

PLAN DE CULTURAS
CINE Y AUDIOVISUALES

OFICINA TÉCNICA
Ayuntamiento de Barcelona
Mayo 2016

1. Marco General 3-5

2. Elementos para el diagnóstico 6- 17

¿Qué políticas audiovisuales y para el cine queremos en la ciudad?

Constitución de la Mesa de entidades y de representantes del cine y del audiovisual

3. Valores estratégicos del cine y el audiovisual 18- 20

4. Primeras medidas 20-25

5. Televisión Municipal 25

6. Eje Economía 26

7. Barcelona Film Comission 26- 27

8. Informes

Audiovisual y género 28-31

Propuestas del futuro EMAV 32-33

1_MARCO GENERAL

La proliferación de los medios de comunicación, el nomadismo de imágenes, las nuevas tecnologías de transmisión y las nuevas prácticas en toda la cadena productiva y de transmisión de la imagen requieren de acciones en políticas públicas que sigan criterios de sostenibilidad, de perspectiva crítica y emancipadora. La dimensión comunicativa del cine y del audiovisual puede operar para hacer emerger no un supuesto ser común, sino formas de ser en común; es ahí donde la comunicación audiovisual debe ser capaz de estructurar una concepción de interculturalidad compleja y llena de matices, radicada en el diálogo, en la escucha activa y en la empatía, en el encuentro con la alteridad.

Como materia de pensamiento y de comunicación, herramienta de producción del imaginario y del relato colectivo, elemento de mediación y transformación social, el cine y el audiovisual reclaman políticas municipales y medidas ESTRUCTURALES de base asentadas en la dimensión del tejido social, educativo, comunicativo, artístico y económico de la ciudad. El sector también se manifiesta como corresponsable en el deber de levantar políticas de memoria. Inseparable de la filosofía, de la lingüística, de la geografía, de la teoría y práctica de los medios, de la política; inseparable de nuestra conciencia histórica y de nuestra identidad... ¿qué es la imagen, sino memoria?

La revolución digital nos obliga a redefinir el cine y el audiovisual más allá de las condiciones de vida que lo han significado en el siglo xx. Las redes digitales logran dibujar y desarrollar el anhelado pacto entre lengua e imagen y crear un metalenguaje

(la integración de texto, imágenes y sonidos en el mismo sistema); la creación y la producción transforman la experiencia audiovisual en el epicentro de una nueva relación entre la industria y los nuevos públicos activos, participativos y autónomos en un nuevo contexto marcado por la colaboración y la apropiación de la obra audiovisual por parte de los públicos (cine transnacional, comunicación cross-media); también se produce una migración de las imágenes fuera de las salas de proyección convencionales, se desarrolla la instalación narrativa de imágenes en movimiento más allá del dispositivo tradicional; en definitiva, se crea una nueva temporalidad, se generan nuevos esquemas de percepción y de inteligibilidad. La red global cambia el carácter de la comunicación para el siglo xxi, la interculturalidad compleja y la experiencia vivencial del hecho de comunicarse, generan tramas desde la base social, fortalecen vínculos y apelan a la acción comunicadora fundamentada en el intercambio constante de dones y cargas que caracteriza a la comunidad.

Es necesario pensar y diseñar políticas con el objetivo de armonizar las (i)lógicas del mercado global con el bienestar social, la educación, la producción y la transmisión de conocimiento. Se debe actuar políticamente para impulsar las industrias de la creación, producción, distribución y difusión de relatos audiovisuales; se debe acompañar la gestión cooperativa del tejido del sector, trabajar en el acceso al conocimiento y a la cultura del audiovisual desde las lógicas no privativas.

Hasta ahora, en el Ayuntamiento de Barcelona, las políticas audiovisuales y cinematográficas se reducen a las pequeñas ayudas a festivales, a la Barcelona Film Commission (gestión de rodajes externalizada desde el año 2000) y a una mínima acción vinculada a la enseñanza mediante «creadores en residencia». La ciudadanía no dispone de ninguna sala de cine municipal; de la decena de fábricas de creación existentes, ninguna de ellas está dedicada al cine y al audiovisual; los barrios no tienen acceso a ningún tipo de equipamiento dedicado a la cultura audiovisual y, en muchos de ellos, el acceso privativo —es decir, las salas de cine comerciales— han desaparecido. La creación y la empresa barcelonesa reclaman políticas municipales articuladoras del sector, la ausencia de las cuales sitúan a Barcelona en una posición muy atrasada en comparación con otras ciudades europeas, a pesar de concentrar el 80% del sector catalán.

Es necesario que las políticas municipales aborden el cine y el audiovisual también dentro de un marco europeo, puesto que en los últimos años la Comisión Europea ha adoptado una política favorecedora para las grandes corporaciones que no se aleja demasiado de la voluntad de desmantelar el sistema audiovisual público, entendido como un sistema de gestión de recursos con la pluralidad de comunidades y con normas que permiten su sostenibilidad. La Comisión Europea, en su última directiva, incluye la creación, producción y distribución de la cinematografía y audiovisual europeo en las futuras negociaciones con Estados Unidos para un acuerdo de libre comercio. Los peligros de este acuerdo neoliberal harán que sea imposible controlar la actuación de las multinacionales, por encima de los gobiernos y de los derechos fundamentales, y significa un ataque frontal a los Derechos Europeos del audiovisual.

Las primeras medidas en cine y audiovisuales del Plan de Cultural se han elaborado gracias a los puentes de comunicación establecidos entre la pluralidad de industrias del sector y los colectivos sociales; de aquí han surgido nuevas vinculaciones e interacciones y el convencimiento de la URGENTE necesidad de **incorporar los VALORES ESTRATÉGICOS del audiovisual y el cine en las políticas culturales municipales.**

2_ ELEMENTOS PARA EL DIAGNÓSTICO

El Ayuntamiento de Barcelona, mediante el **Plan de Culturas de Barcelona (2016-2016)** ha realizado **dos mesas de debate** (10 de marzo y 17 de marzo) dedicadas a la creación, a la producción, a la exhibición y a la distribución del cine y del audiovisual. La amplia y plural representación de profesionales y agentes y un formato de debate abierto a la ciudadanía han sido cruciales para redefinir la situación y las necesidades del sector. Estos debates se han pensado como parte del proceso abierto del **Plan de Acción Municipal (PAM)**.

