

FÁBRICA DE TALENTOS

Nº 9 JANEIRO // JANUARY // ENERO // JANVIER

FUNDAÇÃO DA JUVENTUDE EDIÇÃO // EDITION QUADRILINGUE



Descubra a 1ª edição da revista em quatro idiomas (PT/EN/ES/FR). Esta edição da revista visa partilhar e comparar reflexões sobre os audiovisuais, os territórios criativos e o património do Espaço Atlântico através do projecto IMAGINA ATLÂNTICA.

- Discover the first issue of the magazine in four languages (Portuguese, English, Spanish and French). this edition of Fábrica de Talentos aims to share and compare thoughts on audiovisuals, creative's territories and heritage of Atlantic Area through IMAGINA ATLANTICA project.
- Descubre el primer número de la revista en cuatro idiomas (Portugués, Inglés, Español y Francés). Esta edición de la revista Fábrica de Talentos tiene como objetivo compartir y comparar ideas sobre el audiovisual, territorios creativos y el patrimonio de la zona atlántica a través de IMAGINA proyecto Atlántica.
- Découvrez le premier numéro du magazine Fábrica de Talentos en version quadrilingue (portugais, anglais, espagnol et français). Cette édition a pour ambition de partager et confronter les réflexions sur les domaines de l'audiovisuel, des territoires créatifs et du patrimoine dans l'Arc Atlantique à travers le projet Imagina Atlantica.



23
anos

fundação
da juventude

Caros leitores/as

Voltamos a encontrar-nos na revista "Fábrica de Talentos", desta feita na edição n.º 9, com a revista no seu 5.º ano.

Com a Europa a atravessar um novo momento difícil na sua História, exige-se a cada país que analise, dentro das possíveis alternativas, a oportunidade de reforçar aquela que é a maior exportação dos países do Velho Mundo: o turismo cultural e patrimonial.

E hoje em dia que melhor meio para passar a palavra existe para além dos audiovisuais? É nesse âmbito que o Projecto IMAGINA, sobre o qual esta edição da "Fábrica de Talentos" se debruça, pretende abordar temáticas específicas de interesse nacional e internacional ligadas às questões dos audiovisuais, do património e dos territórios criativos.

Este será um tema que, de certeza, despertará interesse aos jovens profissionais, aos professores, aos investigadores, aos empresários do sector, e a todos os que operam em áreas criativas conexas.

Boa leitura.

Dear readers

With the "Talent Factory" magazine in its 5th year we find ourselves already on the 9th edition.

With Europe going through another difficult time in its history, it is up to each country to focus on it's greatest Old World export - tourism, cultural and heritage.

And today what better way to get the word out than through audiovisual applications?

It is in this context that the IMAGINA project, on which this edition of "Talent Factory" focuses, aims to address specific national and international issues related to the audiovisual, heritage and creative sectors.

This is a topic that, arouses great interest for young professionals, teachers, researchers, entrepreneurs, and all who work in the creative fields.

Good reading.

Estimados lectores/as

Esta es la 9ª edición de la revista "Fábrica de Talentos", que ya alcanza su 5º año de vida. Con Europa de nuevo atravesando un difícil momento histórico, se exige que cada país analice dentro de sus posibilidades las posibles alternativas, y que refuercen aquellas que son las más importantes para exportar desde el Viejo Continente: el turismo cultural y patrimonial.

Y hoy en día, ¿qué mejor manera de llegar más allá de lo visual?

En este contexto, el proyecto IMAGINA, en el que se centra la presente edición de la "Fábrica de Talentos", tiene por objetivo abordar los problemas específicos de las cuestiones nacionales e internacionales ligadas al patrimonio audiovisual y a los territorios creativos. Se trata de un tema que, sobre todo, interesa a jóvenes profesionales, profesores, investigadores, empresarios del sector, y a todos los que trabajan en los ámbitos relacionados con la creación.

Buena lectura.

Chers lecteurs / chères lectrices

Voici la nouvelle édition du magazine "Talent Factory", magazine développé depuis 5 ans, et dont j'ai le plaisir de vous présenter la 9ème édition.

Au regard des difficultés actuelles rencontrées au niveau européen, il appartient à chaque pays de se tourner vers ce qui a toujours fait la force des grands pays exportateurs de l'Ancien Monde: le tourisme, le tourisme culturel et patrimonial.

Et aujourd'hui, quel meilleur moyen pour y arriver que d'utiliser la création ?

C'est dans ce contexte que le projet IMAGINA ATLANTICA, à laquelle la présente édition du "Talent Factory" est dédiée, vise à répondre aux questions liées au patrimoine audiovisuel pour les territoires créatifs au niveau national et international.

Il s'agit d'un sujet qui, à coup sûr, éveillera l'intérêt des jeunes professionnels, des enseignants, des chercheurs et entrepreneurs du secteur et de tous ceux qui travaillent dans les domaines de la création qui y sont liés.

Bonne lecture.



CARLOS ABRUNHOSA DE BRITO

Presidente do Conselho de Administração da Fundação da Juventude
Chairman of the Board of Directors of the Foundation for Youth
Presidente del Consejo de Administración de la Fundación para la Juventud
Président du conseil d'administration de la Fondation pour la Jeunesse

FICHA TÉCNICA CREDITS
PIE DE IMPRENTA IMPRINT

Direção gráfica // Graphic department //
Dirección gráfica // Direction graphique

Maria Galdes
Paula Cardoso

Desenho Gráfico // Graphic Design //
Diseño Gráfico // Graphisme

OFICINA DA MARCA
Raquel Araújo

Foto de capa // Cover Image
Inês D'Orey

Convidados para esta Edição //
Invited to this Edition //
Invitados a esta edición //
Invités de cette édition

Mário Brito
Philippe Lavaud Percevault Vincent
Pascal Chauchefoin
Jean-Jacques Lottermoser
Jean-Marc Guillemoy
Xesús Adolfo Lage Picos
Paulo Portirio
Mónica Santos
Paula Rocha e Luísa Sequeira
Sara Freitas e Renato Silva
Afonso Gonçalves
Hilário Amorim
João Vasconcelos
Bernardo Nascimento
Oliva Creative Factory
Nuno Ricou Salgado
Vitor Ferreira

Redação Editorial // Redacción // Rédaction
Paula Cardoso
Joana Eça de Queiroz
Martine Coue

Tradução // Translation //
Traducción // Traduction
Paula Cardoso
Cristina Sousa
Joana Eça de Queiroz
Jenny Dickinson
Annabelle Peauudeau
Marta Cabanas
Gerónimo Nadal

Execução Gráfica // Graphic execution //
Ejecución gráfica // Exécution graphique

LIDERGRAF
Artes Gráficas S.A.

Depósito Legal // Legal Deposit //
Depósito Legal // Dépôt légal
266825/07



ÍNDICE // INDEX // SOMMAIRE

4 EM FOCO // IN FOCUS //
EN PORTADA // EN PROFIL

6 CRÓNICA // CHRONICLE //
CRÓNIQUE

8 DOSSIER // INFORME

22 CAPITAL HUMANO //
HUMAN CAPITAL //
CAPITAL HUMAIN

42 LINHA DE MONTAGEM //
ASSEMBLY LINE //
LÍNEA E MONTAJE //
CHAÎNE DE MONTAGE

46 I&D CASE STUDIES //
R&D CASE STUDIES //
I&D Y ESTUDIOS DE CASOS //
R&D ET ETUDES DE CAS

50 BOLSA DE VALORES //
STOCK EXCHANGE // BOLSA //
BOURSE DES VALEURS

54 LABORATÓRIO DE CRIATIVIDADE //
CREATIVITY LAB //
LABORATORIO DE CREATIVIDAD //
LABORATOIRE DE CRÉATIVITÉ

60 NA FORJA // IN THE FORGE //
EN FORJA // À LA FORGE

EM FOCO // IN FOCUS

FEIRAS FRANCAS // DUTY FREE FAIRS

Primeiro sábado de cada mês.
O Palácio das Artes - Fábrica de Talentos recupera a antiga tradição das Feiras Francas que, no Porto, Portugal, tiveram início em 1451 e por 111 anos perduraram nas arcadas do Edifício Douro. Em 2013, as portas abrem-se ao público no primeiro sábado de cada mês, para que este possa ver e adquirir produtos de diversos criadores, tanto jovens como de créditos já firmados. As Feiras Francas são ainda pautadas por inovadoras e surpreendentes performances de animação do espaço público, envolvendo o teatro, a dança, a música, etc.

First Saturday of each month.
The Palace of Arts - Talent Factory recovers the ancient tradition of Duty Free Fairs started, in Porto, Portugal, in 1451 and lasted for 111 years in the arcades of Douro Building. In 2013, the doors open up to the public on the first Saturday of every month, so that they can see and purchase products from various creators, both young and credits already signed. The shows are still guided by Feiras Francas through innovative and surprising performances for the animation of public space involving theatre, dance, music, etc.



FEIRAS FRANCAS // FOIRES FRANCAS

Primeiro sábado de cada mes.
El Palacio de las Artes - Fábrica de Talentos recupera la antigua tradición de las Ferias Francas que se iniciaron en Oporto, Portugal, en 1451 y se prolongaron 111 años en los soportales del Edificio del Duero. En 2013, las puertas se abrirán al público el primero sábado de cada mes, de modo que puedan ver y comprar productos de diferentes creadores, tanto jóvenes como ya consagrados. Los espectáculos siempre serán guiados por sorprendentes e innovadoras actuaciones de espacio público que implica el teatro, la danza, la música, etc.



Foires Francas

Le premier samedi de chaque mois.
Le Palais des Arts - Talent Factory (fabrique de talents) récupère l'ancienne tradition des Foires qui, à Porto, au Portugal ont commencé en 1451, et durant 111 ans ont eu lieu sous les arcades de l'Edifice Douro.
En 2013, les portes s'ouvrent au public le premier samedi de chaque mois, pour que l'on puisse voir et acheter des produits de divers créateurs, aussi bien nouveaux comme de renommé. Les Foires sont animées par des spectacles surprenants et innovateurs, notamment au niveau du théâtre, de la danse, de la musique, etc.

CALENDÁRIO // CALENDAR //
CALENDARIO // CALENDRIER
FEIRAS FRANCAS

- 05 Janeiro | January | enero | janvier - "Janeiro quente, traz os artistas no ventre."
- 02 Fevereiro | February | febrerol | février - "Sem pés nem cabeça"
- 02 Março | March | marçol | mars - "Quem vê caras, não vê criações"
- 06 Abril | April | abril | avril - "Abril, talentos mil"
- 04 Maio | May | maio | mai - "Nem tudo o que reluz é Ouro"
- 01 Junho | June | junho | juin - "No S. João vai tudo no balão"
- 06 Julho | July | julho | juillet - "À moda do Porto"
- 07 Setembro | September | setembro | septembre | septembre - "Não deixes para amanhã o que podes criar hoje"
- 05 Outubro | October | outubro | octobre - "Um desenho nunca vem só"
- 02 Novembro | November | novembro | novembre | novembre - "O hábito não faz o monge"
- 07 Dezembro | December | dezembro | décembre | décembre - "Amigos amigos, tradições à parte!"

Organização // Organizer //
Organizador // Organisateur:
FUNDAÇÃO DA JUVENTUDE
Local // Location // Lugar // Lieu
PALÁCIO DAS ARTES -
FÁBRICA DE TALENTOS

Largo S. Domingos, 16-22, PORTO
+ Info: +351 222 022 380/
feirasfrancas@fjuventude.pt
<http://www.facebook.com/pages/Feiras-Francas>

MAIS VALE PERDER
UM MINUTO NA VIDA,
DO QUE A VIDA
NUM
MINUTO



23 anos | fundação da juventude

Instituição privada de utilidade pública sem fins lucrativos
www.fjuventude.pt



CONCURSO_{12/13}

PRÉMIO INOVAÇÃO: €2.000
PRÉMIO PROFESSOR: €250

1º PRÉMIO: €1.000
2º PRÉMIO: €750
3º PRÉMIO: €500

ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR ATÉ AOS 30 ANOS

RECEPÇÃO DE
CANDIDATURAS
28 MARÇO 2013

ELABORAÇÃO DE TRABALHOS TEMÁTICOS
QUE PERSPETIVEM NOVAS ABORDAGENS SOBRE A
EDUCAÇÃO E PREVENÇÃO RODOVIÁRIA

ORGANIZAÇÃO: FUNDAÇÃO DA JUVENTUDE

SEDE NACIONAL
PORTO Casa da Companhia
Rua das Flores, 69 ♦ 4050-265 Porto
Tel. 22 339 35 30 ♦ Fax. 22 33 93544
geral@fjuventude.pt

DELEGAÇÕES
Lisboa e Vale do Tejo
Avenida Júlio Dinis, 23 - 1º Esq. ♦ 1050-130 Lisboa
Tel: 924144793
lisboa@fjuventude.pt

+info:
www.fjuventude.pt | schaves@fjuventude.pt

Algarve
Rua Maria Aboim, 1 ♦ 8800-405 Tavira
Tel: 281 370607 ♦ Fax 281 381 502
algarve@fjuventude.pt

APOIO
INSTITUCIONAL
E FINANCEIRO



MINISTÉRIO DA ADMINISTRAÇÃO
INTERNA



PARCEIROS



CRÓNICA // CHRONICLE

A Cultura na rota do Audiovisual Culture on the route of audiovisual



Palavras-chave do Projecto IMAGINA, o Património, os Audiovisuais e o Turismo, representam áreas de atividade cujos interesses se entrecruzam, cada vez de uma forma mais evidente. O Turismo, que constitui um dos mais importantes motores da economia moderna e que é a atividade do sector terciário que mais cresce, tem no Património e na Cultura uma das suas mais importantes motivações como o demonstram recentes estudos aos turistas da região norte, Portugal. O audiovisual, por seu lado, com particular destaque para o cinema e televisão, é cada vez mais encarado pelos países, para além das receitas directas que gera, como um poderoso influenciador das opções dos turistas como tantos filmes memoráveis o comprovam.

De facto, a paisagem, as cidades, os monumentos, a história, a identidade cultural, constituem importantes factores de atractividade para diferentes segmentos de públicos, motivados pela vontade de conhecer e, cada vez mais, experimentar novas vivências e ambiências. A sua utilização pelos audiovisuais é uma realidade em crescimento, verificando-se a sua apropriação pelas indústrias e actividades criativas que engloba também os media em geral, os espetáculos, o entretenimento interativo, a música, o design, a moda, o património e as artes, entre outros. No caso português, os argumentos culturais e patrimoniais são muitos e, essencial, são já comumente entendidos também enquanto como, recursos ou aditivos, que acrescentamos a um contexto geográfico e climatérico muito favorável e que decorrem da

afirmação de visões mais integradas e sustentadas de desenvolvimento. Seja pela visibilidade do Património Mundial (cidades de Porto e Guimarães, Vale do Douro e Gravuras de Foz Côa), seja pelo riquíssimo contexto patrimonial, material ou imaterial da região Norte de Portugal em particular e do país, a Cultura e o Património, estão definitivamente na rota do audiovisual, das actividades criativas, do desenvolvimento económico e em particular do turismo enquanto atividade exportadora.

