

2015 48.680.135  
2014 49.408.932



#### Espectadors

2015 6.254.724  
2014 5.971.101



#### Nombre de sales

2015 187  
2014 196



#### Pel·lícules exhibides

2015 1.070  
2014 798



#### Sessions

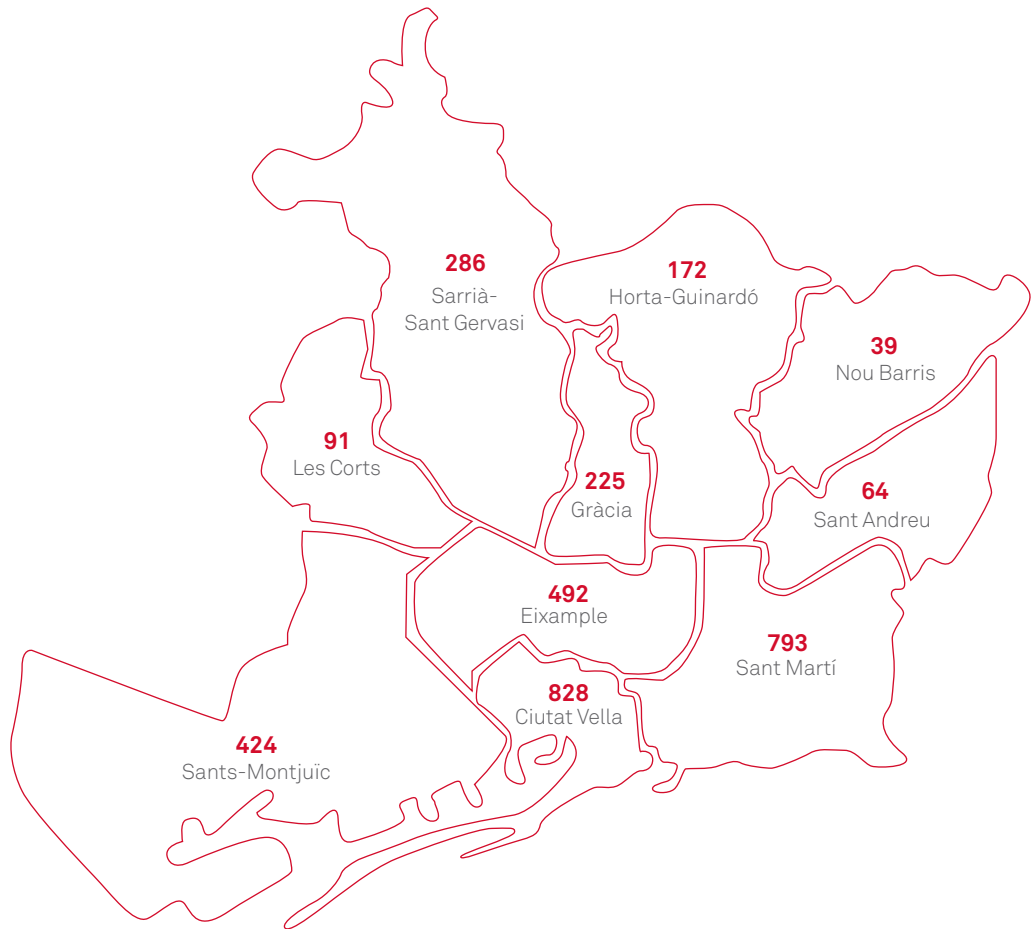
2015 233.666  
2014 234.625



#### Taquillatge

2015 42.549.934  
2014 40.062.042

## Permisos de rodatge concedits



	2015	2014	2013	2012	2011	2010
<b>01. Ciutat Vella</b>	828	795	680	560	527	498
<b>02. Eixample</b>	492	638	343	316	329	260
<b>03. Sants-Montjuïc</b>	424	414	371	286	215	174
<b>04. Les Corts</b>	91	146	93	80	71	94
<b>05. Sarrià-Sant Gervasi</b>	286	262	255	253	161	198
<b>06. Gràcia</b>	225	229	156	191	259	159
<b>07. Horta-Guinardó</b>	172	155	122	137	136	94
<b>08. Nou Barris</b>	39	43	13	10	17	22
<b>09. Sant Andreu</b>	64	32	40	30	36	26
<b>10. Sant Martí</b>	793	863	594	476	388	316
<b>TOTAL</b>	<b>3.414</b>	<b>3.577</b>	<b>2.667</b>	<b>2.339</b>	<b>2.139</b>	<b>1.841</b>



## Produccions rodades a Barcelona

Font: dades ICUB

	2015	2014	2013	2012	2011	2010
<b>Corporatiu / Institucional</b>	235	184	124	92	112	-
<b>Curtmetratge / Exercici acadèmic</b>	490	435	324	359	374	235
<b>Entreteniment / Sèrie TV</b>	349	260	250	197	223	154
<b>Espot publicitari</b>	586	560	525	399	303	287
<b>Fotografia</b>	942	801	678	583	431	446
<b>Llargmetratge (cinema ficció)</b>	33	33	31	28	37	39
<b>Llargmetratge (documental)</b>	11	27	16	5	4	-
<b>Llargmetratge (TV movie / minisèrie)</b>	4	2	3	7	4	-
<b>Reportatge / Documental</b>	255	331	183	183	207	154
<b>Videoclip</b>	119	115	106	84	58	-
<b>Altres filmacions</b>	287	325	254	203	152	367
<b>TOTAL</b>	<b>3.311</b>	<b>3.073</b>	<b>2.494</b>	<b>2.140</b>	<b>1.905</b>	<b>1.682</b>

7  
Mesura  
de govern

## Principals festivals de cinema i audiovisual de Barcelona

	2015	2014	2013