Fruto de estas mesas, de las primeras propuestas elaboradas por la Unión de Cineastas y de las medidas presentadas el pasado mes de diciembre en la oficina técnica del Plan de Culturas, elaboradas por la responsable de la comisión de Cine y Audiovisuales, Sònia Abella, con la colaboración de Íngrid Guardiola y Andreu Meixide, se ha generado un **PRIMER PLAN DE MEDIDAS PARA EL CINE Y EL AUDIOVISUAL**.

Debat obert

18.02.2016
18.00 h Auditori Virreina Lab

POLÍTIQUES PER AL CINEMA I L'AUDIOVISUAL

Pla de Cultures de Barcelona

En el context de l'elaboració del **Pla de Cultures 2015-2020**, impulsat pel Consell de la Cultura de Barcelona, i en el marc dels processos participatius vinculats al **PAM - Pla d'Acció Municipal**, s'inicia un procés de reflexió sobre la implementació d'una política audiovisual i cinematogràfica, que doni suport a l'amplic i divers teixit d'aquest sector.

El dijous, dia 18 de febrer, obrim el primer debat sobre les accions i les mesures necessàries, i la seva aplicació a través de la posada en funcionament d'un Pla d'acció de l'audiovisual i cinema. Les jornades són obertes als professionals del sector i a la ciutadania.

Els propers encontres / debats són

24.02.2016
16.03.2016

Educació a la imatge
Exhibició i distribució

Amb la participació de

Marta Andreu
Xavier Artigas
Xavier Atance
Toto Folguera
Cristina Lara
Andreu Merxide
Albert Plans
Albert Solà
Alba Sotoca
Pau Subirós

Debat conduït per

Ingrid Guardiola

Productora
Realitzador
Productor
Productor
Productora
Realitzador
Guiónista
Productor
Directora
Productor

Docent i Productora Cultural

Palau de la Virreina
Rambla, 99
08002 Barcelona

Acte obert. Aforament limitat



Debat obert

10.03.2016

19.00 h Auditori Virreina Lab

POLÍTIQUES PER AL CINEMA I L'AUDIOVISUAL / TAULA D'EXHIBICIÓ I DISTRIBUCIÓ

Pla de Cultures de Barcelona

Amb la participació de

Julia Lamela Federació catalana de cine-clubs

Elisabet Lloveras Distribuidora, directora d'Hamaca

Daniel Miralles Coordinador de Neokrok.tv
Impulsor de LaTola.cat

Cristina Riera Co-directora del Festival de cinema L'Alternativa

Carlos Rodríguez Roca Distribuidor Noucinemat

Anna Solà Directora de la Mostra de Films de Dones

Elena Sobirà Directora de DocsBarcelona

Membre del Consell de la Cultura de Barcelona

Sergi Vicente Director de Barcelona Televisió i Barcelona FM

Amb la participació de diverses sales d'exhibició a la Ma 0

Debat conduït per

Andreu Meixide Docent, realitzador i productor audiovisual

Palau de la Virreina

Rambles, 99

08002 Barcelona

En el context de l'elaboració del Pla de Cultures 2016-2026 i en el marc dels processos participatius vinculats al PAM – Pla d'Acció Municipal, s'ha creat un espai de reflexió sobre la implementació d'una política audiovisual i cinematogràfica, que doni suport a l'ample i divers telet d'aquest sector.

Amb l'objectiu d'obrir el debat sobre les accions i les mesures necessàries, i la seva aplicació a través d'un Pla específic, s'han organitzat tres jornades obertes als professionals del sector i a la ciutadania.

Pròxim debat

17.03.2016 PROXIMITATS / EDUCACIÓ, CINEMA I AUDIOVISUAL

#DecidimBarcelona

El debat es podrà seguir en directe a barcelonacultura.cat

Acte obert. Aforament limitat



RESUMEN DEBATES MESAS

¿Qué políticas audiovisuales y para el cine queremos en la ciudad?

1. ¿DE DÓNDE VENIMOS?

En el Ayuntamiento de Barcelona, las políticas audiovisuales y cinematográficas se limitan a las ayudas a festivales, a la Barcelona Film Commission (externalizada desde el año 2000) y una acción vinculada con «creadores en residencia» gestionados por la asociación A Bao A Qu con su proyecto Cine en curso.

2. INTRODUCCIÓN

Más allá de la relación con la industria es necesaria una mirada municipalista (territorio-tejido social-imaginario) hacia la producción audiovisual y cinematográfica: sensibilización, facilitación, educación, mediación (comunidades, territorio), reflexión, creación, experimentación, identificación, etc.

3. CARENCIAS Y MEDIDAS

El Plan del Audiovisual y el Cine incluido en el PAM contempla unas medidas de aplicación inmediata o a corto plazo (A) y otras a largo plazo (B). Estas medidas están relacionadas con **acciones económicas (Eco), logísticas (Log) y metodológicas (Met)**.

3.1 Comunicación y gestión técnica:

Diagnóstico

Cuestiones a resolver: Interlocución con el Ayuntamiento

Medidas

A. Log. Eco.

Creación de una comisión vinculante de asesores diferenciada del Clásico Consejo del Audiovisual del ICUB y formada por un pequeño equipo técnico (vinculante) que vele por la transparencia, la proporcionalidad y la transversalidad de las políticas culturales aplicadas al sector del cine y del audiovisual, y un equipo de asesores (no remunerados) compuesto por distintos miembros del sector (vocales, representatividad).

A. Met.

Romper con la gremialidad, el amiguismo y las organizaciones estructuradas de forma piramidal que se usan para favorecer las producciones de las propias cúpulas.

Atomización del sector

A. Log.

Facilitar un directorio de los interlocutores del Ayuntamiento en materias culturales, especialmente las vinculadas al Audiovisual y el Cine.

3.2 Promoción, difusión e identidades culturales:

Diagnóstico

Cuestiones a resolver:

Reconocimiento de trayectorias

Promoción de la ciudad

Promoción de las películas hechas por autores/as de la ciudad

Medidas

A. B. Met. Log.

Potenciar a los autores y autoras de la ciudad sin políticas previas que generen censuras u omisiones.

Buscar los criterios de reconocimiento y divulgación.

Fomentar el cine de proximidad.

A. Met.

Clarificar la política de banderolas.

B. Eco.

Comprar películas para que se pueda disponer de ellas en las bibliotecas.