Os conceitos emergentes de indústrias ou actividades criativas, territórios ou economia criativa podem levantar algumas diferenças de opinião de acordo com a formação e visão de quem as expressa. Mas sabemos que palavras como inovação, criatividade, flexibilidade, espaços urbanos, comunidades, cultura e desenvolvimento económico, estão sempre presentes enquanto elementos estruturantes de uma sociedade que se direciona cada vez mais para os serviços baseados no conhecimento

O que falta para uma efetiva potenciação destes argumentos, destes recursos e de todo capital de conhecimento e humano que lhe está associado? Falta, para começar, congregar vontades, identificar interesses comuns e planear a prossecução dos objetivos que sejam capazes de envolver os múltiplos atores que intervêm numa realidade cada vez mais complexa, mais exigente e mais competitiva. Porque se a globalização nos abriu os mercados, também nos aumentou a concorrência que não vai ficar à nossa espera.



Some keywords of the Project Imagina, such as Heritage, Audiovisual and Tourism, represent activities areas whose interests often intersect between each other. Tourism, one of the most important boosters of the modern economy and also one of the activities that reveals a greater growth in the service sector, find in Heritage and in Culture one of the most important motivations, as we may conclude by the most recent studies involving tourists in the north region, Portugal

Audiovisual, especially the cinema and the television, is increasingly understood by the countries, besides the direct revenue, as a powerful instrument, able to influence the tourist decision, as we can see taking into account some of the most memorable films ever seen.

In fact, landscapes, cities, monuments, local history, cultural identity represent important factors of attractiveness for different segments of public, motivated by the desire of knowing different realities and, mostly, try new experiences. Their use by audiovisual is increasing, particularly through its appropriation by industries and creative activities, namely the media, the performing arts, interactive entertainment, music, design, fashion, heritage, arts, and others.

In the Portuguese case, we have several cultural and heritage arguments, and, essentially, they are often understood as well as resources or additives which may be added to a specific geographical or climate context, which reflect the assertion of an integrated and sustainable development assumption. The visibility achieved by the World Heritage, as Oporto, Guimarães, Douro Valley and the Prehistoric Rock Art Sites in the Coa Valley, the important tangible and intangible heritage in the north of Portugal and, all over the country in general, Culture and Heritage are definitively on the route of the audiovisual, in the creative activities, in the economic development and, particularly, in tourism as an important export activity.

Emergent concepts, such creative industries or creative activities, may raise different opinions, according to the training and vision of who expresses them. However, words such as innovation, creativity, flexibility, urban spaces, community, culture and economic development are recognized by everyone as structuring elements of a society that increasingly supports its development on knowledge.

What remains for an effective application of this arguments and resources, and also of this knowledge and human capital associated with it? In the beginning, it remains join wills, identify common interests and plan the pursuit of several goals that may be able to engage different partners involved in a reality more and more complex, more demanding and more competitive. If it's true that globalization opened different markets, it's also real that it increased the competition that won't wait for us.



Algunas de las palabras clave del proyecto Imagina, como Patrimonio, Audiovisual y Turismo, representan áreas de actividad cuyos intereses a menudo se cruzan entre sí. El turismo, uno de los promotores más importantes de la economía moderna y también una de las actividades que revela un mayor crecimiento en el sector servicios, encuentra en Patrimonio y Cultura una de las motivaciones más importantes, como se puede concluir de los estudios más recientes de participación de los turistas en la región norte, Portugal. Lo audiovisual, especialmente el cine y la televisión, es cada vez más comprendido por los países, además de por los ingresos directos, como un instrumento poderoso, capaz de influir en las decisiones de turismo, como podemos ver, teniendo en cuenta algunas de las películas más memorables jamás vistas.

De hecho, los paisajes, ciudades, monumentos, historia local o la identidad cultural son factores importantes de atractivo para diferentes sectores del público, motivados por el deseo de conocer diferentes realidades y, sobre todo, probar nuevas experiencias. Su uso del audiovisual es cada vez mayor, sobre todo a través de su apropiación por parte de las industrias y actividades creativas, es decir, los medios de comunicación, las artes escénicas, el entretenimiento interactivo, la música, el diseño, la moda, el patrimonio, las artes y otros.



Les thématiques au centre du projet ImaginaAtlantica, tels que le patrimoine, l'audiovisuel et le tourisme sont des domaines d'activités dont les intérêts se recoupent souvent entre eux. Plusieurs études récentes des acteurs du tourisme du Nord-Portugal démontrent que le tourisme est un des accélérateurs les plus importants de l'économie moderne et une des activités qui génèrent les croissances les plus élevées dans le secteur des services. Ce secteur trouve ainsi dans le patrimoine et la culture l'une des motivations les plus importantes. L'Audiovisuel, en particulier le cinéma et la télévision, sont de plus en plus considérés par les territoires comme des outils puissants et efficaces pour influencer les décisions des touristes sur leurs destinations. On remarque ce phénomène à travers notamment la production de nombreux films de promotion à destination des touristes. Les paysages, les villes, les monuments, l'histoire locale, l'identité culturelle sont des facteurs importants d'attractivité pour les différents segments de la population, motivés par le désir de connaître, découvrir des réalités différentes et, surtout, de tenter de

En el caso portugués, tenemos varios argumentos culturales y patrimonio que, en esencia, se entienden a menudo como recursos o añadidos que a un contexto geográfico o climático que refleja la afirmación de un supuesto desarrollo integrado y sostenible. La visibilidad alcanzada por el Patrimonio Mundial, como Oporto, Guimarães, el Valle del Duero y sitios rupestres prehistóricos de Arte en el Valle del Coa, el importante patrimonio tangible e intangible en el norte de Portugal, y en todo el país en general, hacen que la Cultura y el Patrimonio estén definitivamente en la ruta del audiovisual, en las actividades creativas para el desarrollo económico y, sobre todo, en el turismo como una actividad importante de exportación.

Conceptos emergentes, como industrias creativas o actividades creativas, pueden levantar diferentes opiniones de acuerdo con la formación y la visión de quien las expresa. Sin embargo, palabras como innovación, creatividad, flexibilidad, espacios urbanos, comunidad, cultura y desarrollo económico son reconocidas por todos como parte de la estructura de una sociedad que cada vez más apoya su desarrollo en el conocimiento.

nouvelles expériences. Leur promotion par l'audiovisuel est à la hausse, notamment grâce à son appropriation par les industries et les activités créatives, à savoir les médias, les arts du spectacle, de divertissement interactif, musique, design, mode, patrimoine, des arts, et d'autres. Le Portugal possède indéniablement plusieurs arguments culturels et patrimoniaux, pour l'essentiel, souvent considérés au même titre que le contexte géographique ou climatique comme des hypothèses de développement durable. L'important patrimoine matériel et immatériel dans le nord du Portugal (notamment les sites inscrits au patrimoine mondial : Porto, Guimaraes, la Vallée du Douro et les sites d'art rupestre préhistoriques de la vallée de Coa) et dans tout le pays en général, ainsi que la culture et le patrimoine se dirigent définitivement sur la voie de l'audiovisuel, dans les activités de création, le développe-

¿Qué queda para una aplicación efectiva de estos argumentos y recursos, de este conocimiento, y del capital humano asociado a él? En principio, sigue siendo unir voluntades, identificar intereses comunes y planificar la búsqueda de varios objetivos que puedan ser capaces de involucrar a distintos interlocutores implicados en una realidad cada vez más compleja, más exigente y competitiva. Si bien es cierto que la globalización abrió los diferentes mercados, también es cierto que hizo crecer una competencia que no va a esperar por nosotros.

Mário Brito

Direção Regional da Cultura do Norte/Regional Directorate of Culture North Dirección Regional de Cultura del Norte/Direction Régionale de la Culture – Nord-Portugal

Especialista grupo de trabalho Territórios Criativos/Expert of the workgroup Creative Territories/Expert au sein du groupe de travail Territoires Creatifs, Projet IMAGINA ATLANTICA



ment économique et, en particulier, dans le tourisme comme une activité d'exportation importante.

Les concepts émergents, tels que les industries créatives ou les activités créatives, peut soulever des opinions différentes, en fonction de la formation et de la vision de celui qui les exprime. Toutefois, les mots tels que l'innovation, la créativité, la flexibilité, les espaces urbains, la communauté, la culture et le développement économique sont reconnus par tous comme éléments structurants d'une société qui prend en charge son développement de plus en plus sur la connaissance.

Il reste ainsi à préciser, pour une application efficace de ces arguments et de ressources, le capital humain qui y est associé. Il s'agit dans un premier temps d'identifier les volontés, les intérêts communs et de planifier la poursuite des objectifs qui peuvent être en mesure d'engager différents partenaires impliqués dans une réalité de plus en plus complexe, plus exigeante et plus compétitive. S'il est vrai que la mondialisation a ouvert des marchés différents, il est également vrai qu'elle a exacerbé la concurrence qui ne nous attendra pas.



A Fundação da Juventude, com sede nacional no Porto e Delegações nas Regiões de Lisboa e Algarve, foi criada há 23 anos. É particularmente ativa no âmbito da Inovação, Criatividade, Empreendedorismo, Empregabilidade e Coesão Social em relação aos públicos juvenis, com equipamentos, infra-estruturas e projetos ou programas próprios. No domínio da Criatividade e Inovação, destaca-se o “Palácio das Artes – Fábrica de Talentos”, no Porto, e a Revista “Fábrica de Talentos”, agora na sua 9ª edição. A Fundação da Juventude alia-se em Junho de 2010 ao projeto IMAGINA ATLÂNTICA, no domínio da promoção dos Territórios Criativos e dos Audiovisuais, tendo em vista potenciar a criação de uma Agência para a Promoção do Audiovisual.

O Palácio das Artes – Fábrica de Talentos, tem impulsionado a criatividade, estimulando o Turismo Criativo e Cultural e promovendo a envolvimento com a comunidade local, alavancando a Economia Criativa do território. Tem apoiado, também, o intercâmbio transnacional de jovens licenciados e empresários/empreendedores do sector Audiovisual e Multimédia, acolhi-dos por diferentes parceiros do projeto, com o objectivo de promover a interação entre estes agentes e as empresas/organizações locais, com o objectivo de reforçar competências, a criação de novos empregos e negócios.

Em Março de 2012, a Fundação da Juventude, em parceria com a Xunta da Galicia, promoveu ações de intercâmbios acolhendo Gabriel Rodríguez González e Óscar Pinheiro Andújar, dois jovens profissionais galegos, das áreas de comunicação audiovisual. Este intercâmbio consistiu na participação em eventos locais e nacionais destacando-se a reabertura do “Ninho de Empresas do Porto”, as Tertúlias e as Feiras Francas e, ainda, a visita a empresas de audiovisuais a Região do Porto.

Uma das formas de parceria realizada no âmbito do programa IMAGINA ATLÂNTICA foi também a organização de debates com a participação de peritos oriundos da área atlântica. Assim, no evento Portugal Criativo 2012 destacaram-se importantes projetos criativos da área dos audiovisuais, tendo-se apresentado à sua vasta audiência o Concurso de Arte Digital, que também foi divulgado nas Instituições de Ensino Superior portuguesas. Em Março de 2013, a Fundação da Juventude vai acolher a exposição dos trabalhos desenvolvidos no âmbito deste Concurso, no Palácio das Artes- Fábrica de Talentos, no Porto. Além da sua concretização física, o projecto IMAGINA pretende formar um espaço colaborativo de fluxos de trabalho, a fim de criar um cluster de novas tecnologias e de imagem na área Atlântica com o objectivo de valorizar o património Atlântico. Este trabalho está a ser desenvolvido por um grupo de peritos, representantes de cada território, sendo Mário Brito, da Direcção Regional de Cultura do Norte, o representante português seleccionado pela Fundação da Juventude. A Região Norte e Portugal detêm um know-how elevado nestas matérias dos Audiovisuais e da promoção dos Territórios, aliados ao Património e à Cultura, contribuindo mais do que nunca para o crescimento do turismo no nosso país, pela mão de gentes empreendedoras e cada vez mais jovens. Não podemos deixar parar esta “onda” de investimentos e de notoriedade nacional além-Mundo e as Novas Tecnologias e os Audiovisuais são uma ferramenta muito poderosa.

A nossa missão é continuar a apoiar a criatividade e a inovação, neste projecto e nos desafios que nos queira colocar! Visite-nos e apresente-nos os seus projetos!

Bom Ano de 2013.

Maria Galdes, Diretora Geral



The Youth Foundation, based in the city of Porto and having delegations in the regions of Lisbon and Algarve, was created 23 years ago. It is particularly active in the fields of Innovation, Creativity, Entrepreneurship, Employment and Social Cohesion aimed at young audiences with equipment, infrastructure and projects or own programs. In the field of creativity and innovation, highlight goes to the “Palace of Arts - Talent Factory”, in Porto, and the Magazine “Talent Factory,” currently in its 9th edition.

The Youth Foundation joins in June 2010 the IMAGINA ATLÂNTICA project, aiming to promote the Territories and the Media Creatives in the hope of fostering the creation of an Agency for the Promotion of the Audiovisual.

The Palace of Arts - Talent Factory, has driven creativity, stimulating Creative and Cultural Tourism and promoting the involvement with the local community, pushing forward the Creative Economy of the territory. It has also supported the transnational exchange of young graduates and businessmen / entrepreneurs in the Audiovisual and Multimedia sector, hosted by different partners in the project, with the aim of promoting interaction between these agents and companies / local organizations, with the aim of strengthening skills, creating new jobs and business.

In March 2012, the Youth Foundation, in partnership with the Xunta of Galicia, promoted exchanges by welcoming Gabriel Rodríguez González Andújar Pine and Oscar, two young Galician professionals in the areas of audiovisual communication. This exchange consisted of participating in local and national events, especially the reopening of the “Ninho de Empresas do Porto”, the Tertúlias and the Feiras Francas and also having audiovisual companies visit the Region of Porto.

One form of partnership happening in the IMAGINA ATLÂNTICA program was also the organization debates with the participation of experts from the Atlantic area. Thus, in the Portugal Criativo 2012 event important creative projects in the area of audiovisual starred, having been presented to a vast audience the Digital Art Competition, which was also published in Portuguese Institutes of Higher Education. In March 2013, the Youth Foundation will be hosting an exhibition featuring the work resulting from this Contest at the Palace of Arts, Talent Factory in Porto.