<b>Beefeater In-Edit Festival</b>	31.500	29.000	30.972
<b>Cinema Lliure a la Platja</b>	20.000	10.000	10.000
<b>D'A. Festival Internacional de Cinema d'Autor de Barcelona</b>	10.617	10.000	10.000
<b>DocsBarcelona</b>	6.357	5.445	6.355
<b>L'Alternativa. Festival de Cinema Independent de Barcelona</b>	13.500		
<b>FICMA. Festival Internacional de Cinema del Medi Ambient</b>	7.000	6.000	6.000
<b>Mecal. Festival Internacional de Curtmetratges de Barcelona</b>	14.700	14.700	12.000
<b>Mecal Air</b>	10.400	10.200	10.400
<b>Mostra Internacional de Films de Dones de Barcelona</b>	6.089	5.281	5.000
<b>FIRE!! Mostra Internacional de Cinema Gai i Lesbià</b>	6.812	6.155	6.810
<b>TOTAL</b>	<b>215.941</b>	<b>184.878</b>	<b>184.191</b>



## Bases constituents d'una política pública d'actuació

El sector audiovisual català és, en el seu conjunt, objecte d'una intensa política pública que, en el nostre cas, actua complementàriament a la que aplica l'Estat, a la qual fa singulars aportacions normatives.

Molts sectors de la cultura, i especialment aquells que constitueixen aquest constructe que anomenem *indústries creatives i culturals*, viuen actualment la pressió «liberalista» internacional. Enteses com a indústries culturals, les empreses del sector estan sotmeses a un debat global sobre els límits de les polítiques públiques proteccionistes o lliurecanvistes. Aquesta qüestió ha estat força present en els debats que periòdicament manté l'OMC per tractar la circulació internacional de mercaderies. Força països, encapçalats per la indústria anglosaxona (essencialment nord-americana), persegueixen una major privatització del sector i qüestionen les polítiques europees de tall essencialment intervencionista.