A. B. Log.

Agenda audiovisual compartida desde la página del Ayuntamiento-Cultura

3.3 Recursos, investigación y desarrollo:

Diagnóstico

Cuestiones a resolver: Falta de recursos para el desarrollo, escritura y producción cinematográfica y audiovisual.

Medidas

A. Eco.

Abrir una línea de subvenciones/becas/ayudas de proximidad para el desarrollo, escritura y producción de proyectos.

— Pautar criterios y diferenciarlos de los criterios aplicados a los proyectos del ICEC o ICAA. Ha de convertirse en un contrapunto, más que en contrafuerte.

— Referencias: Becas AGITA de Figueres. Talleres de desarrollo de proyectos de los Festivales de Berlín y Rotterdam.

—Priorizar el contenido a la cuantificación económica. Falta privilegiar la viabilidad (grandes cantidades de dinero, las ayudas solo se ocupan del 50% de la producción) en pro de la sostenibilidad del proyecto. Dictadura de la cuantificación.

— Salir de la perspectiva unidireccional de las subvenciones y entender el audiovisual como en la memoria de nuestro tiempo.

— Revisar el protocolo legal para optar a las becas o ayudas: no solo se han de dirigir a las personas físicas o a las productoras, sino también a entidades sin ánimo de lucro (asociaciones, por ejemplo), cooperativas o empresas con ánimo de lucro pero destinadas a reforzar el tejido y la diversidad social.

— Abrir una línea editorial del cine, salir de la catalanidad mal entendida.

— Reforzar la transparencia, la distribución y la equidad.

— Que el Ayuntamiento no obstaculice las iniciativas que se llevan a cabo fuera de los circuitos institucionales o mercantiles.

— Cantidad mínima de 1 000 € y máxima de 10 000 € por proyecto.

Necesidad de herramientas de información, asesoramiento y profesionalización del sector

A. B. Log. Met.

Barcelona Activa:

— Abrir una línea de asesoría y soporte para impulsar empresas audiovisuales y autónomos.

— Ofrecer alternativas a los modelos económicos tradicionales de la industria audiovisual y realizar un estudio (a disposición de la ciudadanía) sobre inversiones y retornos, capitales financieros, impuestos, mecanismos de financiación, impacto económico de las TIC en el sector AV.

— Potenciar los proyectos pensados desde una economía social y solidaria. Audiovisual comunal o comunitario.

— BBDD profesionales, directorio, renovar.

— Repensar las políticas fiscales y el papel de la Barcelona Film Commission.

•

• **A. B. Log. Met.**

Barcelona Film Commission: ampliar su misión.

— Crear políticas fiscales que favorezcan la producción local.

3.4 Redes, transversalidad y educación

Diagnóstico

Cuestiones a resolver: Punto de encuentro para los profesionales del audiovisual.

Medidas

A. B. Log. Eco.

— Creación de un Centro del Audiovisual de Barcelona (en algún espacio ya existente) cuya misión sea la de programar, mediar, investigar, pensar y educar. Por ejemplo: Buenos Aires, barrio de productoras.

Posibles espacios: 51 centros cívicos, 10 fábricas de creación (escénicas, visuales), Canòdrom.

— Laboratorio de creación: posibilitar ecosistemas y programas de desarrollo de proyectos de calidad desde la escritura, la producción, la crítica y la reflexión. Sin censuras, promocionando la diversidad de miradas, de puntos de vista, de temas y formatos.

B. Log. Eco.

Internacionalización de los proyectos a partir del diálogo con mentores internacionales. Trabajar con las asociaciones gremiales. Repensar la televisión local.

B. Log. Eco.

Revitalizar la Tele.cat

B. Log. Eco.

¿Cuál debe ser el papel de BTV?

— Representación del ICUB en el consejo.

— Entenderla como un vivero, laboratorio de creación audiovisual. Apoyo a proyectos de líneas más experimentales.

— Más transparencia en sus externalizaciones.

¿Qué relación debe haber entre el Ayuntamiento y las salas de cine?

B. Log. Eco.

Revisar los protocolos con las salas de cine (usos y funciones).

Falta de recursos técnicos y humanos compartidos.

B. Log.

Crear una red de mutualización de equipos técnicos y humanos y de espacios de trabajo.

Falta que el cine pueda verse en toda la ciudad, que todo el mundo pueda disfrutarlo (retorno social).

B. Log. Eco.

Crear una red de «cines en los barrios»

Creación de públicos nuevos

B. Log. Eco.

Revisar las políticas de precios de entradas, fomentar la gratuidad entre los jóvenes (el Ayuntamiento sufraga la parte proporcional de las pérdidas que repercutirían en la sala).

Formación, investigación (I+D), reflexión crítica.

A. B. Log. Met.

Fortalecer los vínculos con las universidades y escuelas de audiovisuales más allá del

Clúster Audiovisual.

— Profesionalización

— Formación-educación-relación

B. Log. Eco.

Favorecer los festivales de cine independiente que fomenten los valores sociales y los elementos de identidad cultural (ya sea desde la reflexión o desde la descripción diversa) y que incluyan espacios de reflexión y debate sobre la propia práctica y obra cinematográfica y audiovisual.

B. Log. Eco.

Ampliar el marco de los creadores audiovisuales en residencia y ampliar el trabajo que A Bao A Qu ya lleva a cabo. Trabajar en ello con el Consorcio (Educación).

Constitución de la Mesa de entidades y representantes del cine y del audiovisual

Para hacer posible la participación de varios profesionales y agentes en el seguimiento y evolución de estas PROPUESTAS PARA EL CINE Y EL AUDIOVISUAL se

constituye, el pasado mes de abril, una Mesa independiente de trabajo con el objetivo de articular un mapa de medidas y estrategias del sector desde una perspectiva social, industrial y artística.

La mesa sigue un proceso de elaboración de medidas integrales y transversales que integran un PLAN inclusivo, reflexionado y representativo de las necesidades del ecosistema audiovisual de la ciudad. Un Plan que dibuja medidas ESTRUCTURALES que darán respuesta a las necesidades del sector, a la demanda de la ciudadanía y a los nuevos públicos y profesionales que trabajan en territorios interactivos y transmedia y que necesitan nuevas taxonomías para diferenciarse de su homólogo audiovisual.

Miembros de la Mesa:

Marta Andreu. Productora. Coordinadora del Máster Documental de Creación (UPF). Corresponsal de cinematografías para Visions du Réel y miembro de la comisión de Cine Mundial en la Berlinale.