Its physical implementation aside, the IMAGINA project aims to create a collaborative space of workflows in order to create a cluster of new technologies and image in the Atlantic area, to promote the Atlantic heritage. This work is being developed by a group of experts, representatives from each territory, with Mário Brito, from the Regional Directorate of Culture North, being the Portuguese representative selected by the Youth Foundation. The Northern Region and Portugal hold a high expertise in the matters of the Audiovisuais and the promotion of Territories, coupled with Heritage and Culture, contributing more than ever to the growth of tourism in our country, by the hand of enterprising and increasingly younger people. We can not let this “wave” of investment and national notoriety across the world stop and New Technologies and Audiovisuais are a very powerful tool.

Our mission is to continue to support creativity and innovation, in this project and in the challenges that you want to give us! Visit us and show us your projects!

Happy 2013.

Maria Galdes, General Director



La Fundación de Juventud, con sede en Porto y delegaciones nacionales en las regiones de Lisboa y el Algarve, fue creada hace 23 años. Esta Fundación es particularmente activa en innovación, creatividad, espíritu empresarial, empleo y cohesión social relacionada con juventud, proyectos de infraestructuras, equipos, y proyectos o programas propios. En el campo de la creatividad y la innovación, destaca el "Palacio de las Artes - Fábrica de Talentos", en Porto, y la Revista "Fábrica de Talentos", ahora en su novena edición.

La Fundación Juventud se une en junio de 2010 al proyecto IMAGINA ATLÁNTICA, en la promoción de los territorios y los medios creativos con el fin de fomentar la creación de una Agencia para la Promoción de Audiovisual.

El Palacio de las Artes - Fábrica de talentos, ha impulsado la creatividad, estimulado la creatividad y el turismo cultural y ha promovido la participación de la comunidad local y el aprovechamiento de la economía creativa del territorio. Ha apoyado también el intercambio transnacional de los jóvenes licenciados y empresarios / emprendedores del sector audiovisual y multimedia, anfitrión de los diferentes socios del proyecto, con el objetivo de promover la interacción entre estos agentes y las empresas / organizaciones locales, para fortalecer sus habilidades, creando nuevos puestos de trabajo y negocios.

En marzo de 2012, la Fundación de la Juventud, en colaboración con la Xunta de Galicia, promueve el intercambio dando la bienvenida a Gabriel Rodríguez González Andújar Pino y Oscar, dos jóvenes gallegos profesionales del área de comunicación audiovisual. Este intercambio consistió en la participación en eventos locales y nacionales, destacando entre ellos la reapertura del "Nido de Empresas de Porto", las Tertulias y las Ferias Francas, logrando que las empresas audiovisuales vayan a visitar Porto.

Una forma de asociación celebrada bajo el programa IMAGINA Atlántica fue también la organización de debates con la participación de expertos del Área Atlántica. Así, en el caso de Portugal en el evento Creativos 2012, destacaron importantes proyectos creativos en el área de audiovisuales, que fueron presentados ante una

gran audiencia el Concurso de Arte Digital, que se publicó también en las instituciones de enseñanza superior portuguesa. En marzo de 2013, la Fundación de Juventud acogerá la exposición de los trabajos en este concurso en el Palacio de las Artes, la fábrica de talentos en Oporto.

Aparte de su implementación física, el proyecto tiene como objetivo crear un espacio de colaboración IMAGINA flujos de trabajo con el fin de crear un clúster de nuevas tecnologías y de la imagen en la zona del Atlántico, para promover el patrimonio Atlántico. Este trabajo está siendo desarrollado por un grupo de expertos, representantes de cada territorio, con Mario Brito, Director Regional de Cultura del Norte, como representante portugués seleccionado por la Fundación de la Juventud. La Región Norte de Portugal tiene una gran experiencia en materia audiovisual y promoción de territorios, junto con Patrimonio y Cultura, contribuyendo más que nunca al crecimiento del turismo en nuestro país, de la mano de gente emprendedora y cada vez más joven. No podemos dejar que esta ola de inversiones y notoriedad nacional en todo el mundo pare, además de que las Nuevas Tecnologías Audiovisuales son una herramienta muy poderosa.

Nuestra misión es seguir apoyando la creatividad y la innovación en este proyecto y los desafíos que nos quieren poner! Visítanos y muéstranos tus proyectos!

Feliz año 2013.

Maria Galdes, Director General



La Fondation de la Jeunesse, basé dans la ville de Porto et ses délégations dans les régions de Lisbonne et de l'Algarve, ont été créées il ya 23 ans. La Fondation est particulièrement active dans les domaines de l'innovation, la créativité, l'esprit d'entreprise, l'emploi et la cohésion sociale. Son activité est destinée au jeune public à travers el développement de programmes d'équipement, d'infrastructures et ses propres projets. Dans les domaines de la créativité et de l'innovation, l'objectif est de valoriser le "Palais des Arts - Talent Factory", basé à Porto, et le magazine "Talent Factory", qui publie aujourd'hui sa

neuvième édition.

La Fondation de la Jeunesse fait partie depuis juin 2010 du partenariat IMAGINA ATLANTICA. Ce projet du programme européen INTERREG IVB vise la promotion des territoires et des industries créatives de l'Arc Atlantique avec pour objectif la création d'une Agence de développement au niveau européen.

Le Palais des Arts - Talent Factory, oeuvre pour le développement de la créativité, la stimulation d'un tourisme créatif et culturel et la promotion de l'implication de la communauté locale, l'avancement de l'économie créative du territoire. Le Palais des Arts participe également aux échanges transnationaux des jeunes diplômés et professionnels avec des entrepreneurs / chefs d'entreprises dans le secteur de l'audiovisuel et du multimédia. Ces échanges organisés par les différents partenaires du projet, ont pour but de promouvoir l'interaction entre ces agents et les entreprises ou organisations locales, afin de renforcer les compétences et la création de nouveaux emplois et d'entreprises.

En Mars 2012, la Fondation de la jeunesse, en partenariat avec la Xunta de Galice, a accueilli Gabriel Rodríguez González Andújar Pine et Oscar, deux jeunes professionnels galiciens pour un échange dans le domaine de la communication audiovisuelle. Cet échange a regroupé des spécialistes de manifestations locales et nationales, en particulier la réouverture du "Ninho de Empresas do Porto" et les initiatives "Tertulias" et "Féria Francas". Cet échange a par ailleurs été l'occasion d'organiser des visites de sociétés du domaine de l'audiovisuel de la région de Porto.

Une autre des actions du partenariat développé dans le cadre du projet IMAGINA ATLANTICA est l'organisation de séminaires professionnels entre experts de l'Arc Atlantique. Ainsi, des experts se sont rencontrés dans le cadre de l'édition 2012 de l'évènement "Portugal Creativo". Le concours Européen d'Arts Numériques destiné aux jeunes artistes et créé par le partenariat leur a été présenté. En Mars 2013, la Fondation de la jeunesse accueillera au Palais des Arts, Talent Factory à Porto l'exposition d'Arts Numériques présentant les travaux résultants de ce concours.

Au delà de la mise en oeuvre d'ac-



tions opérationnelles, le projet IMAGINA ATLANTICA vise à à mettre en place un espace collaboratif de travail afin de capitaliser sur les domaines nouvelles technologies et de l'image dans l'Arc Atlantique à travers la promotion du patrimoine de cette région européenne. Ce travail est en cours d'élaboration par un groupe d'experts, représentants de chaque territoire du projet Imagina Atlantica (France, Espagne, Pays de galles et Portugal). Mario Brito, de la Direction régionale de la Culture du Nord, a été choisi par la Fundação da Juventude pour représenter le Portugal. La région du Nord Portugal cherche à maintenir un haut niveau d'expertise dans les domaines de l'Audiovisuel dans les territoires, appliqué à la promotion du Patrimoine et de la Culture. Ce type d'initiatives, impliquant des acteurs du territoire, entrepreneurs comme jeunes professionnels, contribue plus que jamais à la croissance du tourisme dans notre pays. Il est aujourd'hui indispensable de s'emparer de de ces outils très puissants que sont les nouvelles technologies et l'audiovisuel.

Notre mission est d'encourager la créativité et l'innovation en soutenant à travers ce projet européen les défis que vous nous soumettez !

Bonne année 2013.

**Maria Galdes,
Directrice Générale**

IMAGINA ATLÂNTICA:

PARCERIA ECONÓMICA EUROPEIA AO SERVIÇO DE NEGÓCIOS, TECNOLOGIA E DA IMAGEM DIGITAL



Numa altura em que a Europa atravessa uma crise sem precedentes, apoiar o crescimento e inovação permitirá impulsionar a economia. Para isso, é crucial promover orientações para as futuras políticas europeias.

Neste contexto, os programas de cooperação regional como o INTERREG são incentivos que facilitam o intercâmbio, mas também geram dinâmicas inovadoras.

Assim, desde junho de 2010, sete parceiros * Espaço Atlântico de Portugal, Espanha, País de Gales e França têm trabalhado juntos no desenvolvimento do projeto Imagina Atlântica.

Liderado por GrandAngoulême, principal polo francês de Banda Desenhada, mas também na criação, formação, produção de filmes de animação, do cinema e de jogos de vídeo, Imagina Atlântica visa facilitar o surgimento de novos grupos de atividades económicas, de promover e organizar intercâmbios, permitindo aumentar a competitividade das nossas regiões.

Este projeto está localizado numa posição lógica no mercado europeu de imagem digital frente ao mercado mundial, incluindo os Estados Unidos e a Ásia. O reforço da cooperação entre os Estados-Membros que participam no projeto Imagina Atlântica contribui para a coesão territorial do espaço atlântico de forma equilibrada e sustentável.

Várias iniciativas já permitiram testar a eficácia desta colaboração, nomeadamente:

- A criação de produtos turísticos inovadores utilizando tecnologias digitais: "People Collection", do País de Gales e a aplicação móvel "J'aime Angoulême."
- O lançamento de um concurso europeu de Arte Digital sobre o tema de valorização do património através das novas tecnologias digitais;
- Implementação de um programa abrangente de intercâmbio e a criação de uma plataforma de reforço de competências destinada a estudantes e jovens profissionais ;
- A criação de um site www.imagina-atlantica.eu.

Mais de dois anos volvidos após o início do projeto, o objetivo agora é apresentar às instituições europeias, aos Estados-Membros e às instituições locais e regionais, propostas concretas sobre o plano estratégico e operacional a fim de contribuir para alterar ou orientar políticas implementadas em benefício do apoio às economias relacionadas com as indústrias criativas. É também em termos de expectativas dos agentes económicos, uma das orientações do projeto será apoiar o desenvolvimento da cooperação eu-



At a time when Europe is experiencing an unprecedented crisis, supporting growth and innovation will boost our economy. To do this, the guidelines for future European policies are crucial.

In this context, regional cooperation programs such as INTERREG are incentive schemes which facilitate trade, but also to generate dynamic innovation.

IMAGINA ATLANTICA: EUROPEAN ECONOMIC PARTNERSHIP IN THE SERVICE OF DIGITAL IMAGE BUSINESSES AND TECHNOLOGIES

//ASOCIACIÓN
ECONÓMICA EU-
ROPEA AL SERVI-
CIO DE NEGOCIOS,
TECNOLOGÍA Y LA
IMAGEN DIGITAL

// UN PARTENARIAT
ÉCONOMIQUE EU-
ROPÉEN AU SER-
VICE DES METIERS
ET DES TÉCHNOL-
OGIES DE L'IMAGE
NUMÉRIQUE

Philippe Lavaud,
Presidente da Comunidade Urbana de GrandAngoulême

Philippe Lavaud,
Presidente de la Comunidad Urbana de GrandAngoulême - Alcalde de Angoulême

Philippe Lavaud,
President of the Urban Community of GrandAngoulême - Mayor of Angoulême

Philippe Lavaud,
Président de la Communauté d'Agglomération du GrandAngoulême - Maire de la Ville d'Angoulême

Sete parceiros são / Seven partners are / Los siete socios son / les sept partenaires sont:
GrandAngoulême (França, France, Francia), Eixo Atlântico / Fundação da Juventude (Portugal) / Eixo Atlântico / Deputación de Ourense / La Xunta de Galicia (Espanha, Spain, España, Espagne) / CAST (País de Gales, Wales, Pays de Galles)

ropeia para as pequenas e médias empresas. Neste contexto, parece cada vez mais óbvio para os parceiros do Imagina Atlântica que a sua colaboração seja sustentada na forma de uma estrutura comum. A decisão foi anunciada oficialmente na Primeira Conferência Europeia que se realizou em Angoulême, em 13 e 14 de dezembro de 2012.

Thus in June 2010, seven Atlantic Area partners* from Portugal, Spain, Wales and France joined together to build the project Imagina Atlantica.

Led by GrandAngoulême, the main French Comic hub with expertise in creation, training, film production, film animation and video games, Imagina Atlantica aims to facilitate the emergence of new groups of economic activities, promote and organise exchanges, increasing the competitiveness of our regions.

This project focuses on the digital image sector which has European and also worldwide markets including the United States and Asia. Strengthening cooperation between the Member States participating in the project, Imagina Atlantica contributes to territorial cohesion of the Atlantic area in a balanced and sustainable way.

Several initiatives have already tested the effectiveness of their collaboration, including:

- The creation of tourism products using innovative digital technologies: "People's Collection" Wales and the mobile application J'aime Angoulême.
- The launch of a European Digital Arts competition on the theme of heritage development by new digital technologies;
- Implementation of a comprehensive program of trade and the creation of a platform for exchange of skills for students and young professionals
- The creation of a website www.imagina-atlantica.eu

More than two years after the start of the project, the goal is now to present to the European institutions, Member States and local and regional institutions some concrete proposals on the strategic and operational plans to amend or implement policies to support the growth of the creative industries. And also in terms of economic expectations, this project will support the development of European cooperation for our small and medium enterprises. In this context, it seems obvious that the partners of Imagina Atlantica should sustain their collaboration in the form of a common structure. The decision was officially announced at the First European Conference in Angoulême on 13 and 14 December 2012.



En un momento en el que Europa está experimentando una crisis sin precedentes, apoyar el crecimiento y la innovación impulsará nuestra economía. Para ello, las directrices para las futuras políticas europeas son cruciales.

En este contexto, los programas de cooperación regional como INTERREG son incentivos para facilitar el comercio y generar dinámicas innovadoras.

Así, desde junio de 2010, siete socios * Área Atlántica de Portugal, España, Gales y Francia están trabajando juntos para construir el proyecto Imagina Atlántica.

Controlado desde GrandAngoulême, el principal centro del Cómic francés, que tiene ramificaciones en los videojuegos, la formación, la producción de películas, la animación de cine y vídeo, Imagina Atlantica tiene como objetivo facilitar el surgimiento de nuevos tipos de actividades económicas, promover y organizar intercambios que permitan aumentar la competitividad de nuestras regiones.