En aquest debat trobem dos moments d'especial rellevància: el que permet definir els principis de l'exempció cultural (principis dels noranta, a la Ronda Uruguai i les negociacions GATT-OMC), i el que a mitjan anys 2000 defineix els acords de diversitat cultural (Ronda Doha), avalats per la Unesco.

És a partir d'aquests acords, reals o tàcits, que Europa legisla un potent programa mèdia, que permet per extensió que els estats europeus intervinguin directament en la producció i distribució de continguts audiovisuals locals, estableixin quotes d'obligat compliment per a la seva exhibició en sala o televisió, o es regulin mecanismes directes (subvencions) o indirectes (desgravacions fiscals) per assegurar la competitivitat de l'audiovisual europeu.

Aquest fet genera, doncs, un complex entramat normatiu que dona lloc a lleis (de cinema) i marcs competencials, i que a vegades manté fora d'un estricte marc real de sostenibilitat les estructures bàsiques de la indústria audiovisual europea.

Catalunya no n'és una excepció. El sector audiovisual català és, en el seu conjunt, objecte d'una intensa política pública que, en el nostre cas, actua complementàriament a la que aplica l'Estat, a la qual fa singulars aportacions normatives. Aquestes normes deriven del contracte programa entre el Govern de la Generalitat i TV3, que compromet la cadena pública catalana molt activament en la producció audiovisual independent i, més recentment, una altra norma que deriva de la taxa a les operadores de telecomunicacions per tal de crear un fons compensatori especialment adreçat a la producció de continguts.

## La política audiovisual de l'Ajuntament de Barcelona

L'Ajuntament de Barcelona hauria de disposar d'una política municipal en relació amb el sector per perfilar aspectes desatesos per les dinàmiques centrals.

Que la Generalitat i l'Estat tinguin competències definides en el terreny de la producció i distribució de continguts audiovisuals no exclou la necessitat que l'Ajuntament disposi d'una política municipal en relació amb el sector; en tot cas, aquest fet la limita i l'acota o, si volem, la perfila cap a aspectes desatesos per les dinàmiques centrals.

Com hem assenyalat en la introducció d'aquesta mesura, el món de l'audiovisual és enorme i divers. Afecta els creadors, siguin emergents o consolidats, treballin per a la indústria o estiguin vinculats a les noves plataformes de distribució i exhibició; afecta els espais de formació i generació d'empreses (*start-ups*), i té a veure amb la recerca i la innovació, a vegades vinculades amb el món acadèmic o directament canalitzades des d'iniciatives empresarials.

També afecta els espais públics i privats d'exhibició i, en aquest sentit, les pràctiques de divulgació i accés als continguts, sotmesos sovint a rígides dinàmiques comercials que limiten la diversitat de l'oferta i impedeixen l'existència de finestres obertes per a una gran part de la producció existent. En aquest apartat, cal assenyalar la tasca fonamental, a vegades essencial i primigènia però altres de suplència, dels múltiples festivals de cinema i audiovisual que s'organitzen a Barcelona.

El món audiovisual és també un potentíssim generador de drets de propietat editorial i intel·lectual, la qual cosa genera actius econòmics de futur que esdevenen una part transcendental del salari social dels agents del sector i la principal font per generar capital social empresarial. Un contingut audiovisual és, en aquest sentit, un actiu financer de primer ordre.

L'audiovisual és també un multiplicador de drets generats en altres sectors: l'editorial (temàtiques i guions), el del còmic (estètiques i personatges) o el musical en són exemples evidents.

L'audiovisual és, en darrera instància, un territori bàsic per al desenvolupament de les polítiques de comunicació i publicitat empresarials i un format creixent (amb la seves múltiples aplicacions) en les seves estratègies de presentació, generació de valor afegit i màrqueting.