Toni Marín Vila. Productor, docente y asesor internacional. Vicedecano Primero en CPAC, Colegio Profesional del Audiovisual de Cataluña.

Albert Plans. Guionista. Miembro de Guionistas Asociados de Cataluña.

Tono Folguera. Productor de «Bicicleta, Cuchara, Manzana», «El rey tuerto». Ganador de premios nacionales e internacionales. Presidente de Pro-docs.

Cristina Lera. Productora. En representación de la Unión de Cineastas.

Marta Lladó. Gerente de la Coordinadora de Festivales de Cine de Cataluña (40 festivales en Catalunya, más de 400 000 espectadores).

Carme Mayugo. Docente e investigadora de creación audiovisual participativa (USC). Prácticas de educomunicación y comunicación comunitaria (Teleduca).

Patricia Sánchez Mora. Productora audiovisual. Organización de festivales. En representación de la Unión de Cineastas.

Carles Bosch. Cineasta. Nominado a un Oscar. Premio Nacional de Cultura y Premios Goya. Premio Gaudí por «Bicicleta, Cuchara, Manzana».

Carles Torras. Realizador y productor. Ganador de la Bisnaga d'Or 2016 a la mejor película por «Callback». En representación de la Asociación de Productores Audiovisuales de Cataluña, PAC.

Maria Rosa Fusté. Efectos digitales y postproducción. Miembro de la Junta Directiva de la Academia de Cine Catalán.

Ingrid Guardiola. Docente. Productora cultural.

Andreu Meixide. Docente. Realizador y Productor Audiovisual.

3_VALORES ESTRATÉGICOS DEL CINE Y DEL AUDIOVISUAL

Valor cultural_

Por su capacidad de construcción del propio relato ciudadano y proyección del mismo, el cine es una expresión de cultura portadora de valores a la ciudadanía, a un público local y global.

Porque al articularse con la historia y la estética, la ficción, la transformación, la investigación de «lo real» y su transformación, con experimentación técnica... y con la relación entre la sociedad y las imágenes que produce, tiene un papel decisivo en el conocimiento humano y cumple una función simbólica fundamental. El cine y el audiovisual proporcionan identidad a las comunidades, a los espacios y a los símbolos que definen la propia ciudad.

Porque es un agente responsable frente a la historia: la gran cuestión ya no reside en cómo reescribir la historia, sino en observar de qué forma el cine puede ser capaz de

activar nuevos procesos de memoria. En este sentido, el servicio público ha de garantizar el acceso a las obras y a la preservación y actualización de los archivos audiovisuales y cinematográficos.

Valor industrial i social_

Su potencial de talento, que a su vez se es un generador de puestos de trabajo.

Su potencial de exportación y de relación con otros sectores.

El audiovisual y el cine es el epicentro de una nueva relación entre la industria y los públicos activos, participativos y autónomos con un gran potencial creativo, un nuevo contexto marcado por la colaboración, la producción, el consumo e, incluso, la apropiación de la obra audiovisual por parte de los públicos (cine transnacional, comunicación cross-media).

La industria cultural estructura un sector económico que gravita en torno a la dimensión social, cultural y comunicativa, formado por muchos profesionales tanto en el ámbito de la creación como de la producción, de la distribución, de la exhibición, de la educación y de la mediación social.

Valor comunicativo_

Los medios de comunicación audiovisuales públicos son la ventana de acceso a la realidad para muchos ciudadanos; por esa razón es imprescindible preservar y fomentar su función de servicio público. Ello implica garantizar la libertad de expresión, la diversidad de opiniones incluso cuando se cuestionan los espacios institucionales, la transparencia aplicada a todos los ámbitos (desde los presupuestos hasta la articulación del contenido), el diálogo con la ciudadanía, el acceso de los profesionales del sector, el diálogo con las generaciones jóvenes y la apertura a contenidos culturales.

Elemento de mediación social_

El cine y el audiovisual es usado por asociaciones, productoras o individuos como una herramienta de mediación social gracias a su capacidad de capturar, digerir y

transformar la realidad a través de la imagen en movimiento. El cine y el audiovisual permiten trabajar las identidades individuales y colectivas en constante transformación debido a factores sociales, económicos y culturales, de forma coral y procesual. Es necesario velar por que estos procesos de mediación social sean posibles.

Valor educacional_

El cine y el audiovisual son herramientas y discursos educativos de primer orden y se debe velar por que esta relación entre el cine y el audiovisual y la educación se fomente desde las propias instituciones.

La migración a lo digital y la popularización de la tecnología móvil audiovisual hace que sea más necesario que nunca vincular el cine y el audiovisual con la educación, ya sea para lograr la alfabetización digital, para la educación sobre el papel y el sentido de las imágenes en una época de superávit audiovisual, para formar nuevos públicos, nuevos creadores/as o para comprender nuestro pasado cinematográfico y audiovisual.

4_ PRIMERAS MEDIDAS

MEDIACIÓN CON EL TEJIDO SOCIAL Y SECTORIAL

Es necesario incorporar los VALORES ESTRATÉGICOS del audiovisual y del cine en las políticas culturales municipales, así como diseñar medidas ESTRUCTURALES de base asentadas en la dimensión del tejido social, educativo, comunicativo y económico. Puntos a tener en cuenta:

1. Necesidad de resolver la interlocución, creación de un puente entre el Ayuntamiento y el sector y los distintos agentes, teniendo en cuenta las distintas áreas (creación, producción, exhibición, distribución, educación).
2. Necesidad de creación de un núcleo ejecutivo de trabajo formado por un equipo técnico que vele por la transparencia, la proporcionalidad y la transversalidad de las

políticas culturales aplicadas al sector del cine.

3. Necesidad de establecer un presupuesto concreto para esta área.

CREACIÓN E INVESTIGACIÓN

1. Incluir en el programa de Fábricas de Creación el apoyo a la creación y a la producción cinematográfica y audiovisual.

2. Dedicar Fabra i Coats al audiovisual y al cine, a toda la relación transversal con otras artes y a la comunicación y relación social que genera.

3. Posibilidad de incentivos fiscales a las empresas locales que rueden en Barcelona.

4. Creación del Centro del Cine y del Audiovisual de Barcelona. La creación de un Centro del Cine y del Audiovisual de Barcelona es imprescindible. Este centro será un espacio de encuentro, experimentación, formación y proyección que promueva el trabajo en red, la puesta en común de proyectos y conocimientos, ofreciendo así nuevos sistemas de relación entre personas, proyectos y el barrio. El centro fomentará el desarrollo y la formación audiovisual transversal tanto a escala de públicos y contenidos como de personas y profesionales implicados.