Este proyecto se encuentra en una posición lógica en el mercado europeo de la imagen digital, vis-à-vis con el mercado mundial, incluyendo Estados Unidos y Asia. El fortalecimiento de la cooperación entre los Estados miembros participantes en el proyecto Imagina Atlantica contribuye a la cohesión territorial del espacio atlántico de forma equilibrada y sostenible.

Varias iniciativas ya han probado la eficacia de la colaboración, que incluye:

- la creación de productos turísticos innovadores que utilizan las tecnologías digitales: "Peoples Collection" Gales y la aplicación móvil "Me gusta Angoulême".
- el lanzamiento de un concurso europeo de Artes Digitales en torno al desarrollo del patrimonio y las nuevas tecnologías digitales;
- La implementación de un programa integral de comercio y la creación de una plataforma para el intercambio de conocimientos para estudiantes y jóvenes profesionales

- La creación de un sitio web www.imagina-atlantica.eu

Más de dos años después del inicio del proyecto, el objetivo ahora es presentar a las instituciones europeas, los Estados miembros y las instituciones locales y regionales propuestas concretas sobre la estrategia de modificar o dirigir políticas aplicadas en favor del apoyo al ahorro relacionado con las industrias creativas.

Y también, en cuanto a las expectativas de los agentes económicos, una de las indicaciones de este proyecto apoyará el desarrollo de la cooperación europea para nuestras pequeñas y medianas empresas. En este contexto, parece cada vez más evidente para los socios de Imagina Atlantica que hay que mantener la colaboración manteniendo de una estructura común. La decisión oficialmente anunciada en la Primera Conferencia Europea, en el 13 y el 14 de diciembre de 2012.



A l'heure où l'Europe connaît une crise sans précédent, le soutien à la croissance et à l'innovation permettra de relancer notre économie. Pour ce faire, les orientations des futures politiques européennes sont déterminantes.

Dans ce contexte, les programmes de coopérations régionales comme INTERREG sont des dispositifs incitatifs qui permettent de faciliter les échanges mais aussi de générer des dynamiques innovantes.

C'est ainsi que depuis juin 2010, sept partenaires* de l'Espace Atlantique issus du Portugal, d'Espagne, du Pays de Galles et de France travaillent ensemble à la construction du projet Imagina Atlantica.

Piloté par le GrandAngoulême, principal pôle français de la Bande-Dessinée mais aussi dans la création, la formation, la production cinématographique, du cinéma d'animation et des jeux vidéos, Imagina Atlantica vise à faciliter l'émergence de nouveaux groupements d'activités économiques, à favoriser et organiser les échanges, pour permettre d'accroître la compétitivité de nos régions.

Ce projet se situe dans une logique de positionnement du marché européen de l'Image numérique vis-à-vis du marché mondial, notamment celui des Etats-Unis et de l'Asie. En renforçant la coopération entre les Etats membres participant au projet, 'Imagina Atlantica' contribue à la cohésion territoriale de l'espace Atlantique de façon équilibrée et durable.

Plusieurs initiatives ont déjà permis de tester l'efficacité de leur collaboration, avec notamment :

- la création de produits touristiques innovants utilisant les technologies du numérique : "People's collection" au Pays de Galles et l'application mobile « J'aime Angoulême ».
- le lancement d'un concours européen d'Arts Numériques sur le thème de la valorisation du patrimoine par les nouvelles technologies numériques ;
- la mise en œuvre d'un vaste programme d'échanges et la création d'une plateforme d'échanges sur les compétences pour les étudiants et les jeunes profes-

sionnels

- la création d'un site Web : www.imagina-atlantica.eu

Plus de deux ans après le démarrage du projet, l'objectif est désormais de présenter aux instances européennes, aux Etats membres ainsi qu'aux institutions locales et régionales des propositions concrètes sur le plan opérationnel et stratégique afin d'amender ou d'orienter les politiques mises en œuvre en faveur du soutien aux économies liées aux industries créatives. Aussi et au regard des attentes des acteurs économiques, l'une des orientations de ce projet sera de soutenir le développement des coopérations européennes pour nos petites et moyennes entreprises. Dans ce cadre, il paraît de plus en plus évident aux partenaires d'Imagina Atlantica de pérenniser leur collaboration sous la forme d'une structure commune. La décision a été officiellement annoncée lors de la Première Conférence Européenne à Angoulême les 13 et 14 décembre 2012.



A OPINIÃO DE TRÊS ACTORES DO PROJETO

> Percevault Vincent, diretor da “Game Audio Factory (líder francês para a sonorização dos jogos de vídeo, representante do grupo francês europeu Native Prime, interveniente para ENJMIN (Escola Nacional de Jogos e Média Interativa Digital) em Angoulême.

“A experiência obtida no projeto Imagina Atlântica é muito positiva para nós como dirigentes de empresas de Imagem, num momento em que queremos expandir a nossa atividade de exportação. Esta é também uma oportunidade de participar na montagem de um projeto coletivo e de nos associarmos à reflexão política. As nossas empresas desfrutaram de um território rico para o seu sector de atividade, mas a sua oportunidade está também na abertura, a nível europeu, que vive as mesmas restrições, os mesmos problemas. Temos de encontrar formas de nos organizar coletivamente para manter os nossos mercados, criar novos produtos e novos métodos de distribuição.”

> Pascal Chauchefoin, Professor da Faculdade de Economia de Poitiers (França) sobre o estudo em “territórios criativos.”

“Partindo do princípio que a atracção das grandes metrópoles lhes confere a capacidade de atrair pessoas criativas, a questão da reflexão tratada no âmbito do projeto Imagina Atlântica é a de levar essas conclusões ao nível das cidades médias e de áreas com baixa densidade para definir os meios que permitem valorizar e implementar as competências da criatividade quando estão presentes nesses territórios. O estudo que levamos a cabo, permite-nos definir características es-

pecíficas dos Territórios criativos dos parceiros, bem como as suas oportunidades de cooperação. Ele também nos coloca em posição de recomendar os termos de um desenvolvimento económico regional à escala Europeia. Este é um passo essencial no posicionamento do mercado europeu a nível global.”

> Jean-Jacques Lottermoser, líder do “Monument Traker”, que desenvolveu com duas empresas de Angoulême “NT Board” e “Antéfilm” aplicativos para smartphones e tablets “Jáime Angoulême.”

“Com seis biliões de telefones móveis em circulação no mundo, 1 bilião de smartphones pelos quais passam 40% das conexões de Internet, podemos assegurar sem problema que este é hoje o meio de informação que está em primeiro lugar juntamente com os tablets. Mais completo do que um guia, constantemente atualizado, devidamente documentado com informações exaustivas e científicas, a aplicação « J’Aime Angoulême » que foi concebida em conjunto com duas empresas de Angoulême é uma enorme mais-valia para a atracção turística da cidade. “No local, todos os nossos negócios foram solicitados”, confirma Jean-Marc Guillemoy, diretor da empresa Antefilms. “O desenho, a criação de fundos, a animação, a produção de vídeos... a participação das equipas de Angoulême foi muito enriquecedora, e pudemos aplicar o nosso know-how e os nossos talentos locais. Esta foi uma experiência extremamente satisfatória.”



THE WORD THREE ACTORS PROJECT

> Percevault Vincent, Managing Director of “Game Audio Factory (French leader in the video game audio), representative of the French Group of the European Native Prime, founder of ENJMIN (National School of Games and Interactive Media) in Angoulême. “The experience in the Imagina Atlantica project is very interesting for us as creative business leaders, at a time when we want to expand our export business. This is also an opportunity to participate in the assembly of a collaborative project and to partner with political organisations. Our businesses benefit from being in a local cluster, but their future survival relies on the being able to operate at a European level. We must find ways to organise ourselves collectively to keep our markets, create new products and new distribution methods.”

> Pascal Chauchefoin, Lecturer at the Faculty of Economics of Poitiers (France) on the study of “Creative Territories.”

“Large cities enable businesses to attract creative people. The Imagina Atlantica project is studying to replicate this in rural towns and how to enhance and implement the skills of creativity when in less populated areas. The study we conducted allows us to identify specific characteristics within

the territories of our partners as well as the opportunities for connection. It also puts us in a position to recommend the terms of a regional economic development across Europe. This is an essential step in positioning the European market at the global level.”

> Jean-Jacques Lottermoser, leader of “ Monument Traker “, which developed two companies made up of people from Angoulême “NT Board” and “Antéfilm” to develop applications for smartphones and tablets including “ J’aime Angoulême .”

“With six billion mobile phones in circulation in the world, 1 billion of which are smartphones by which we spend 40% of our Internet connections, tablets are now providing an easy way to access information,” says Jean-Jacques Lottermoser, leader Monument Traker. “ More information rich than a guide, constantly updated and fully documented with scientific and comprehensive information, the app “J’aime Angoulême” which we have created with the two companies from Angoulême is an huge advantage for the touristic attractiveness of the city. We opted for a cultural rather than commercial application, while remaining playful and friendly and uniting all generations of the same product.

“All of our businesses were contacted,” added Jean-Marc Guillemoy, Director of the Company Antefilms. “Drawing, creating backgrounds, animation, video production ... participation of teams from Angoulême was very valuable and we could implement our know-how and our local talent. This was a very satisfying experience.”



LAS PALABRAS DE TRES ACTORES DEL PROYECTO

> Percevault Vicente, Director General de «Game Audio Factory» (líder francés en la sonorización de videojuegos, representante del grupo francés y europeo «Native Prime», y colaborador en «ENJMIN», la Escuela Nacional de Juegos y Medios Interactivos en Angoulême.

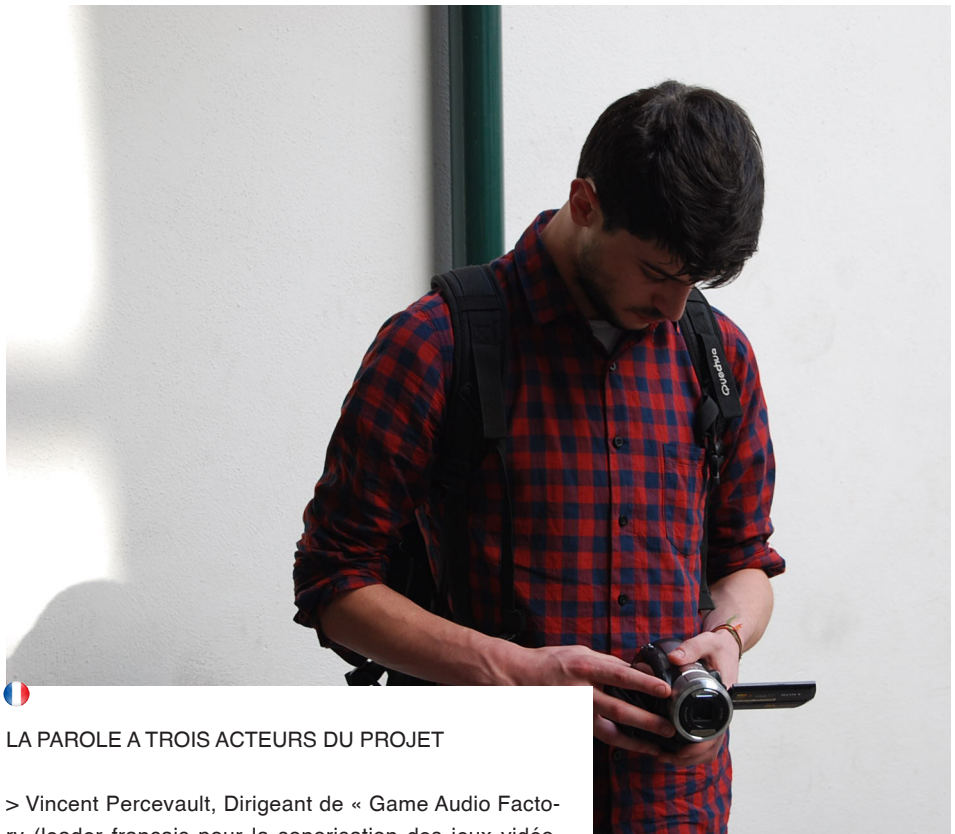
“La experiencia en el proyecto Imagina Atlantica es muy interesante para nosotros como empresa líder en imagen, en momentos en los que queremos ampliar nuestras exportaciones. Es también una oportunidad para colaborar en el montaje de un proyecto colectivo y participar en la reflexión política. Nuestros negocios disfrutaban de un territorio rico en industria, y su salvación está en su apertura a nivel europeo, donde se sufren las mismas restricciones y las mismas cuestiones. Debemos encontrar la manera de organizarnos colectivamente para mantener nuestros mercados, crear nuevos productos y nuevos métodos de distribución”.

> Pascal Chauchefoin, profesor de la Facultad de Economía de Poitiers (Francia), acerca del estudio sobre “Territorios creativos”.

“Tomando nota de que los atractivos de las grandes ciudades son los que atraen a personas creativas, el tema de reflexión en el proyecto Imagina Atlantica es traducir estos resultados a nivel de las ciudades y las zonas con baja densidad poblacional para definir los medios para mejorar y poner en práctica las habilidades creativas cuando u potencial está presentes en estas áreas. El estudio que se ha llevado a cabo nos permite identificar las características específicas de los territorios socios creativos, así como sus posibilidades de conexión. También nos pone en condición de recomendar las bases para el desarrollo económico regional en toda Europa. Este es un paso esencial en el posicionamiento en el mercado europeo a nivel global “.

> Jean-Jacques Lottermoser, líder del “Monument Traker”, que ha desarrollado dos empresas de Angoulême, “NT Conseil” y “Antéfilm”, y la aplicación para smartphones y tablets “Me encanta Angoulême”.

“Con seis mil millones de teléfonos móviles en circulación en el mundo, 1000 millones de smartphones que gastan el 40% de las conexiones a Internet, podemos asegurar sin miedo a equivocarnos que es hoy es el primer medio de información junto a las tabletas. La aplicación « Me encanta Angoulême », más completa que una guía, se actualiza continuamente, está totalmente documentada, con información exhaustiva y científica. Ha sido diseñado junto a otras dos empresas de Angoulême, y supone un gran avance para mejorar la oferta turística de la ciudad. « Así, muchos negocios nos son encargados », confirma Jean-Marc Guillemoy, Director de la Compañía Antefilms. « El dibujo, la creación de fondos, animaciones, producción de video ... la participación de los quipos ha sido muy productiva y hemos podido poner en práctica nuestros conocimientos y nuestro talento local. El resultado es enormemente satisfactorio ».



LA PAROLE A TROIS ACTEURS DU PROJET

> Vincent Percevault, Dirigeant de « Game Audio Factory (leader français pour la sonorisation des jeux vidéo, représentant du groupe français européen Native Prime, intervenant à l'ENJMIN (Ecole Nationale du Jeu et des Médias Interactifs Numériques) d'Angoulême.