A tot plegat cal afegir-hi, de manera rellevant, el paper de les ciutats com a espai privilegiat per atraure rodatges audiovisuals, ja siguin publicitaris, cinematogràfics, televisius o adreçats directament a Internet. Cal recordar l'enorme impacte econòmic que representa per a una ciutat esdevenir un focus privilegiat per a la realització de continguts audiovisuals. Un rodatge genera efectes multiplicadors per a una llarga llista d'indústries directes o auxiliars: serveis de postproducció, localitzacions, infraestructures tècniques, càterings, publicitat, hotels i restauració, actors, extres o figurants, etc.

**Tot plegat, entre altres possibilitats, constitueix matèria suficient per articular un programa municipal d'actuació que, en termes polítics, ha d'observar els criteris següents:**

- 1. Respectar els límits competencials** que potencialment afecten les pautes d'actuació municipals, evitant interferir en aquells elements que són de manera genèrica competència de l'Estat o de la Generalitat.
- 2. Respectar els objectius de sostenibilitat i independència** que han de marcar el funcionament d'un sector que té intrínsecament una matriu empresarial i economicoproductiva. En aquest sentit, ha de ser un criteri inqüestionable el respecte a la cadena de valor del sector i, per tant, cal evitar intervencions que generin competències deslleials que poguessin alterar-la.
- 3. Generar aquells criteris de coordinació municipal i d'eficiència global** que exigeix un sector altament empresarialitzat i globalitzat, la problemàtica del qual afecta programes municipals en terrenys tan diversos com la cultura, l'empresa, la governança cívica (via pública), les ordenances, la innovació i, en certa mesura, el turisme.

## Programa d'actuació

Atesos els arguments i els punts explicats anteriorment, es constata la necessitat i l'oportunitat que representa endegar un vast programa d'actuacions per tal de promoure i consolidar, dins el marc d'actuació que correspon a l'Ajuntament de Barcelona, una política audiovisual ara per ara inexistent, o si més no tímidament expressada a través de programes poc ordenats i escassament interrelacionats.

### Ens proposem, doncs, desenvolupar 6 grans línies d'actuació:

- 1** Millora i consolidació de la Barcelona Film Commission

---

- 2** Coordinació i consolidació de la xarxa de festivals de cinema i audiovisual de Barcelona

---

- 3** Creació d'un mercat bianual de drets audiovisuals

---

- 4** Increment de la difusió social de la producció audiovisual barcelonina i catalana

---

- 5** Signatura d'un conveni marc amb BTV que millori el seu paper d'articulació comunicativa de l'audiovisual català

---

- 6** Desenvolupament de noves línies d'actuació adreçades a potenciar la recerca i la innovació en l'àmbit de les aplicacions tecnològiques i digitals i els nous formats audiovisuals

---

### 1 Millora i consolidació de la Barcelona Film Commission

La Barcelona Film Commission (BFC) és l'oficina de captació i gestió de rodatges a la ciutat de Barcelona. És un programa central sobre el qual gravita la complexa gestió de l'enorme atractiu que Barcelona genera com a localització audiovisual per a àmbits tan diversos com el cinema, el documental o la publicitat. També és decisiu a l'hora d'ordenar i administrar les creixents demandes de rodatge que provenen de la creació audiovisual emergent, que deriva de les escoles de formació i de les universitats o de la nova producció adreçada a YouTube.

La Barcelona Film Commission és un programa gestionat directament per l'ICUB a través d'un concurs de serveis externalitzat. Malgrat tot, es tracta d'un programa intrínsecament municipal que afecta multitud de departaments i que demana una gestió global que exigeix diàleg, complicitat i un model conjunt de presa de decisions.

Barcelona té un innegable atractiu audiovisual com a escenari de rodatges, però les polítiques que donen suport a aquest projecte s'han de revisar tenint en compte l'evolució de la producció audiovisual actual i la competència que generen els models d'intervenció d'altres ciutats. La complexitat que representa gestionar aquest servei a Barcelona ha de ser objecte d'un debat que afecta un conjunt ampli de serveis municipals.