Centro del Cine y del Audiovisual:

Es imprescindible la creación de un Centro del Cine y del Audiovisual de Barcelona que tenga una misión de programación, mediación, investigación, pensamiento y educación. Este centro será un espacio de encuentro, experimentación, formación y proyección que promueva el trabajo en red, la puesta en común de proyectos y conocimientos, ofreciendo así nuevos sistemas de relación entre personas, proyectos y el barrio. El centro fomentará el desarrollo y la formación audiovisual transversal tanto a escala de públicos y contenidos como de personas y profesionales implicados. Sus objetivos son:

Programación: acoger programación de producción local. Programar ciclos en colaboración con otras concejalías, con festivales de la ciudad y con colectivos o profesionales del cine y del audiovisual de la ciudad. La programación contemplará

una gran diversidad de contenidos, épocas y puntos de vista. Las actividades previstas serán diversas y transversales en el cine: encuentros, debates, talleres, clases magistrales, cursos de cine, etc. Irradiar de manera itinerante a todos los distritos de la ciudad la programación y las actividades. La programación itinerante se debería coordinar con la Coordinadora de Festivales.

Mediación: el centro hará accesible a la ciudadanía la producción audiovisual y cinematográfica, teniendo en cuenta la diversidad social existente en la ciudad e interpelando al público más joven.

Reflexión: será un espacio de encuentro e intercambio en el que estimular la curiosidad, la investigación y el pensamiento mediante la organización de conferencias temáticamente multidisciplinarias.

Creación (creadores en residencia): el centro acogerá a los proyectos apoyados desde las líneas de ayuda propias del ICUB vinculados con el cine y el audiovisual. También acogerá a los creadores/as o productoras que se encuentren desarrollando proyectos de interés cultural para la ciudad, promocionando la diversidad de miradas, de puntos de vista, de temas y de formatos. La cesión del espacio a estos últimos deberá hacerse mediante concurso público. A partir de este contexto plural y transversal se puede generar un (necesario) ecosistema de desarrollo de proyectos de calidad desde la escritura, la producción, la crítica y la reflexión.

Educación: el centro será un espacio de iniciación al lenguaje de la imagen orientado a ofrecer instrumentos de lectura del relato audiovisual y cinematográfico, tanto del pasado como de un presente multipantalla e hiperconectado.

Internacionalización: el centro, gracias al apoyo de los festivales de la ciudad y a sus recursos propios, debe facilitar la presencia puntual de invitados/mentores internacionales para que los creadores en residencia y las personas pertenecientes al sector puedan tener referentes internacionales. A su vez, los mentores serán informados de los proyectos locales que se están llevando a cabo, abriendo la posibilidad al surgimiento de coproducciones.

Red de mutualización técnica: crear una red de mutualización de equipos técnicos y

humanos y de espacios de trabajo, siempre y cuando ello no suponga una precarización del sector. Solo deberá ser válido para los proyectos que no pueden acceder a un equipo propio.

EXHIBICIÓN Y DIFUSIÓN

Barcelona adolece de un problema estructural: la ausencia de cines en los barrios y la necesidad de acercar el lenguaje audiovisual a la ciudadanía. Se propone:

1. Crear una línea de ayuda para salas de cine cuya programación es ajena a la distribución de las salas mayores y que programen cine independiente, europeo y nacional.
2. Fomentar el cine de proximidad: construir una red de pantallas y cines de proximidad; es necesario recuperar la experiencia del cine de proximidad, el cine debe estar presente en todos los distritos de la ciudad. Impulsar una línea de colaboración con bibliotecas municipales y centros cívicos.
3. Generar un programa de políticas de precios para fomentar el hábito del cine, dirigida especialmente a jóvenes, desempleados o jubilados.

Festivales de cine: son la única pantalla de difusión de un conocimiento cinematográfico que no llega a las pantallas comerciales de nuestra ciudad, y que están sensibilizados por la importancia de educar la mirada y reforzar el espíritu crítico mediante talleres, clases magistrales, seminarios, conferencias, fomentar el cine en versión original.

La problemática de los festivales es: 1) Precariedad laboral (la entidad asume los costes con sus propios recursos y cada vez asume más funciones de pantalla/distribución/educación/trabajo en red. 2) Equipo profesional mal remunerado. Mucho voluntariado. 3) Precariedad financiera. Falta de transparencia (la administración beneficia a algunos festivales sin aplicar parámetros objetivos).

El apoyo inmediato debe pasar por la cesión municipal de un espacio de trabajo para

la oficina de la Coordinadora de Festivales.

EJE COMUNICACIÓN-EDUCACIÓN

Comprender el audiovisual con una perspectiva crítica y emancipadora implica fortalecer vínculos y generar tramas desde la base social. Apela a una acción comunicadora fundamentada en el intercambio constante de dones y cargas que caracteriza a la comunidad. El hecho comunitario no es más que la relación que se establece entre las singularidades y las diversidades. Es aquí donde la comunicación audiovisual puede operar como un juego de espejos capaz de estructurar una concepción de interculturalidades complejas y llenas de matices. Así es como la creación, la distribución y la difusión de relatos audiovisuales, es decir, todo tipo de prácticas, pueden contribuir a hacer que emerja no un supuesto ser común, sino formas de ser en común.

El pacto con EDUCACIÓN es URGENTE para:

1. La enseñanza del **lenguaje audiovisual** como parte de la educación formal en los colegios.
2. La puesta en marcha de un programa de formación para el profesorado.

PROMOCIÓN

1. Creación de un fondo económico para atraer producciones y rodajes a la ciudad.
2. Política de promoción exterior para las producciones de la ciudad.