« L'expérience menée au sein du projet Imagina Atlantica est très intéressante, pour nous les dirigeants d'entreprises de l'image, à l'heure où nous souhaitons développer notre activité à l'export. C'est aussi l'occasion de participer au montage d'un projet collectif et de nous associer à la réflexion politique. Nos entreprises bénéficient d'un territoire riche dans leur secteur d'activité, mais leur salut se trouve aussi dans l'ouverture au niveau européen, qui vit les mêmes contraintes, les mêmes problématiques. Il faut que nous trouvions les moyens de nous organiser collectivement pour garder nos marchés, créer de nouveaux produits et de nouveaux modes de diffusion ».

> Pascal Chauchefoin, Maître de conférences à la Faculté de Sciences économiques de Poitiers (France) à propos de l'étude sur les « Territoires Créatifs ».

« Partant du constat que l'attractivité des grandes métropoles les met en capacité d'attirer des populations créatives, l'enjeu de la réflexion menée au sein du projet Imagina Atlantica est de transposer ces conclusions au niveau des villes moyennes et des espaces à faibles densités pour définir les moyens qui permettent de valoriser et de mettre en œuvre les compétences de créativité quand elles sont présentes sur ces territoires. L'étude que nous avons menée nous permet de définir concrètement les caractéristiques des Territoires Créatifs des partenaires ainsi que leurs opportunités de connexion. Elle nous met aussi en mesure de préconiser les termes d'un développement économique régional à l'échelle de l'Europe. C'est une démarche essentielle dans le positionnement du marché européen au niveau mondial ».

> Jean-Jacques Lottermoser, dirigeant de « Monument Traker », qui a développé avec deux entreprises angoumoises « NT Conseil » et « Antéfilm » l'application pour smartphones et tablettes « J'aime Angoulême ».

« Avec 6 milliards de téléphones portables en circulation dans le monde, 1 milliard de Smartphones par lesquels passent 40 % des connexions Internet, on peut assurer sans problème qu'il s'agit bien aujourd'hui du premier support d'information avec les tablettes. Plus riche qu'un guide, actualisée en permanence, parfaitement documentée avec des informations exhaustives et scientifiques, l'application 'J'aime Angoulême' que nous avons conçue avec les deux entreprises angoumoises est un énorme plus pour l'attractivité touristique de la Ville. « Sur place, tous nos métiers ont été sollicités » confirme Jean-Marc Guillemoy, Directeur de la Société Antefilms. « dessin, création des décors, animation, fabrication des vidéos... la participation des équipes angoumoises a été très riche et nous avons pu mettre en œuvre nos savoirs-faire et nos talents locaux. C'est une expérience extrêmement satisfaisante ».

DOSSIER

IMAGINA ATLÂNTICA

Um vasto programa de intercâmbios e de seminários profissionais // an extensive program of trade and professional seminars



Para promover a aproximação entre os intervenientes locais dos diferentes territórios, os parceiros europeus desenvolveram um programa abrangente de intercâmbio entre profissionais, autores de filmes de animação, estudantes, académicos e festivais, com a troca de boas práticas e programas de reuniões enriquecedoras, o que, em alguns casos, resultaram em empregos para os jovens profissionais. Os workshops organizados entre universidades do País de Gales (Newport e Glyndwr) e escolas superiores de Angoulême (MSEC e EESI) levaram à criação de vinte filmes de animação.

- Em 2010, dois seminários profissionais sobre as temáticas da valorização do património e dos intercâmbios académicos;

- Em 2011, seis intercâmbios entre universidades e festivais em Ourense, Angoulême e Newport;

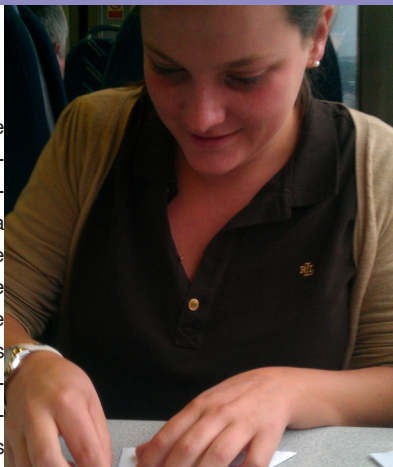
- Em 2012, seis intercâmbios organizados entre profissionais, universidades e festivais em Angoulême, Newport, Porto, Bangor e Glyndwr;

Estes intercâmbios reuniram um total de 29 alunos, 33 líderes empresariais e 67 especialistas nas áreas relevantes.

Além disso, os parceiros do projecto contaram com a participação da associação 16.000 IMAGES (www.16000images.com) para o desenvolvimento de uma plataforma sobre o emprego e para os jovens licenciados e profissionais de imagem.

"Nós desenvolvemos esta nova plataforma de Internet 'Kiosque RH', para estudantes e jovens profissionais dos territórios parceiros", disse Adrien Farrell, presidente da associação 16.000 IMAGES e diretor da empresa NT Conseil. Isso irá permitir:

- O desenvolvimento de relações entre empresas, escolas de formação e estudantes;



- Facilitar o acesso a oportunidades de estágio e primeiro emprego e ao mesmo tempo estender a oferta a todos os países da Europa;

- Ampliar a visibilidade das escolas através de diretórios e listas atualizadas.

É uma ferramenta essencial para aumentar a empregabilidade dos jovens na indústria da imagem e promover a sua integração profissional em condições.

Esta plataforma é constituída por três áreas permanentemente ligadas:

- Espaço "empresas" (apresentação detalhada de ofertas de emprego e de estágio, informação sobre eventos, etc.)

- Espaço "estudantes e jovens profissionais" (colocação de currículos online, objectivos, competências, etc.)

- Espaço "Escolas e Universidades" (apresentação de formações, informação sobre os eventos e os programas de intercâmbios organizados, etc.).

Esta ferramenta estará disponível em breve no site do projecto: www.imagina-atlantica.eu



To promote collaboration between different local areas, the European partners have developed a comprehensive program of exchanges between professionals, cartoonists, students, scholars and festivals. The exchange of good practices and programs has been very successful and in some cases, has resulted in jobs for young professionals. The workshops organised between Welsh universities (Newport and Glyndwr) and the colleges of Angoulême (MSEC and EESI) led to the creation of twenty animated films.

- In 2010, two professional seminars were held on the themes of heritage development and academic exchanges;

- In 2011, nine seminars and exchanges occurred between universities and festivals in Ourense, Angoulême and Newport.

- In 2012, six organised exchanges took place between professionals, universities and festivals in Angoulême, Newport, Porto, Bangor and Glyndwr.

These exchanges have brought together a total of 29 students, 33 business leaders and 67 experts in relevant fields. In addition, the project partners have asked the association 16000 IMAGES (www.16000images.com) to develop an employment platform for young graduates and professionals in the field of creative industries.

"We developed this new Internet platform in our HR Kiosk which is now open to students and young professionals in the partner territories," said Adrien Farrell, President of the association 16000 Images and Executive of the company NT Council.

"It will:

- Develop relationships between companies, training schools and students;

- Facilitate access to internship opportunities and jobs, while extending the offer to all the countries of Europe;

- Expand the visibility of schools through updated directories and listings. "

It is an essential tool to boost the employability of young people in the creative industry and promote their vocational integration. "

This platform consists of three spaces :

- Space "companies" (detailed information, jobs and internships, information on events, etc.).

- Space "students and young professionals" (upload online resume, goals, skills, etc.).

space "schools and universities," (presentation training, information on events and organised exchanges).

This tool will soon be available on the project website: www.imagina-atlantica.eu



Afin de favoriser les rapprochements entre les acteurs locaux des différents territoires, les partenaires européens ont mis en place une vaste programme d'échanges entre professionnels, auteurs de bande dessinée, étudiants, universitaires et festivals, avec des échanges de bonnes pratiques et des programmes de rencontres très fructueuses, qui ont, pour certaines, débouché sur des emplois pour de jeunes professionnels. Les workshops organisés entre les universités galloise (Newport et Glyndwr) et les écoles supérieures d'Angoulême (EMCE et EESI) ont débouché sur la création d'une vingtaine de films d'animation.

-En 2010, deux séminaires professionnels sur les thématiques de la valorisation du patrimoine et des échanges universitaires ;

-En 2011, 9 échanges et séminaires organisés entre festivals et universités à Ourense, Angoulême et Newport.

-En 2012, 6 échanges organisés entre professionnels, universités et festivals à Angoulême, Newport, Porto, Bangor et Glyndwr.

Ces échanges ont rassemblé au total 29 étudiants, 33

responsables d'entreprises et 67 experts des domaines concernés.

Par ailleurs, les partenaires du projet ont fait appel à l'association 16000 IMAGES (www.16000images.com) pour le développement d'une plateforme dédiée à l'emploi et destinée aux jeunes diplômés et professionnels du secteur de l'image.

«Nous avons développé cette nouvelle plate-forme Internet au sein de notre «Kiosque RH» qui s'ouvre donc désormais aux étudiants et aux jeunes professionnels des territoires partenaires » explique Adrien Farrell, Président de l'association «16000 Images» et dirigeant de l'entreprise NT Conseil. « Elle va permettre à la fois : -de développer les relations entre les entreprises, les écoles de formation et

les étudiants ;

-de faciliter l'accès aux offres de stages et de premiers emplois, tout en étendant l'offre à tous les pays d'Europe ;

-d'élargir la visibilité des écoles, grâce à des annuaires et des listings actualisés ».

C'est un outil essentiel pour dynamiser l'employabilité des jeunes dans la filière image et favoriser leur insertion professionnelle dans les meilleures conditions ».

Cette plate-forme est constituée de trois espaces qui peuvent se connecter en permanence pour échanger et compléter leurs données :

-un espace «entreprises» (présentation détaillée, offres d'emplois et de stages, information sur les événements organisés, etc.) ;

-un espace «étudiants et jeunes professionnels» (dépôt de CV en ligne, souhaits, compétences, etc.) ;

un espace «écoles et universités», (présentation des formations, information sur les événements et programmes d'échanges organisés).

Cet outil sera bientôt disponible sur le site web du projet : ww.imagina-atlantica.eu

y festivas en Angoulême, Newport, Porto, Bangor y Glyndwr.

Estos intercambios han reunido un total de 29 estudiantes, 33 líderes de negocios y 67 expertos en los ámbitos relacionados.

Además, los socios del proyecto han hecho un llamamiento a la asociación 16000 IMÁGENES (www.16000images.com) para el desarrollo de una plataforma para el empleo y para los recién licenciados y profesionales de la imagen.

"Hemos desarrollado esta nueva plataforma de Internet en nuestro "quiosco de recursos humanos", que abre para los estudiantes y jóvenes profesionales de los territorios socios", dijo Adrien Farrell, Presidente de la Asociación "16000 imágenes" y líder de la empresa NT Consejo. Permitirá a la vez:

- El desarrollo de las relaciones entre las escuelas de formación, las empresas y los estudiantes;

- Facilitar el acceso a las oportunidades de pasantías y puestos de trabajo en primer lugar, mientras que la oferta se extiende a todos los países de Europa;



Con el objetivo de fomentar el acercamiento entre actores locales de diferentes territorios, los socios europeos han puesto en marcha un importante programa de intercambio entre profesionales, autores de cómic, estudiantes, universitarios y festivales, con intercambio de buenas prácticas y de programas exitosos que, en algunos casos, dieron lugar a puestos de trabajo para jóvenes profesionales. Los talleres organizados por la universidad galesa (Newport y Glyndwr) y las escuelas superiores de Angoulême (EMCE y EESI) han llevado a la creación de una veintena de película de animación.

- En 2010, dos seminarios profesionales sobre el desarrollo de patrimonio y los intercambios académicos;

- En 2011, nueve seminarios e intercambios entre universidades y festivales en universidades de Ourense, Angoulême y Newport;

- En 2012, seis intercambios organizados entre profesionales, universidades

- Ampliar la visibilidad de las escuelas a través de directorios y listados actualizados.

Es una herramienta esencial para mejorar la empleabilidad de los jóvenes en la industria de la imagen y favorecer su inserción profesional en condiciones.

Esta plataforma se compone de tres áreas que pueden permanentemente conectadas para intercambiar y completar sus datos:

- Espacio "empresas" (presentación detallada de ofertas de empleo, prácticas, información sobre eventos organizados, etc.)

- Espacio "estudiantes y jóvenes profesionales" (currículum vitae en línea, objetivos, habilidades, etc.)

- Un espacio de escuelas y las universidades, (presentación, capacitación, información en los eventos y programas de intercambio organizados, etc.).

Esta herramienta estará disponible próximamente en la página web del proyecto: ww.imagina-atlantica.eu

IMAGINA ATLÂNTICA

un amplio programa de intercambios y de seminarios profesionales // un vaste programme d'échanges et de séminaires professionnels

DOSSIER

J'AIME ANGOULEME

www.jaime-angouleme.fr



J'AIME ANGOULEME “: um produto turístico piloto e inovador criado para Angoulême e aplicável aos territórios da parceria.

A Companhia “MONUMENTO Traker”, em associação com duas empresas de Angoulême, Dicas NT e Antéfilm, ganhou o concurso lançado pelo projeto europeu Imagina Atlantica com um guia digital para smartphones e tablets.

Este conceito foi criado em janeiro de 2011, já foi aplicada a 30 locais e cidades, incluindo Paris e Roma. Foi adoptado por 350.000 visitantes, com uma progressão de 30% ao ano.

À sua oferta, a Monument Traker acrescenta inovações para produtos existentes que podem incluir:

- Integrar seqüências de animação e BD na visita;
- Oferecer visitas altamente interativas, com o conceito de “Caça ao Tesouro”, questionários, produção de vídeo a partir de elementos da visita, reconstrução de ruínas de elementos arqueológicos sobrepostas ...
- Usar a “realidade aumentada” para ver filmes que não aparecem a olho nu;
- Desfrutar de um serviço de geolocalização e reserva de hotel através do acesso a atalhos;
- Etc ...

O aplicativo gratuito foi entregue por ocasião das Jornadas do Monumento Europeu. “Com seis mil milhões de telemóveis, em circulação no mundo, mil milhões de smartphones pelo qual passam 40% das conexões de Internet, podemos ter certeza que as tablets tratam-se do principal meio de informação hoje em dia”, diz Jean-Jacques Lottermoser, líder de Monument Traker. “Mais completo que um guia, em actualização permanente, totalmente documentado com informações abrangentes e aplicação científica, a

aplicação ‘Eu amo Angoulême », que nós projetamos com duas empresas de Angoulême é uma enorme vantagem para a atracção turística da Cidade. Optamos por uma solução mais cultural que comercial, mantendo um registo lúdico e amigável, que reúne todas as gerações à volta do mesmo produto. “

“Lá, todas as nossas áreas foram solicitadas”, acrescentou Jean-Marc Guillemoy, director da empresa Antefilms. “Design, cenografia, animação, produção de vídeo... participação das equipas de Angoulême foi muito enriquecedora e que podemos dar largas ao nosso know-how e ao talento local. Esta foi uma experiência muito satisfatória “.