#### **Ens proposem, per tant, millorar l'actual funcionament de la BFC, en els termes següents:**

- 1. Reformular la Taula Municipal de Rodatges**, configurada pels diversos serveis municipals afectats, ampliant-la amb la participació de nous departaments i àrees de gestió municipal (comerç, turisme, innovació i economia productiva) a fi de definir de manera clara els objectius i els límits d'actuació de la BFC.
- 2. Crear la finestreta única per atendre les demandes de rodatges** a la ciutat i incorporar nous protocols per a la gestió de les demandes de les productores.
- 3. Incorporar avantatges econòmics** (exempció de taxes, bonificacions fiscals, etc.) que permetin millorar la competitivitat de Barcelona en el mapa audiovisual internacional, i proposar a aquest efecte els canvis corresponents en les ordenances i normatives municipals. És igualment un objectiu influir en les polítiques fiscals del Govern per afavorir el desenvolupament de la BFC.
- 4. Ampliar el catàleg de localitzacions**, municipals o de fora de la ciutat (a través d'acords i convenis), per oferir un millor servei a les produccions que ens visiten. Ampliar el catàleg de serveis empresarials associats a la ciutat (serveis tècnics, infraestructurals, efectes, postproducció, etc.) per millorar la competitivitat de la BFC.
- 5. Crear una comissió assessora** formada per les principals associacions d'agents del sector per garantir una gestió eficient, universal i transparent del catàleg de serveis que ofereix la BFC en tots els àmbits que potencialment puguin interessar a la producció audiovisual, amb l'objectiu de generar per a la ciutat i per al sector el màxim nombre possible de plusvàlues econòmiques, culturals i socials.

### 2 Coordinació i consolidació de la xarxa de festivals de cinema i audiovisual de Barcelona

Els festivals de cinema que se celebren a Barcelona duen a terme una funció de divulgació audiovisual extraordinària, a més a més d'una tasca de suplència cultural i artística de primer ordre. Permeten que els ciutadans tinguin accés a un conjunt de continguts que els circuits de distribució comercial de la ciutat obvien o als quals simplement no tenen accés. Permeten, doncs, que el ciutadà de Barcelona tingui a la seva disposició un elevadíssim percentatge de la producció audiovisual, ja sigui convencional, alternativa, general o especialitzada, que es produeix al món.

Els festivals, però, es desenvolupen amb grans problemes de tot ordre: limitacions econòmiques, manca de patrocinadors, pocs espais per definir una ubicació estable i precisa, superposició temporal, etc.

Com a conseqüència de tot plegat, es fa evident que existeix un potencial poc aprofitat que cal fer créixer. Els festivals poden establir convenis i dur a terme accions de divulgació en escoles, són un espai privilegiat per generar mercats per a la venda de produccions audiovisual locals, i també són el lloc adient per promoure dinàmiques de coproducció futures sobre idees i projectes (*pitchings*).

En tots i cadascun d'aquests sentits, la suma de festivals de cinema i audiovisual de Barcelona esdevé, amb força i originalitat, el gran festival de cinema de Barcelona.

#### Es per això que ens proposem:

1. **Millorar la gestió dels festivals de Barcelona**, consolidant-ne la coordinació i la comunicació conjunta, i estudiant mesures d'economia a escala i aprofitaments comuns. Impulsar la creació de nous festivals en àmbits poc desenvolupats (festival TV, per exemple).
2. **Generar una normativa** d'ajudes particular que permeti analitzar les necessitats específiques dels festivals. Elaborar a aquest efecte un model d'anàlisi objectiva dels festivals que permeti regular les ajudes en funció de la seva importància sectorial i social.
3. **Arribar a acords amb altres administracions** per concertar convenis conjunts amb festivals d'especial interès a fi d'afavorir-ne la consolidació.
4. **Promoure, quan sigui possible, la implicació dels festivals en el terreny de la gestió de drets d'exhibició** i la recerca de coproductors per als creadors i productors locals.
5. **Afavorir la creació de programes paral·lels als festivals juntament amb escoles i centres socioculturals** per ampliar l'educació i la divulgació dels diversos llenguatges audiovisuals, establint a aquest efecte els acords oportuns amb l'IMEB.
6. **Cercar acords amb els exhibidors cinematogràfics locals** per a la utilització dels cinemes com a espai de celebració dels festivals. Malgrat que aquesta sigui una realitat força estesa, cal consolidar les relacions amb les sales d'exhibició cinematogràfica.
7. **Promoure els espais de presentació privilegiats** (ja sigui en seccions oficials o especialitzades) de la producció audiovisual local als festivals de Barcelona.