5_ TELEVISIÓN MUNICIPAL:

El Ayuntamiento debe invertir más presupuesto para que la televisión local pueda:

- Producir contenidos culturales

- Producir y coproducir obras audiovisuales de ficción y documentales
- Abrir negociaciones con otras plataformas televisivas y establecer acuerdos de coproducción

6_EJE ECONOMÍA

Proponer al Comisionado de Economía Cooperativa Social y Solidaria abrir una línea de asesoría y apoyo para impulsar a las empresas audiovisuales y a los autónomos. La asesoría debe ofrecer alternativas a los modelos económicos tradicionales de la industria audiovisual. Para ello, es necesario:

1. Abrir una línea de estudio sobre la economía del audiovisual; inversiones y retornos, capitales financieros, impuestos, mecanismos de financiación, impacto económico de las nuevas tecnologías en el sector audiovisual.
2. Abrir una línea de asesoramiento y acompañamiento vinculada a Barcelona Activa con el objetivo de: 1) facilitar herramientas de profesionalización a estudiantes de cine y audiovisual; 2) facilitar herramientas a profesionales que quieran desarrollar su empresa siguiendo una filosofía de economía cooperativa social y solidaria.

7_BARCELONA FILM COMISSION

Problemática: 1) Transparencia de la gestión. 2) Concretar quién recauda impuestos. 3) Saturación de rodajes en Ciutat Vella y el centro. 4) Externalización.

SE PROPONE:

1. Revisar el PROTOCOLO PARA OBTENER PERMISOS DE RODAJE.
2. Impulsar que la empresa productora no local invierta un porcentaje en servicios

técnicos y artísticos locales.

3. Poner en marcha mecanismos de transparencia económica y de retorno social.
4. Incluir en la Mesa de filmaciones a un representante del Consejo de Barrios que goce de la misma capacidad decisiva que los demás miembros.
5. Revisar los protocolos con el Puerto Marítimo.
6. Revisar los protocolos con la industria colateral, Turismo de BCN.
7. Revisar el canon económico por rodaje en espacio público para las productoras (locales, internacionales) re publicidad.
8. Mapear nuevas localizaciones y establecer contacto directo con los distritos.
9. Para el próximo concurso público 2017: contratación externa exclusiva de la gestión operacional.

INFORMES

AUDIOVISUAL Y GÉNERO

Las mujeres tienen una representación significativamente menor en la pantalla. No hay suficiente conciencia del alcance de esta diferencia en relación con el género masculino a la hora de diseñar políticas culturales de audiovisual. Las imágenes de los medios de comunicación ejercen una gran influencia cuando se trata de crear y perpetuar nuestros prejuicios inconscientes.

Las mujeres representan menos del 15% de los ejecutivos de negocios, figuras políticas o puestos de trabajo en la ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas. En general, cuando se contrata a mujeres, no personifican puestos influyentes. Menos de una cuarta parte de la fuerza laboral ficticia que aparece en pantalla son mujeres (22,5%). A pesar de que las mujeres representan la mitad de la población mundial, menos de una tercera parte de los personajes con líneas de diálogo en las películas son mujeres.

El análisis sobre personajes femeninos en el audiovisual pone de manifiesto una discriminación profundamente enraizada y unos estereotipos generalizados de las mujeres y las jóvenes por parte de la industria cinematográfica tradicional. Los estereotipos marginan a las mujeres en los puestos profesionales de prestigio. Los personajes masculinos predominan sobre los personajes femeninos cuando se trata de fiscales y jueces (13 contra 1), profesores (16 contra 1) y médicos (5 contra 1). Sin embargo, la balanza se inclina a favor de las mujeres cuando se trata de hipersexualización. En comparación con los jóvenes y los hombres, las jóvenes y las mujeres tienen el doble de posibilidades de aparecer vestidas con prendas sugerentes, parcialmente desnudas o delgadas.

El primer estudio internacional sobre imágenes de género en películas del mundo entero impulsado por el Instituto Geena Davis, ONU Mujeres y la Fundación Rockefeller muestra cómo en el ámbito mundial las actitudes discriminatorias que afectan a las mujeres y a las jóvenes se reflejan en películas de todo el mundo, y también señala varias diferencias significativas entre países: los países más avanzados (Reino Unido, Brasil y Corea del Sur) cuentan con personajes femeninos en un rango del 38 al 35,9% de papeles con líneas de diálogo en pantalla. Las colaboraciones británico-norteamericanas y las películas hindúes ocupan las últimas posiciones, con cifras del 23,6% y el 24,9% de mujeres respectivamente. En la mitad de las películas surcoreanas aparecen mujeres protagonistas o coprotagonistas, igual que en el 40% de las películas analizadas procedentes de China, Japón y Australia.

La directora ejecutiva de ONU Mujeres, Phumzile Mlambo-Ngcuka afirma que «Hace 20 años, 189 gobiernos aprobaron la Plataforma de Acción de Beijing, la hoja de ruta internacional a favor de la igualdad de género que instaba a los medios de

comunicación a evitar descripciones estereotipadas y degradantes de las mujeres. Dos décadas más tarde, este estudio es un signo de alerta sobre el largo camino que todavía tiene por delante la industria cinematográfica mundial.

»Dada su gran influencia cuando se trata de modelar las percepciones de grans públicos, los medios de comunicación son un factor determinante en la agenda por la igualdad de género, ya que la influencia conlleva responsabilidad. El sector no puede esperar otros 20 años, y es necesario que las políticas públicas se hagan responsables.

»Un remedio para solucionar la disparidad en pantalla es contratar a más mujeres cineastas, puesto que casi 1 de cada 4 cineastas tras las cámaras (dirección, guion, producción) eran mujeres. Según varias fuentes, cuando las películas cuentan con una directora o guionista, la cantidad de personajes femeninos en pantalla aumentaba significativamente. Otro enfoque es instar a los ejecutivos y a las ejecutivas cinematográficas a que actúen con más sensibilidad ante el desequilibrio del género y los estereotipos en pantalla, puesto que debemos superar estereotipos obsoletos que limitan a las mujeres y a los hombres a la hora de realizar su pleno potencial humano».

Entre los resultados clave del primer estudio internacional sobre imágenes de género en películas de todo el mundo, se incluyen los siguientes:

Solo el 30,9% de los personajes con líneas de diálogo son mujeres.

Hay varios países que superan la media mundial: Reino Unidos (37,9%), Brasil (37,1%) y Corea del Sur (35,9%). Sin embargo, estos porcentajes son muy inferiores a las cifras de población del 50%. Hay dos ejemplos por debajo de la media: en las películas coproducidas por el Reino Unido y Estados Unidos (23,6%) y en las películas hindúes (24,9%) los personajes femeninos representan menos de una cuarta parte de todos los papeles con líneas de diálogo.

Faltan mujeres en las películas de acción y aventuras. Solo el 23% de los personajes con líneas de diálogo en este género son femeninos.