J'AIME ANGOULEME “: a pilot and innovative tourism product designed for Angoulême and adaptable to the territories of the partnership.

The Company “MONUMENT TRAKER” joined with two companies based in Angoulême - NT Tips and Antéfilm - won the tender launched by the European project Imagina Atlantica with a digital guide for Smartphones and Tablets.

This concept was created in January 2011, and has already been applied to 30 sites and cities including Paris and Rome. 350,000 visitors have used the tool, with an increase of 30% per year.

In its offer, Monument Traker adds innovations to existing tools that can include:

- Integration of animation sequences and comics in the visit;
- Offer highly interactive visits achieved



by the “Treasure Hunt”, quizzes, video production from elements of the visit, the reconstruction of ruins from archaeological elements superimposed etc.

- Use the “augmented reality” to see information overlaid onto the real world;
- Enjoy a geolocation service and hotel reservation through access to shortcuts;
- Etc ...

The free application was launched during one of the “European Heritage Days”. “With six billion mobile phones in circulation in the world, 1 billion of which are smartphones by which we spend 40% of our Internet connections, tablets are now providing an easy way to access information”, says Jean-Jacques Lottermoser, leader Monument Traker. “ More information rich than a guide, constantly updated and fully documented with scientific and comprehensive information, the app “J’aime Angoulême” which we have created with the two companies from Angoulême is an huge advantage for the touristic attractiveness of the city. We opted for a cultural rather than commercial application, while remaining playful and friendly and uniting all generations of the same product.

“All of our businesses were contacted,” added Jean-Marc Guillemoy, Director of the Company Antefilms. “Drawing, creating backgrounds, animation, video production ... participation of teams from Angoulême was very valuable and we could implement our know-how and our local talent. This was a very satisfying experience. “



“J’AIME ANGOULEME”: un nuevo producto turístico innovador y experimental creado por Angoulême y expandido por el resto de territorios de los socios de proyecto.

La empresa “MONUMENT TRAKER”, asociada con dos empresas de Angoulême, Conseils NT y Antéfilm, ganó la licitación europea convocada por el proyecto Imagina Atlantica, con una guía digital para smartphones y tablets.

Este concepto, creado en enero de 2011, ya ha sido aplicado a 30 sitios y ciudades como París y Roma. 350.000 visitantes la han adoptado, con una progresión de 30% al año.

En su oferta, Monument Traker añade innovaciones a productos existentes que pueden incluir:

- Integrar las secuencias de animación y BD en la visita;
- Ofrecer visitas interactivas conceptualizadas por la “Búsqueda del Tesoro”, pruebas, producción de video a partir de elementos de la visita, reconstrucción de las ruinas arqueológicas de elementos superpuestos...
- Utilización de la “realidad aumentada” para ver películas que no aparecen a simple vista;
- Disfrute de un servicio de geolocalización y reserva de hotel a través del acceso a los atajos;
- Etc...

La aplicación gratuita se entregó con motivo del “Día del Patrimonio Europeo”. “Con seis mil millones de teléfonos móviles en circulación en el mundo, 1000 millones de smartphones que gastan el 40% de las conexiones a Internet, pueden tener por seguro sin problema que es hoy en día el primer medio de información a través de tablets”, dice Jean-Jacques Lottermoser, líder de Monument Traker. “Más dinero como guía, permanencia actualizada, totalmente documentada con información plena y la aplicación “Amo Angoulême”, hemos diseñado con compañías angoumoisines, lo que es una gran ventaja para la atracción turística la Ciudad. Optamos por lo cultural más que lo comercial, sin dejar el registro lúdico y amigable que une a todas las generaciones bajo un mismo producto”.

“Todos nuestros negocios han sido solicitados”, agregó Jean-Marc Guillemoy, Director de la Compañía Antefilms. “El dibujo, la creación de animación, producción de vídeo ... la participación de equipos angoumoisines era rica y se podían poner en práctica nuestros conocimientos y nuestro talento local. Esta ha sido una experiencia muy satisfactoria”.



J’AIME ANGOULEME : un produit touristique pilote et innovant créé pour Angoulême et démultipliable pour les territoires du partenariat.

La Société «MONUMENT TRAKER» associée à deux entreprises d’Angoulême, NT Conseils et Antéfilm, a remporté l’appel d’offres européen lancé par le projet Imagina Atlantica, avec un guide numérique pour Smartphones et tablettes.

Ce concept, créé en janvier 2011, a déjà été appliqué à 30 villes et sites dont Paris et Rome. 350 000 visiteurs l’ont adopté, avec une progression de 30 % par an.

Dans son offre, Monument Traker ajoute des innovations au produit existant qui permettent notamment :

- d’intégrer des séquences d’animation et de BD dans la visite ;
- de proposer des visites très interactives conceptualisées par la «Chasse aux trésors», des quizz, la réalisation de vidéos à partir des éléments de la visite, la reconstitution de ruines à partir d’éléments archéologiques en surimposition...
- d’utiliser l’option «réalité augmentée» pour voir des animations qui n’apparaissent pas à l’oeil nu ;

- de profiter d’un service de géolocalisation et de réservation d’hôtels grâce à l’accès à des raccourcis ;

-etc...

L’application gratuite a été livrée à l’occasion des «Journées Européennes du Patrimoine». «Avec 6 milliards de téléphones portables en circulation dans le monde, 1 milliard de Smartphones par lesquels passent 40 % des connexions Internet, on peut assurer sans problème qu’il s’agit bien aujourd’hui du premier support d’information avec les tablettes », constate Jean-Jacques Lottermoser, dirigeant de Monument Traker. «Plus riche qu’un guide, actualisée en permanence, parfaitement documentée avec des informations exhaustives et scientifiques, l’application ‘J’aime Angoulême’ que nous avons conçue avec les deux entre-



DECOUVREZ ANGOULÊME

prises angoumoisines est un énorme plus pour l’attractivité touristique de la Ville. Nous avons opté pour une sollicitation plutôt culturelle que commerciale, tout en restant dans un registre ludique et convivial qui réunit toutes les générations sur un même produit». «Sur place, tous nos métiers ont été sollicités » ajoute Jean-Marc Guillemoy, Directeur de la Société Antefilms. «dessin, création des décors, animation, fabrication des vidéos... la participation des équipes angoumoisines été très riche et nous avons pu mettre en oeuvre nos savoir-faire et nos talents locaux. C’est une expérience très satisfaisante».

Territórios criativos e desenvolvimento sustentável nas regiões do Espaço Atlântico



Territórios criativos e desenvolvimento sustentável nas regiões do Espaço Atlântico

Xesús Lage, Professor de Sociologia da Universidade de Vigo, Espanha.

Espaço Atlântico, desenvolvimento sustentável e territórios criativos são conceitos equivalentes que começaram a serem usados há pouco mais de duas décadas. A sua utilização está relacionada com os processos de mudança que afectaram a remodelação dos sistemas produtivos e de emprego, na forma e conteúdo de alianças políticas entre os estados, de valores, representações sociais, costumes, estilos de vida...

Assim, a ideia de ligar as regiões do espaço Atlântico começa a impulsionar-se após a integração de Portugal e Espanha na UE, entre as regiões que denunciam o seu carácter periférico na Europa e a necessidade de coordenar estratégias colaborativas que dêem visibilidade aos seus interesses. Paralelamente, associado a alterações na concepção e desenvolvimento da economia regional, começa a popularizar-se o conceito de desenvolvimento sustentável, dando atenção ao emprego de recursos regionais, do poder político e da cultura, capaz de satisfazer de forma integral as necessidades da população local, sem comprometer o seu futuro. Finalmente, começa a reparar-se na criatividade a partir da análise das condições que facilitam a produção, crescimento, competitividade industrial e de serviços; a criatividade e a sua localização geográfica são projectadas em conjunto com factores-chave como conhecimento, inovação, as TIC e a cultura.

A criatividade remete inicialmente para o campo da cultura, bens ou serviços que incorporam valor simbólico a partir do talento e actividade criadora de artistas e artesãos, geralmente protegidos por direitos autorais. Mais, num sistema de produção e consumo em que os objectos e serviços se despem de conteúdo material para se converterem em signos (Lash & Urry, 1994), a sua produção e distribuição enquadra-se perfeitamente no mundo do comércio e da actividade económica.

A importância dos produtos e produções culturais é abertamente reconhecida como estendendo a sua importância na economia. Produtos e experiências resultantes da criação e interpretação de arte, música, cinema, vídeo, televisão, rádio, multimédia, jogos, meios de comunicação e edição de imprensa, pertencem ao que é normalmente considerado indústrias culturais. Estas são parte de um sistema cada vez mais amplo de indústrias chamadas criativas, porque a dado momento dos seus processos integram elementos culturais, como acontece com a arquitectura, design ou moda.

Como demonstrado no Livro Verde sobre o potencial das indústrias culturais e criativas [COM (2010) 183], a UE reconhece a importância das indústrias culturais e criativas pelo seu potencial contributo de resposta aos desafios da competitividade num ambiente marcado pela evolução tecnológica e pela globalização.

Mas como se relacionar em concreto a criatividade e o desenvolvimento sustentável das regiões europeias atlânticas costeiras? As respostas passam por reparar na criatividade existente nesses territórios, considerar os elementos que estes têm em comum, por ver formas de se complementarem e pensar em projectos compartilhados para que as relações dêem conteúdo a esta área das regiões do ocidente europeu.

São muitos e variados os exemplos de criatividade em cada uma das regiões do Espaço Atlântico, mas é muito limitado o conhecimento das suas produções e das relações entre os artistas para além das fronteiras dos Estados a que pertencem. Por isso, parece pertinente dar impulso a espaços e eventos que promovam a descoberta mútua entre criadores, bens e serviços culturais que se façam nessas regiões, antes de pensar em construir projectos e estratégias. São as relações, não as distâncias que decidem com quem compartilhamos o nosso conhecimento, emoções, experiências ou negócios.

As indústrias culturais e criativas possuem maior dinamismo do que outros sectores produtivos, uma potente capacidade de promoção de identidades e de integração, e um impacto limitado sobre os recursos regionais, tornando esses sectores elementos estratégicos para o desenvolvimento sustentável, em combinação com a investigação, a inovação, o conhecimento e as TIC, com quem muito têm em comum.



Atlantic Area, sustainable development and creative territories are contemporary concepts that have been used for slightly more than two decades. Its use is related with processes of change that have affected the remodeling of productive systems and employment; with forms and contents of political alliances between states; with values, social representations, customs or lifestyles...

The idea of linking regions in the Atlantic area begins to take form after the integration of Portugal and Spain in the European Union, among regions aware of their peripheral character in Europe and the need to coordinate collaborative strategies to allow them to expose their interests and make them visible. In parallel, linked with the changes in the conception of the development and the territorial connection of the economy, the concept of sustainable development starts to become popular, in response to the employment of regional resources, political power and culture, able to satisfy seamlessly the needs of local people without compromising their future. Finally, creativity begins to be taken into account

from the analysis of the conditions that facilitate production, competitiveness, industrial growth and services; creativity and its geographical location are designed in conjunction with key factors such as knowledge, innovation, TICs and culture.

Creativity refers initially to the field of culture, goods or services that have symbolic value from talented and creative activity of artists and craftsmen, usually protected by copyright. In addition, in a system of production and consumption in which objects and services are emptied of material content to become signs (Lash & Urry, 1994), its production and distribution falls squarely in the world of trade and economic activity.

The importance of cultural products and productions is openly recognized as its importance in the economy is increasing. Products and experiences resulting from the creation and artistic interpretation, music, film, video, television, radio, multimedia, videogames, media and print publishing, form all together what is usually meant with cultural industries. These are part of a wider system of industries called creative industries, because at some point in their processes they integrate cultural elements, like architecture, design or fashion.



As shown in the Green Paper on the potential of cultural and creative industries [COM (2010) 183], the EU recognizes the importance of cultural and creative industries for its potential contribution to responding to the challenges of competition in a context of technological change and globalization.

But how to relate, and to concrete, the creativity and the sustainable development in the coastal regions of the European Atlantic? The answer relies at looking at the existing creativity in these territories; consider the elements they have in common; to see ways to complement each other; and to think about projects in common, so the relationship can give content to the western European area.

There are many and varied examples of creativity in each of the regions of the Atlantic Area, but it is very limited the knowledge of their productions and the relationship between artists beyond the borders of their states. Therefore, seems appropriate to promote projects and events to encourage recognition among creators of cultural goods and services made in these regions, prior to the relationship on which to think and build projects and strategies. It's the good or bad relationship between regions, and not the distance, the key factor to share or not our knowledge, emotions, experiences or businesses.

Cultural and creative industries are more dynamic than other productive sectors. They have a powerful capacity to promote identities and integration, and a limited impact over the regional resources, making them strategic sectors for the sustainable development, in combination with research, innovation, knowledge and ICT, with whom they have much in common.

Xesús Lage, Professor de Sociologia da Universidade de Vigo Professor of sociology at the University of Vigo, Spain

Creative territories and sustainable development in the regions of the Atlantic Area

Territorios creativos y desarrollo sostenible en las regiones del Espacio Atlántico



Espacio Atlántico, desarrollo sostenible y territorios creativos son conceptos coetáneos que han comenzado a utilizarse hace poco más de dos décadas. Su empleo se relaciona con procesos de cambio que han afectado a la remodelación de los sistemas productivos y del empleo; de las formas y contenidos de las alianzas políticas entre los estados; de valores, representaciones sociales, costumbres, estilos de vida...

Así es, la idea de la vinculación de las regiones del espacio Atlántico comienza a impulsarse tras la integración de Portugal y España en la UE, entre regiones que advierten su carácter periférico en Europa y la necesidad de articular estrategias de colaboración

que permitan visibilizar sus intereses. De forma paralela, asociado a los cambios en la concepción de desarrollo y a la vinculación territorial de la economía, comenzará a popularizarse el concepto de desarrollo sostenible, en atención a un empleo de los recursos regionales, del poder político y la cultura, capaces de satisfacer de forma integral las necesidades de la población local, sin comprometer su futuro. Finalmente, en la creatividad comienza a repararse a partir de los análisis de las condiciones que facilitan la producción, la competitividad, el crecimiento industrial y de los servicios; la creatividad y su localización territorial se conciben en combinación con factores clave como el conocimiento, la innovación, las TICs y la cultura.

La creatividad remite inicialmente al campo de la cultura, a bienes o servicios que incorporan valor simbólico a partir del talento y la actividad creadora de artistas y artesanos, amparados generalmente por derechos de autor. Más, en un sistema de producción y consumo en el que objetos y servicios se vacían de contenido material para convertirse en signos (Lash & Urry, 1994), su producción y distribución entra de lleno en el mundo del comercio y la actividad económica.