### 3 Creació d'un mercat bianual de drets audiovisuals

La capacitat generadora i multiplicadora de drets propis i d'altri de l'audiovisual és notable. Barcelona té un potent conglomerat d'indústries culturals generadores de drets que són objectivament interessants per al sector audiovisual, i aquesta realitat té un escalat objectiu internacional. El món editorial català és determinant a escala iberoamericana i el còmic a escala mundial. D'altra banda, la música permet la construcció d'imaginari singulars. A Espanya no existeix cap espai que ens remeti a una coordinació intencionada de les relacions potencials de tot plegat.

Fires editorials com la de Frankfurt tenen seccions dedicades a la promoció de textos literaris per a pel·lícules que presenten tractaments específics per interessar les productores. De la mateixa manera, observem que indústries de la il·lustració a escala internacional, com ara Marvel, representen avui dia un percentatge significatiu de la recaptació cinematogràfica mundial. Un fenomen similar s'està produint al nostre país en relació amb aquest sector.

En la mateixa direcció, cal estar amatent a la presència d'operadors internacionals —sovint interessats en origen pel mercat de la distribució i l'exhibició en finestres televisives— que s'impliquen de manera creixent en la producció pròpia de continguts pensats directament per al mercat local: Netflix, per exemple.

Barcelona pot liderar a escala internacional un mercat d'aprofitament de drets creats per al territori de la llengua castellana i, òbviament, la catalana.

#### És per això que proposem:

1. **Crear un mercat bianual de drets editorials** adreçat a interessar el món de la producció audiovisual, introduint-hi progressivament sectors annexos com els de la música o la producció escènica.
2. **Generar, a aquest efecte, les necessàries dinàmiques de coordinació** amb els agents de cada sector.
3. **Dimensionar adequadament el mercat** a escala internacional.
4. **Incloure de manera sistemàtica nous formats de producció** adreçats a les finestres disponibles: websèries, mòbils, videojocs, etc.
5. **Avançar en la creació d'un ampli consens entre els sectors culturals i els gestors de serveis municipals** per a la utilització preferent de continguts creats per autors locals, generadors de drets, en els espais de comunicació pública a l'abast de l'Ajuntament: transports, via pública, etc.
6. **Afavorir el desenvolupament de mercats paral·lels** relacionats amb els serveis afegits a la producció audiovisual: gravació musical, implicació de l'OBC en bandes sonores, etc.

### 4 Increment de la difusió social de la producció audiovisual barcelonina i catalana

En el context de la producció audiovisual comunitària, el fet d'incrementar la divulgació de l'audiovisual produït al país persegueix un doble objectiu: d'una banda, promoure l'accés de tots els ciutadans als continguts de tota mena que ens ofereix el sector i, de l'altra, no menor, oferir finestres més estables per als creadors i productors, sotmesos sovint a les rígides estructures d'una indústria global amb components força oligopolístics.