De un total de 1 452 cineastas de los que se conoce el género, el 20,5% son mujeres y el 79,5% son hombres. Las mujeres constituyeron el 7% de los directores, el 19,7% de

los guionistas y el 22,7% de los productores de la muestra estudiada.

Las películas con una directora o guionista tienen un nombre significativamente más alto de niñas y mujeres en pantalla en comparación con las películas en las que no había directora o guionista.

La sexualización es la norma para los personajes femeninos de todo el mundo: las jóvenes y las mujeres tienen el doble de posibilidades, en comparación con los jóvenes y los hombres, de aparecer con ropa sugerente sexualmente, parcialmente o totalmente desnudas, y delgadas; y hay cinco veces más probabilidades de que se haga referencia a ellas como personas atractivas. Las películas para públicos más jóvenes son menos propensas a sexualizar a las mujeres que las películas para públicos de más edad.

Las adolescentes (de 13 a 20 años) tienen las mismas posibilidades de aparecer sexualizadas que las jóvenes adultas (de 21 a 39 años).

Los personajes femeninos únicamente constituyen el 22,5% de la fuerza laboral de las películas a escala mundial en comparación con los personajes masculinos, una cifra del 77,5%.

En los roles de liderazgo predominan los hombres, solo el 13,9% de los ejecutivos y solo el 9,5% de los políticos de alto nivel son mujeres.

Entre las profesiones de prestigio, los personajes masculinos superan a los femeninos en fiscales y jueces (13 contra 1), profesores (16 contra 1), profesionales médicos (5 contra 1), y en ámbitos de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (7 contra 1).

PROPUESTAS DEL FUTURO DE EMAV

EMAV está dispuesto y apuesta decididamente por este centro de formación, investigación y creación de contenidos para la ciudad.

EMAV es un centro público de formación profesional de la familia de la imagen y el sonido con una larga trayectoria y enraizamiento en la ciudad, y es capaz de reconocer y liderar —conjuntamente con otros responsables— un proyecto de ciudad que recoja

y sume los frutos de otras entidades y colectivos de Barcelona para el centro de creación audiovisual, cine y contenidos multimedia que Barcelona necesita, sin dar la espalda a otros proyectos y colectivos.

La ciudad necesita un espacio en el que recoger y fomentar las propuestas creativas y fomentar su producción y lanzamiento a nivel cultural e industrial.

La ciudad debe ser capaz de aprovechar las energías de los distintos actores que intervienen y de unir esfuerzos por la creación que revierta en formación y creación de puestos de trabajo en el sector audiovisual, y especialmente para los jóvenes.

Audiovisual y Jóvenes Creadores desde la Formación Profesional

Las últimas generaciones de alumnos están expectantes o se van. Quieren aprender, pero ante todo quieren trabajar y ver que la ciudad apoya sus proyectos. Pueden venir a la escuela una o dos veces después de haber terminado los estudios y de llevar meses dando vueltas y buscando. Si no somos capaces de proporcionarles respuestas y propuestas claras, naturalmente, no vuelven. Por eso tenemos previsto crear lo que llamamos EMAY-Lab, un espacio de apoyo a las iniciativas de creación y de búsqueda de posibilidades laborales dentro del sector audiovisual y del espectáculo, donde también encontraremos jóvenes provenientes de otras disciplinas del diseño, del arte, de la música, de la informática, espectáculo, videojuegos, aplicaciones móviles y otras... que se trabajan en otros ciclos formativos y estudios artísticos.

La Formación Profesional necesita una revitalización y pensamos que ha de surgir de una mezcla de conocimientos y expectativas que mejore claramente las condiciones laborales y las posibilidades de crecimiento social, económico y profesional.

Se barajan muchas posibilidades, pequeñas-grandes ideas para empezar:

— Alumnos que colaboren (¿participen, trabajen, hagan prácticas?) en los centros de la ciudad en los que hagan falta (¿centros cívicos? ¿Espacios tipo Santa Mònica, por

ejemplo?), Fiestas de la Mercè u otros acontecimientos.

— Programa de televisión en coproducción con ICUB y otros.

— Aprovechar mejor los recursos de la ciudad en cuanto a los rodajes (Barcelona Plató).

— Dar trabajo a los alumnos que terminan y potenciar la creación de proyectos interdisciplinarios con otros centros de formación de la ciudad.

— EMAV-LAB como un vivero de empresas creadas para los jóvenes. Cuando acaban sus estudios pueden iniciar sus primeros trabajos durante un periodo de tiempo con los recursos técnicos y logísticos de la escuela y otras entidades colaboradoras.

— Espacios y plataformas para el visionado y difusión de sus creaciones y proyectos.

— Potenciar la creación de un centro de estudios y del desarrollo del cine y del audiovisual en la ciudad.

JORNADAS

Comunicación audiovisual, cultura y comunidad

Comprender el audiovisual con una perspectiva crítica y emancipadora implica fortalecer vínculos y generar tramas desde la base social. Apela a una acción comunicadora fundamentada en el intercambio constante de dones y cargas que

caracteriza a la comunidad (Esposito, 2003 y 2005). Lo comunitario no es más que la relación que se establece entre las singularidades y las diversidades. Es aquí donde la comunicación audiovisual puede operar como un juego de espejos que muestre dónde termina lo particular y empieza lo común. Es capaz de estructurar una concepción de interculturalidad compleja y llena de matices. Así es como la creación, la distribución y la difusión de relatos audiovisuales, es decir, todo tipo de prácticas, pueden contribuir a hacer que emerja no un supuesto ser común, sino formas de ser en común (Nancy, 2007).

Las prácticas audiovisuales que emanan de las necesidades y los deseos concertados por parte de las personas nos aportan una serie de tácticas y estrategias que parten del hacer y del sentir, del ser y no del tener (Illich, 1985). Esta comunicación provoca el surgimiento de nuevas vinculaciones, interacciones y espacios de encuentro entre las personas y los colectivos sociales en todo tipo de redes sociales de base y, en definitiva, en toda la comunidad. Se erigen formas culturales radicadas en el diálogo, la escucha activa y la empatía, el encuentro con la alteridad, la performatividad, la autorepresentación, la mediación directa y sobre todo la experiencia vivencial del hecho de comunicarse.