La importancia de productos y producciones culturales es reconocida abiertamente a medida que se extiende su relevancia en la economía. Productos y experiencias fruto de la creación e

interpretación artística, música, cine, video, tv, radio, multimedia, videojuegos, medios de comunicación y de edición impresa, conforman lo que habitualmente se entiende por industrias culturales. Estas son parte de un sistema cada vez más amplio de industrias a las que se denomina creativas, dado que en algún momento de sus procesos integra elementos culturales, como ocurre con la arquitectura, el diseño, o la moda.

Como recoge el Libro Verde sobre el potencial de las industrias culturales y creativas [COM (2010) 183], la UE reconoce la importancia que tienen las Industrias Culturales y Creativas por su potencial contribución a dar respuesta a los desafíos de la competitividad en un entorno marcado por la evolución tecnológica y la globalización.

¿Pero cómo relacionar, cómo concretar, la creatividad y el desarrollo sostenible en las regiones ribereñas del Atlántico Europeo? Las respuestas pasan por reparar en la creatividad existente en esos territorios, por examinar los elementos que tienen en común, por ver formas en que se podrían complementar, y en pensar proyectos compartidos para que las relaciones den contenido a ese espacio de las regiones del oeste europeo.

Son muchos y variados los exponentes de la creatividad en cada una de las regiones del Espacio Atlántico, pero es muy limitado el conocimiento de sus producciones y de la relación entre creadores, más allá de las fronteras de los Estados a los que pertenecen. En consecuencia, parece pertinente impulsar espacios y eventos que fomenten el reconocimiento entre creadores, de los bienes y servicios culturales que se hacen en esas regiones, como paso previo a la relación sobre la que pensar, construir, proyectos y estrategias. Son las relaciones, no las distancias las que deciden con quién compartir nuestros conocimientos, emociones, experiencias, o negocios.

Industrias culturales y creativas poseen mayor dinamismo que otros sectores productivos, una potente capacidad de promoción de identidades e integración, y un limitado impacto sobre los recursos regionales, lo que hace de estos sectores de actividad elementos estratégicos para un desarrollo sostenible, en combinación con la investigación, la innovación, el conocimiento y las TICs, con las que tienen muchos elementos en común.

Prof. de sociología da UVigo
I professeur de sociologie à
l'Université de Vigo, Espagne



Espace Atlantique, développement durable et territoires créatifs sont des concepts contemporains qui ont été utilisés pendant un peu plus de deux décennies. Leur utilisation est liée à des processus de changement qui ont affecté la rénovation des systèmes de production et de l'emploi, avec les formes et les contenus des alliances politiques entre les Etats; des valeurs, des représentations sociales, les coutumes ou les modes de vie ...

L'idée de relier les régions de l'Espace Atlantique a commencé à prendre forme après l'intégration du Portugal et de l'Espagne au sein de l'Union Européenne, et ce, pour des régions conscientes de leur caractère périphérique en Europe et de la nécessité de coordonner les stratégies de collaboration pour leur permettre d'affirmer leurs intérêts et de les rendre visibles. En parallèle, en lien avec les changements dans la conception du développement territorial et de la connexion de l'économie, le concept de développement durable commence à être de plus en plus considéré. L'emploi des ressources régionales, le pouvoir politique et la culture permettent ainsi

de satisfaire les besoins des populations locales sans compromettre leur avenir. Enfin, la créativité commence à être prise en compte à partir de l'analyse des conditions facilitant la production, la compétitivité, la croissance industrielle et les services. La créativité et la situation géographique sont élaborés en conjonction avec des facteurs clés tels que la connaissance, l'innovation, TIC et la culture.

La créativité se réfère en premier lieu au domaine de la culture, des biens ou des services qui ont une valeur symbolique de l'activité créative des artistes et des artisans, généralement protégés par les droits des auteurs. En outre, dans un système de production et de consommation dans lequel les objets et services sont vidés de leur contenu matériel nécessaire pour devenir des signes (Lash et Urry, 1994), sa production et sa distribution tombent définitivement dans la dimension commerciale et de l'activité économique.

Il est aujourd'hui ouvertement reconnu que l'importance des produits et des productions culturelles dans l'économie est en constante augmentation. Les produits et expériences résultant de la création et de l'interprétation artistique, tels que la musique, le cinéma, la vidéo, la télévision, la radio, le multimédia, les jeux vidéo, les

médias et l'édition imprimée, forment un ensemble que l'on entend habituellement par "industries culturelles". Ceux-ci font partie d'un système plus large d'industries appelées industries créatives. En effet, à un certain moment dans leur processus, ils intègrent des éléments culturels, comme l'architecture, le design ou la mode.

Comme indiqué dans le Livre vert sur le potentiel des industries culturelles et créatives [COM (2010) 183], l'Union Européenne reconnaît leur importance à travers leur contribution potentielle à répondre aux défis de la concurrence dans un contexte de changement technologique et de mondialisation.

Mais comment concrétiser la mise en relation de la créativité et du développement durable dans les régions côtières de l'Atlantique européen? La réponse dépend de l'existence de créativité dans ces territoires; de la considération de ce que ces éléments ont de commun, de l'analyse des moyens pour se compléter mutuellement et de réfléchir à des projets communs, de sorte que les relations ou partenariats peuvent créer des opportunités dans la zone Europe de l'Ouest.

Il existe des exemples nombreux et variés de la créativité dans chacune des régions de l'Espace Atlantique, mais la visibilité des productions et les

relations entre les artistes au-delà des frontières de leur pays restent aujourd'hui très limitées. Par conséquent, il semble approprié de promouvoir des projets et des événements afin d'encourager la reconnaissance des créateurs de biens et services culturels produits dans ces régions, et ce, en amont de la mise en oeuvre de projets globaux stratégiques. Ce sont les bonnes ou mauvaises relations, et non la distance, qui sont le facteur clé de partage ou non de nos connaissances, émotions, expériences et affaires économiques.

Les industries culturelles et créatives sont plus dynamiques que d'autres secteurs productifs. Ce domaine de production possède une forte capacité à promouvoir les identités et l'intégration et se caractérise par un impact limité sur les ressources régionales. Cette dimension rend ce secteur stratégique en terme de développement durable, en combinaison en particulier lorsqu'il est associé à la recherche, l'innovation, les connaissances et les TIC, avec lesquels les industries créatives ont beaucoup en commun.

Territoires créatifs et développement durable dans les régions de l'Espace Atlantique

CAPITAL HUMANO // HUMAN CAPITAL

A Câmara como forma de Expressão individual

Paulo Porfírio, realizador
e fotógrafo | filmmaker and
photographer | cineasta y
fotógrafo | cinéaste
et photographe



Estamos numa nova encruzilhada audiovisual, num novo momento em que filmar, editar e distribuir está ao alcance de quase todos. Isto é matéria importante para reflexão, pela primeira vez, de forma consistente, qualquer pessoa pode fazer um filme.

Podemos discutir que, de certa maneira, sempre foi assim, um filme é já a visão do realizador. Mas nunca de forma solitária, como um fotógrafo ou mesmo um escritor e sempre dependentes de uma máquina de produção que suporte essa visão.

Mas filmando de forma solitária não estaremos presos à criação de documentários, ou seja, apenas filmes que derivem da observação solitária?

O olhar para o real e sobre o real não está limitado apenas a essa recriação documental, é um campo de experimentação que permite imaginar poemas, recriar ficções derivadas apenas desse olhar e dessa reprodução do real. Temos criadores como Chris Marker, recentemente falecido, que abriu as fronteiras do cinema e do audiovisual em geral criando o que Alain Resnais definiu como o cinema ensaio. Reflexões sobre a memória, sobre o tempo presente. Imagens profundamente políticas e poéticas. São imagens reais que pela montagem, pela simples associação a outras ideias ganham novos significados. Momentos em que nem sabemos se é ficção, documentário, análise pessoal ou apenas poesia.

Em qualquer computador conseguimos trabalhar e retrabalhar as imagens, incorporar outros suportes, imaginar novas paisagens.

Os desafios que agora surgem são as possibilidades narrativas e a capacidade de irmos fugindo aos modelos impostos. Primeiro por limitações técnicas, e depois por opção estética.

Porque posso querer fazer um comentário filmado, ou um poema, uma reflexão. Posso filmar uma apresentação, um recado, currículo visual, diário.

Por outro lado temos assistido à completa saturação das imagens, que perdem a sua contextualização e a sua força. Soundbites, fotos, apanhados, piadas. Essas são grande parte das situações que ocupam o panorama visual, além das formas estabelecidas de difusão: A televisão e o seu habitual conformismo generalista e o cinema. Um olhar mais desencantado dirá que estas novas tecnologias servem apenas para o fait-diver e uns apanhados, para um olhar acritico.

O que pode ser visto como mau é também a melhor ferramenta que temos à disposição. As imagens incorporam-nos e ocupam-nos todos os espaços de comunicação: Televisão, computadores, telemóveis. Estes novos filmes facilmente ocupam esses espaços. Posso tê-lo no telemóvel, envia-lo via net, partilha-lo nas redes sociais. Formas excepcionais de fazer com que os filmes encontrem públicos, quem sabe os seus públicos.

Neste caminho criativo o grande desafio prende-se com a educação do olhar e vencer as limitações tecnológicas mas nesse ponto cito Orson Welles:

“A técnica cinematográfica aprende-se em 3 dias.”

Apenas é preciso começar.



We're in a new crossroad in the world of sound and image, in a new moment where filming, editing and distributing is available for nearly everyone. This is an important subject to be thought upon; for the first time, consistently, anyone can make a movie.

We can argue that, in a way, it's the same as it was before, the movie the view of the director. But never in a solitary way, like a photographer or even a writer, and always depending on a production workforce that helps this vision.

But by filming alone aren't we stuck in creating only documentaries, which is to say, movies that stem from solitary observation?

The view on reality and about reality isn't limited only to this type of documental recreation; it's a experimentation field that allows us to imagine poems, remake works of fiction derived from just that view and that reproduction of reality.

We have artists like the late Chris Marker, who opened the frontiers of cinema and film-making in general, by creating what Alain Resnais called essay-cinema: thoughts on memory, on the present time. Deeply political and poetic images. These are real images that, be it through editing or through simple juxtaposition to other ideas earn a new meaning. Moments where we don't even know whether it's fiction, documentary, personal analysis or just poetry.

In any computer we're able to work and rework images, mix new media, imagine new landscapes.

The challenges that come forward now are the account possibilities and the ability we have of escaping the status-quo. Firstly due to technical limitations and second as an artistic choice.

Because I may want to make a filmed commentary, or a poem, a thought. I may film a presentation, a memo, a visual CV, a journal.

On the flip-side we've witnessed to the absolute saturation of the images, that lose their context and strength. Sound bites, photos, bloopers, jokes. These are most of the situations occupy the visual panorama, together with the well-established means of broadcasting: TV, it's customary generalist apathy, and cinema. A more cynic view would say that these new technologies will only fuel fluff, and blooper-shows, for a more uninterested view.

What can be seen has an hindrance, it's, at the same time, the best tool we have at hand. The images surround us and occupy all of our means of communication: TV, computers, cellphones. These new movies occupy these spaces easily. I may have one in my cellphone, send it via internet, share in social networks. Exceptional ways for movies to find audiences, their audiences, who knows.

In this creative path the great challenge lies in educating the way we see and beat the technological limitations, but here I quote Orson Welles:

"You can learn cinematography in three days."

You only need to start.



The camera as a way of individual expression

CAPITAL HUMANO // HUMAN CAPITAL

La Cámara como una forma de Expresión individual.



Estamos en una nueva encrucijada audiovisual, un nuevo momento en el que filmar, editar y distribuir está al alcance de casi todos. Es importante reflexionar sobre que, por primera vez y de manera consistente, cualquiera puede hacer una película.

Podemos argumentar que, en cierto modo, siempre ha sido así, una película es la visión de un director. Pero no únicamente suya, pues como un fotógrafo o un escritor, siempre es dependiente de máquinas de producción que apoyan su opinión.

Pero filmando de forma solitaria, nos estamos abocados a la creación de documentales, o sea, de películas que vendan de una observación solitaria del director?

Al mirar hacia la realidad no nos limitamos sólo a la recreación documental, es un campo que permite la experimentación, imaginar poemas, ficciones derivadas de la recreación de esa mirada y de esa reproducción de lo real. Tenemos creadores como Chris Marker, recientemente fallecido, quien abrió las fronteras del cine y el medio audiovisual en general, creando lo que Alain Resnais definió como ensayo fílmico. Reflexiones sobre la memoria, sobre el tiempo presente. Imágenes profundamente políticas y poéticas. Se trata de imágenes reales que al montarlas, por simple asociación con otras ideas, ganan nuevos significados. Momentos en los que no sabemos si se trata de ficción, documental, análisis personal o simplemente poesía. En cualquier equipo se puede trabajar y rehacer las imágenes, incorporar otros medios, imaginar nuevos paisajes. Los retos que se plantean ahora son las posibilidades narrativas y la posibilidad de ir escapando de los modelos impuestos. Primero por limitaciones técnicas, y también por cuestiones estéticas.

Porque puedo querer filmar un comentario, un poema, una reflexión. Puedo filmar una presentación, un recado, un currículum visual, un diario.

Por otra parte, hemos visto la saturación completa de imágenes, que pierden su contextualización y su fuerza. Sound-bites, fotos, chistes, atrapados. Estas son muchas de las situaciones que ocupan el panorama visual, más allá de las formas establecidas de difusión: televisión generalista y su conformismo habitual y el cine. Una mirada desencantada a estas nuevas tecnologías nos dice que estas nuevas tecnologías para lo único que sirve es para divertir a los de mirada más acrítica.

Lo que puede ser visto como malo es también la mejor herramienta que tenemos a nuestra disposición. Las imágenes nos incorporan y abarcan todos los espacios de la comunicación: televisión, ordenadores, teléfonos móviles; estas nuevas películas ocupan fácilmente estos espacios. Puedo tenerlo en el móvil, enviarlo a través de la red, compartirlo en las redes sociales... Maneras excepcionales de hacer que el cine encuentre público, quien tenga su público.

En este camino creativo el gran desafío radica en la educación de la mirada y en superar las limitaciones tecnológicas, pero en este punto cito Orson Welles:

“El abecedario del cine se aprende en tres días.”

Sólo tenemos que empezar.

Paulo Porfirio, realizador e fotógrafo | filmmaker and photographer | cineasta y fotógrafo | cinéaste et photographe



Nous nous trouvons aujourd'hui à un carrefour de nouveaux visuels avec de nouvelles façons de tourner, monter et distribuer accessibles à tous. Ceci étant, tout le monde peut aujourd'hui produire un film. Cette question est importante pour la réflexion, pour la première fois, de manière cohérente, tout le monde peut faire un film.

Nous ne pouvons que constater qu'il en a toujours été ainsi puisque un film est le reflet de la vision d'un metteur en scène. Celui-ci n'est cependant jamais aussi seul qu'un photographe ou un auteur car il dépend toujours d'un système de production qui soutient son point de vue.