**L'apartat que feia referència a la importància estratègica dels festivals ens parlava de la tasca que duen a terme per corregir alguna d'aquestes problemàtiques, però no és suficient. Per tant, proposem:**

1. **Acordar un gran pacte amb les productores** per poder disposar d'una franja temporal lliure de drets (un cop estrenada la pel·lícula i emesa a la televisió) que permeti difondre en espais públics i privats dels diversos barris de la ciutat la producció audiovisual catalana.
2. **Acordar amb els cinemes privats** mesures de col·laboració per dur a terme aquesta tasca en les condicions tecnològiques i infraestructurals òptimes.
3. **Crear una convocatòria d'ajuts** per a millores infraestructurals als cinemes de Barcelona perquè compleixin el marc normatiu exigint pels programes mèdia europeus, i de manera especial per a les millores destinades al compliment més ajustat dels requisits d'accessibilitat que exigeix el marc normatiu català.
4. **Consolidar de manera comuna un ampli programa de divulgació audiovisual** adreçat a l'objectiu de crear nous públics. En aquest sentit, es pretén incorporar les escoles progressivament a aquest programa de divulgació audiovisual.

### 5 Signatura d'un conveni marc amb BTV que millori el seu paper d'articulació comunicativa de l'audiovisual català

L'Ajuntament de Barcelona disposa d'un instrument propi de comunicació audiovisual: Barcelona Televisió. Es tracta d'una plataforma integral que engloba la televisió, la ràdio i les diverses plataformes digitals que configuren l'extens món de les xarxes socials.

BTV és, en essència, un poderós instrument cultural, en la mesura que contribueix a administrar la participació, la informació i els fluxos interactius que determinen la vitalitat sociocultural d'una ciutat. Que aquest argumentari sigui evident no significa que els objectius i la programació quotidiana de BTV en el conjunt de les seves plataformes coincideixi en intensitat ni en temps amb les prioritats de la política cultural municipal. Inevitablement, les dinàmiques d'uns i altres generen disfuncions que cal corregir a través d'un conveni específic que fixi els objectius comuns.

És per això que proposem la signatura d'un conveni específic entre l'ICUB i BTV que, de forma complementària al contracte programa que BTV té respecte del conjunt de l'Ajuntament, amplii i consolidi els objectius culturals comuns.

#### Aquest contracte programa ha d'incloure:

1. **L'elaboració de programes específics** en aquelles matèries culturals que siguin objecte de programes prioritaris o de mesures de govern aprovades en el Plenari de l'Ajuntament.
2. **El suport i l'ampliació de les programacions** que donen sortida a la creació audiovisual emergent produïda pels joves realitzadors barcelonins i, de manera preferent, per aquells que procedeixen de les escoles i els centres universitaris de formació audiovisual.
3. **La promoció de projectes de recerca i innovació** en matèria de nous formats audiovisuals i, de manera especial, d'aquells que cerquen la millor relació entre televisió i Internet.
4. **La recerca de propostes i espais comuns amb televisions públiques** de l'àrea metropolitana per tal d'endegar programes de divulgació i agenda compartits que contribueixin a incrementar la densitat cultural de l'àrea d'influència de Barcelona.

### 6 Desenvolupament de noves línies d'actuació adreçades a potenciar la recerca i la innovació en l'àmbit de les aplicacions tecnològiques i digitals i els nous formats audiovisuals

En les pàgines anteriors hem assenyalat repetidament que el sector audiovisual compagina de manera perfecta la recerca tecnològica i la producció concreta de continguts. En aquest sentit, la investigació i experimentació en nous formats no és independent d'una tasca que esdevé un objectiu en si mateix.

Els límits d'aquest treball són imprecisos i afecten un ampli ventall de vectors: investigació en *soft*, *mapping*, drons, videojoc, digitalització escenogràfica, realitat ampliada, etc.

Correspon a l'Ajuntament impulsar aquestes línies de treball a partir de programes entre l'ICUB i Barcelona Activa, en el context de les seves polítiques d'innovació. En aquest apartat destaquen de manera significativa el programa de desenvolupament de projectes de recerca i les dinàmiques d'acceleració empresarial que es duen a terme al Canòdrom.