Desde este punto de vista, no nos podemos circunscribir ni en medios ni en titularidades ni en baluartes institucionales. La trampa de la financiación y de la gestión de los fondos públicos por parte de la administración no ha de implicar renunciar a que la cultura y la comunicación audiovisual sirvan a la comunidad para autoafirmarse, para sostener y potenciar todas las interrelaciones que en ella se producen de forma permanente y sin obstáculos.

Más allá de la titularidad pública (que suele estar hiperinstitucionalizada) de iniciativas audiovisuales concretas, se trata de cuidar y preservar la vivencia comunitaria de comunicarse mediante prácticas muy diversas y enriquecedoras. Esto significa que, a la hora de acompañar y facilitar políticas públicas de comunicación audiovisual, la comunidad debe jugar un papel central, con todas sus complejidades y contradicciones.

En este contexto gana fuerza la dimensión educativa de la comunicación audiovisual

entendida como aprendizaje desde y mediante la experiencia («learn by doing»). De hecho, la tradición de la pedagogía crítica y la comunicación/educación popular entienden la comunicación y la educación como dos caras de una misma moneda que se buscan y necesitan mutuamente para enriquecerse (Freire, 1969; Kaplún, 1998). Así lo demuestran la gran multitud de prácticas que nacen, cuajan o derivan hacia la intersección que proponen la educomunicación (o comunicación/educación, según Huergo, 2005), y la comunicación comunitaria.

Todo ello nos aboca a una simbiosis llamada comunicación educomunitaria que persigue la idea de reconstruir y promover la audiovisualidad de la comunidad.

Objetivo de las jornadas:

Mapear y vincular prácticas de comunicación audiovisual comunitaria y/o educomunicativas para dar visibilidad y fortalecer un conjunto diverso y disperso de formas de hacer. Todo ello con la idea de crear una red de experiencias en varios barrios y ciudades del Estado español.

Gira en torno a tres ejes de debate:

- 1) ¿De qué tipo de comunicación audiovisual estamos hablando? No hablamos de prácticas entendidas como mercancía, sino como elementos claves en la autoafirmación de la comunidad, porque no están sujetas a un valor de cambio (producción) sino a un valor de uso (creación).
- 2) ¿Qué políticas y ordenaciones públicas aún no se ha osado llevar a cabo en el panorama de la comunicación audiovisual? Se trata de abordar el reto de cómo modificar la tradición legislativa imperante en Europa y partir de las estrategias políticas que parten de las necesidades e intereses de la comunidad.
- 3) ¿Cómo se aborda la definición de lo común en comunicación audiovisual? En este sentido, es necesario debatir sobre las necesidades que se deben atender, las formas de operar, la detección de ventanas y la apertura de nuevas, los procesos de cooperación y colaboración, las redes a establecer y fortalecer. Desde esta perspectiva, se plantea la organización de unas jornadas que sirvan para compartir las cuestiones claves de los

tres ejes de debate propuestos y que, a medio plazo, signifiquen la apertura de un proceso de debate y reflexión conjunta en forma de grupos de trabajo.

Proponemos aquí una relación extensa de personas y experiencias a tener en cuenta con las que empezar a trabajar:

Universidades

-Anna Clua, Universidad Abierta de Catalunya (UOC) y Red Ciudadana por el Derecho a la Información y a la Comunicación

- Laura Bergés, Universidad de Lleida y Asamblea por la Comunicación Social

- Marcelo Martínez, Universidad de Santiago de Compostela y red de investigación REAL-CODE

- Manuel Chaparro, Universidad de Málaga y EMA RTV

- Víctor Marí, Universidad de Cadiz y revista Commons

- Alejandro Barranquero, Universidad Carlos III

- Rosario Luna, Univesidad de Extremadura

- Carmen Echazarreta, Universidad de Girona

Otros investigadores e investigadoras residentes en el Estado español

Javier García (ReMC y Jóvenes y el tercer sector audiovisual) / Núria Reguero (Asamblea por la Comunicación Social, CMFE y México) / Tony Vacas (Argentina) /

Juan Ramos y Renée Barrientos (Bolivia) / Chiara Sáez (Chile)

Experiencias de difusión

Ràdio Klara (Valencia) / URLCM (Madrid) / Televinte (Xantada, Galicia) / LaTele (Barcelona) / Tele K (Madrid) / Boca Ràdio (Barcelona) / Onda Color (Málaga), Radiópolis (Sevilla) / Radio FilispiM (O Ferrol, Galicia), Cardedeu RTV y Canal SET (Cataluña) además de las radios y las TV de barrio o distrito de Barcelona, Pluràlia TV (Valencia) y Sa TevaVisió (Palma).

Experiencias de creación audiovisual

Nosotras en el mundo / Dones Reporteres de Mataró / El Parlante / Càmeres i acció / Méliès / AGARESO / Cine sin autor / Ikertze / Ubiqa / Komunikatuz / LaFundició / Sinapsis / Transductores / ComSoc / Mobiolak / Quepo / El Mirador / L'Arada / Colectiva Circes / UbúTV / Mapasonor / Banda Visual / Transforma Films / A bao a qu / Drac Màgic / Aire Comunicación / Neokinok / Produccions Pelegrines / SICOM / Federació Catalana de Cineclubs / Metromuster / La Trama ComunicAcció / Teleduca

Dimensión internacional

Northern Visions (Irlanda del Norte) / DCTV (Irlanda) / VDPQ (Francia: Carmen, Tabasco Vidéo, Anonymal, etc.) / BOK (Alemania) / Videocommunity (Italia) / Community Media Association y Platform London (RU) / City TV Foundation (Eslovaquia) / Radios comunitarias en Hungría / Restart (Croacia) / Nis TV (Serbia) / Radios Altoparlantes (Ecuador) / Colectivo de Comunicación de Montes de María y Escuela Audiovisual Infantil Belén de los Andaquíes (Colombia) / Árbol TV participativa (Uruguay) / Barrikada TV (Argentina) / Escuela Popular y Latinoamericana de Cine, TV y Teatro (Venezuela) / MediaAct (Corea del Sur) / EVC, Paper Tiger TV y Downtown Community TV Center (EE UU). Caroline Zéau (Universidad de la Picardia, Francia) / Sonia Livingstone (University College de Londres, RU) / Peter Lewis (Universidad Metropolitana de Londres, RU) / Clemencia Rodríguez (Universidad de Oklahoma, EE UU) / Kathleen Tyner (Univesidad de Texas, EE UU) / Jeff Share (Universidad de California, EE UU), entre otros.