#### És per això que proposem:

1. **Signar acords amb les diferents universitats** que treballen la comunicació audiovisual i amb la Universitat Politècnica de Catalunya per establir un programa conjunt de projectes de recerca i desenvolupament.
2. **Promoure una política de beques per a joves emprenedors** associades a projectes d'acceleració empresarial i a la consolidació d'incubadores.
3. **Crear un fons de capital risc i/o d'ajuts reintegrables** per a nous projectes empresarials.
4. **Acordar amb els diversos sectors culturals línies específiques de recerca** audiovisual que donin resposta a necessitats objectives plantejades de comú acord.
5. **Desenvolupar un programa de recerca d'aplicacions audiovisuals** per a sectors culturals diversos: realitat virtual, videojoc, realitat augmentada, *mapping*, relacions amb la telefonia mòbil, etc.

## Creació de la Taula de l'Audiovisual de Barcelona

Des de l'ICUB crearem la Taula de l'Audiovisual, formada per representants de les principals associacions del sector i per persones d'especial rellevància que puguin aportar elements de millora i renovació.

Per tal d'establir els mecanismes de seguiment imprescindibles per endegar adequadament els programes anunciats, cal disposar d'un espai de seguiment i diàleg estable amb el conjunt d'agents del sector.

Des de l'ICUB crearem la Taula de l'Audiovisual, formada per representants de les principals associacions del sector i per persones d'especial rellevància que puguin aportar els elements de millora i renovació que exigeix una mesura d'aquesta ambició.

La taula comptarà amb els sectors de la producció audiovisual, la distribució i l'exhibició, amb l'àmbit del guionatge, amb els festivals de cinema i audiovisual, amb el món dels realitzadors, amb la formació, amb les empreses de serveis i amb les noves dimensions creatives sorgides de la recerca de nous formats o de les possibilitats diverses que ens ofereixen les noves tecnologies.

També haurà de ser una funció de la Taula de l'Audiovisual establir i consolidar un espai de relació amb els grans articuladors municipals de fires, congressos i programes d'atracció internacional per captar per a la ciutat esdeveniments de centralitat audiovisual que permetin reforçar la posició de Barcelona en el mapa global del sector. Que aquesta política es dugui a terme de comú acord amb el sector hauria de facilitar un millor aprofitament de les potencialitats que genera el fet d'acollir o, si es donés el cas, liderar fires, mercats o trobades sectorials a escala internacional. En aquest apartat, cal fer referència al paper de Fira Barcelona, dels palaus de congressos de la ciutat i dels programes de relacions econòmiques internacionals de l'Ajuntament de Barcelona.

## Recursos, mitjans i estructuració formal de la proposta

Una mesura d'aquest abast implica una tasca de coordinació de diversos serveis municipals, a més de la creació de nous programes específics des de l'ICUB. També implica ordenar, en el context general de la mesura, alguns programes existents.

Els criteris racionals de gestió eficient aconsellen concentrar bona part de l'acció de l'ICUB en matèria audiovisual dins un mateix programa: la Barcelona Film Commission. Dins d'aquest programa concentrarem les funcions derivades dels principals punts d'aquesta mesura amb la consegüent assignació econòmica i, en concret, la gestió de la Barcelona Film Commission, l'organització del mercat de drets, la coordinació i promoció dels festivals de cinema i audiovisual de la ciutat, i la promoció dels circuits de reestrena als diferents barris de Barcelona.

### La previsió econòmica que afectarà anualment la gestió del programa audiovisual de l'ICUB serà la següent:

Concurs de gestió tècnica B. Film Commission	360.000
Coordinació i promoció festivals de cinema	340.000
Mercat de drets	65.000
Programa d'extensió social de l'audiovisual català	85.000
Fons per a la millora infraestructural de cinemes	200.000
Programes de recerca i innovació al Canòdrom	150.000
Conveni amb BTV	237.500
<b>Total despesa projecte de promoció audiovisual</b>	<b>1.437.500</b>





**Ajuntament  
de Barcelona**