Un créateur comme Chris Marker, récemment décédé, a ouvert les frontières du cinéma et de l'audiovisuel comme l'a fait Alain Resnais pour le film-essai. Des réflexions sur la mémoire aux images profondément politique et poétique, ce sont des images réelles qui par assemblage,

ou simple association avec d'autres idées peuvent aboutir à de nouvelles significations. Des moments où nous ne savons pas si c'est la fiction, le documentaire, l'analyse personnelle ou tout simplement la poésie.

Il est possible aujourd'hui de travailler et retravailler les images sur n'importe quel ordinateur, d'y intégrer d'autres médias, imaginer de nouveaux paysages.

Les défis ne posent plus aujourd'hui en terme technologique mais du point de vue des possibilités narratives avec pour seule limite l'esthétique.

Il existe cependant un risque à cette profusion de création d'images : la saturation complète des images, qui perdent leur contextualisation et leur force. Verbatim, photos, blagues occupent le panorama visuel, au-delà des formes habituelles de diffusion de la télévision généraliste et le cinéma avec leur conformisme habituel. Les plus désenchantés diront que ces nouvelles technologies aboutissent à des créations sans esprit critique.

Ce qui peut être considéré comme mauvais, est aussi le meilleur outil dont nous disposons. Les images nous permettent d'intégrer tous les domaines de communication TV, ordinateurs, téléphones mobiles. Ces nouveaux films permettent d'occuper facilement ces espaces. Je peux l'avoir sur mon téléphone, l'envoyer par le net, le partager sur les réseaux sociaux.

A présent, le défi créatif réside donc dans l'éducation du regard et non plus dans la difficulté de dépasser les limites technologiques, mais à ce stade je cite Orson Welles:

"La technique d'un film s'apprend en trois jours."

Il nous reste à nous lancer.

Le cinéma comme nouvelle forme d'expression

CAPITAL HUMANO // HUMAN CAPITAL

A Separação / The Break-up Amélia & Duarte



O filme de animação “Amélia & Duarte” fala de duas pessoas que se separaram. A história começa exactamente pelo fim deles enquanto entidade própria, com suas memórias em comum, desejos e particularidades. É uma história sobre o fim do amor e o início da perda, do luto e da dor. No entanto, é também uma narrativa daquilo que fica depois da dor, do que permanece em nós do outro.

Este filme começou por uma paixão nossa por contar histórias em animação, mais concretamente pela técnica de stop-motion e pixilação, cujas características melhor se adequam às metáforas de separação e esquecimento.

Depois outras pessoas enamoraram-se pelo filme: “Amélia & Duarte” ganhou o prémio de “Apoio a projecto” no festival de Annecy em França. Este prémio conta com uma residência artística na Folimage, apoio do National Film Board of Canada e Canal Plus. Posteriormente ganhou o concurso do ICA - Instituto do Cinema e do Audiovisual para curtas-metragens de animação com a produtora Ciclope Filmes.

Como em todas as relações a fase difícil começou: o ICA a protelar sucessivamente o pagamento do subsídio como se estivessemos naquelas relações em que os casais não falam dentro da mesma casa. Seguiu-se a espera pela nova lei do cinema com os restantes a levantar o sobreolho estrangeiro, desconfiados, de jovens talentos e de países à beira-mar plantados.

Para além desta história de amor conturbada, quando olhamos ao nosso redor, grande parte das pessoas que conhecemos parecem estar em fase de divórcio. Talentos já consagrados e jovens talentos presos na separação entre público e arte, onde se ouvem palavras de namorados rejeitados como “subsídio-dependentes-que-fazem-filmes-que-ninguém-percebe-e-depois-ainda-se-queixam”!.

Ou pela ruptura entre serviço público e ética com um governo que considerava a cultura como algo secundário e trata os artistas como excedentes da sociedade, fazendo-os navegar na insegurança de um “pé-na-porta” como os verdadeiros jogadores amorosos.

No meio deste doloroso processo de divórcio, emerge uma nova geração que se desagrega por dentro e para fora. Uma geração de pessoas que aprendem a amar para perceber que não são amados de volta. Então tornam-se marinheiros, com um amor em cada porto, a apostar em quem lhes quer bem e a aprender que o amor se faz entre dois e que se um não corresponder, nada há a fazer senão partir.

“Amélia & Duarte” fala de divisão tanto na sua história como no seu processo. O que fica depois de alguém nos pedir um tempo? Fica em nós a esperança, a persistência da visão que nos fotogramas derradeiros apareça “FIM”, mas com laivos de final feliz, focado, à vista de todos.

Mónica Santos



The animation movie "Amélia & Duarte" is about the relationship between two people that ends. The story begins exactly at the end of the both of them as a single entity, with the same memories, wishes and idiosyncrasies. It's a story about the end of love and the start of loss, mourning and grief. Yet, it's also a tale of what remains after the pain, of what we keep with us from the other.

This movie begun with our love for telling stories using animation, especially stop-motion and pixilation techniques, which have characteristics that better convey the metaphors we use for separation and forget.

Then other people fell in love with the movie: "Amélia&Duarte" won the "Canal+, Folimage, ONF Prize" at the Annecy International Animation Festival in France. This award entails an artistic residence at Folimage and support from the National Film Board of Canada and from Canal plus. The movie later went on winning the ICA-



Portuguese Cinema and Audiovisual Institute contest for short animated movies, with Ciclope Filmes productions.

Like in any relationship the hard part began after an ideal beginning: the Support to the Portuguese Cinema constantly stalling giving out the funds, like we were in one of those relationships where couples don't talk to each other at home. The international relationships didn't work, either -- the long-distance love didn't work and the lack of trust born of a new strange relationship ended up in abandonment by some of the suitors.

This convoluted love-story aside, everywhere we look most people we know seem to be nearing a divorce. House-hold names and new-comers stuck in the separation between audience and art, where one hears words from scorned lovers like "state-fundoholics-that-make-movies-no-one-understand-and-then-complain"! Or the rupture between public service and ethics, with a government that believes culture to be secondary and treats artists like society's waste, forcing them to drift in the insecurity of a near sacking, like true players.

Amidst this painful divorce, a new generation arises, that rips itself from the inside and to the outside. A generation of people that have learned to love, only to understand that they aren't loved back. So they become sailors, with a girl in every harbor, betting on who cherishes them and learning that it takes two to tango and if one doesn't love you back, all you can do is leave. "Amélia&Duarte" is about split, not only in its plot, but in its process, too. What lingers after someone has asked us for space? We are left with the hope, the tenacity to see that in the last fotograms there will be the words "The End", but with strokes of a happy ending, focused, for everyone to see.



CAPITAL HUMANO // HUMAN CAPITAL

Una Separación / La Rupture

Amélia & Duarte



La película de animación “Amelia & Duarte” habla de dos personas separadas. La historia comienza justo al final de ellos como entidad propia, con sus recuerdos comunes, deseos y circunstancias. Es una historia sobre el fin del amor y el comienzo de la pérdida, el duelo y el dolor. Sin embargo, es también la historia de lo que queda después de dolor, lo que permanece en nosotros del otro.

La película comenzó como por nuestra pasión por contar historias de animación, por el método de stop-motion y pixelación, cuyas características se adecúan a las metáforas de la separación y el olvido.

Posteriormente, otras personas se enamoraron de la película: “Amelia & Duarte” ganó el premio “Apoyar un proyecto” del festival de Annecy, Francia. Este premio cuenta con su residencia artística en Folimage, además del apoyo de la National Film Board of Canada y Canal Plus. Posteriormente ganó el concurso Instituto de Cine y Audiovisual IP / ICA (Portugal) para cortometrajes de animación, con la productora Ciclope Films.

Como en cualquier relación la parte más difícil empieza después del sueño principio: el apoyo al cine portugués, con un constante estancamiento en el otorgamiento de los fondos, como si estuviéramos en una de esas relaciones de pareja que no se hablan entre sí en casa. Las relaciones internacionales no han funcionado, ya sea – porque el amor a larga distancia no funcionaba, o por la falta de confianza nacida de una relación nueva y extraña, que acabó en abandono por parte de algunos de los pretendientes.

Más allá de esta tempestuosa historia de amor, miramos a nuestro alrededor y la mayoría de las personas que conocemos parecen estar en fase de divorcio. Talentos ya establecidos y jóvenes talentos presos de la separación entre el público y el arte, donde se escuchan palabras de enamorados rechazados como “dependientes-del-subsidio-que hacen-películas-que-nadie-ve-y-luego-se-quejan!”. La grieta entre el servicio público y la ética con un gobierno que consideraba la cultura como algo secundario y trata a los artistas como sociedad excedente, los obliga a navegar por la incertidumbre del “un pie en la puerta”, como en los verdaderos juegos amorosos.

En medio de este doloroso proceso de divorcio, surge una nueva generación que se desintegra por dentro y por fuera. Una generación de personas que quieren aprender y darse cuenta de que son amados de nuevo. En cambio, se convierten en marineros, con un amor en cada puerto, para aprender que el amor es entre dos, y que si uno no corresponde, nada más hay que hacer salvo alejarse.

“Amelia & Duarte” habla de la división tanto en su historia como en su proceso. Qué queda después de preguntar a alguien que queremos darnos un tiempo? Queda en nosotros la esperanza, la persistencia de la visión que enmarca, en la última imagen, “final”, pero con un final feliz, centrado, a la vista de todos.



Le film d’animation “Amélia & Duarte” porte sur la relation entre deux personnes qui se termine. L’histoire commence exactement à la fin de l’histoire pour l’un et l’autre mais comme une entité unique, avec les mêmes souvenirs, les mêmes désirs et particularités. C’est une histoire à propos de la fin d’un amour et du début d’une perte, du deuil et du chagrin. Pourtant, c’est aussi l’histoire de ce qui reste après la douleur, de ce que nous gardons avec nous de l’autre.

Ce film est né de notre amour pour raconter des histoires, du cinéma d’animation, en particulier des techniques de stop-motion et de pixelation, qui présentent des caractéristiques qui véhiculent le mieux les métaphores que nous utilisons pour exprimer la séparation.

Le film: “Amélia & Duarte” a remporté le prix “Canal +, Folimage, ONF» au Festival International d’Animation d’Annecy en France. Ce prix a rendu possible une résidence artistique à Folimage et le soutien de l’Office national du film du Canada et de Canal +. Le film a ensuite gagné le concours de l’Institut du cinéma et de l’audiovisuel (ICA) pour les films courts d’animation, avec les productions Ciclope Films.

Cependant, un peu comme si nous étions dans l’une de ces relations où les couples ne se parlent pas, le plus dur commence avec l’ICA. L’institut, pourtant structure de soutien au cinéma portugais par l’attribution de fonds supprime les financements. Comme l’amour à distance, les relations internationales ne fonctionnent pas et du manque de confiance naît une relation étrange entre les producteurs et l’institut.

Cette histoire d’amour compliquée semble être presque un divorce. Dans la séparation entre le public et l’art, où la rupture entre le service public et l’éthique, nous avons un gouvernement qui croit à une culture secondaire et traite les artistes comme des déchets de la société, les forçant à la dérive.

Au milieu de ce divorce douloureux, une nouvelle génération se pose, déchirée elle-même de l’intérieur et de l’extérieur. Une génération de gens qui ont appris à aimer, comprennent seulement qu’ils ne sont pas aimés en retour.

“Amélia & Duarte” est sur ce point divisé, non seulement dans son intrigue, mais dans son processus, aussi. Que subsiste t’il après que quelqu’un nous a demandé de l’espace ? Il nous reste l’espoir, la ténacité de voir que dans les dernières photos il y aura les mots “The End”, mais avec des traits d’une fin heureuse, pour les yeux de tous.

ESTÁGIOS
ENTRE
JULHO E
SETEMBRO
DE 2013

23
anos

fundação
da juventude

www.fjuventude.pt

21ª Edição

PEJENE

Programa de Estágios de Jovens
do Ensino Superior nas Empresas

Uma iniciativa da



fundação
da juventude

23
anos

Inscrições electrónicas em
www.fjuventude.pt/pejene2013

PRAZOS DE CANDIDATURA

Entidades de acolhimento:
até 30 de Abril de 2013

Estudantes:
a partir de 2 de Maio de 2013



23
anos

fundação
da juventude

Delegações:

LISBOA E VALE DO TEJO
Avenida Júlio Dinis,
n.º23 - 1º Esquerdo,
1050-130 Lisboa
Tlm: 92 414 47 93
lisboa@fjuventude.pt

Sede:

PORTO
Casa da Companhia
Rua das Flores, n.º69,
4050-265 Porto
Tel: 22 339 35 30
Fax: 22 339 35 44
geral@fjuventude.pt

ALGARVE

Rua Maria Aboim, n.º1
8800-405 Tavira
Tel: 281 370 607
Fax: 281 381 502
algarve@fjuventude.pt

Co-promotores



GOVERNO DE
PORTUGAL

MINISTÉRIO DA ECONOMIA
E DO EMPREGO



INSTITUTO DO EMPREGO
E FORMAÇÃO PROFISSIONAL



INSTITUTO PORTUGUÊS DO
DESPORTO E JUVENTUDE, I.P.



TRANQUILIDADE

CAPITAL HUMANO // HUMAN CAPITAL

SHORTCUTZ

curtas-metragens

Luísa Sequeira
Paula Rocha



O SHORTCUTZ é um movimento internacional de curtas metragens, e é parte integrante do LABZ -

Subfilmes Creative Network ,acontece simultaneamente em Lisboa, Porto, Berlim, Londres, Madrid, Dublin e Amsterdão, tendo como objectivo expandir-se cada vez mais.

O SHORTCUTZ Porto aconteceu através do convite do Rui de Brito (mentor do projecto) e da vontade de algo de novo fazer-se na cidade, assim, nós (Luísa Sequeira, mãe, jornalista, divulgadora reconhecida e assídua do cinema de Língua Portuguesa e Paula Rocha, mãe também, designer moda, decoradora e produtora de moda e eventos) abraçamos com energia este projecto estimulador. Criamos uma pequena equipa, alguém na edição e projecção das curtas, quem garantisse a cobertura semanal das sessões, para que seja possível mostrar e documentar o que se passa em cada uma delas e, em permanência, tentamos arranjar parceiros que garantam a vinda dos realizadores externos.

Estávamos em Setembro de 2010 quando tudo arrancou e hoje, 2 anos após, o SHORTCUTZ Porto é mais do que um Festival de cinema mensal, é uma plataforma de encontro entre realizadores, produtores, actores, público, festivais, escolas e todos os interessados na área de cinema e curtas metragens; que tentamos cada vez mais expandir de forma a conseguir-se um circuito real de curtas metragens entre as cidades envolvidas. Curiosamente a expansão para algumas das posteriores cidades, dado que Lisboa, Londres e Porto foram as pioneiras, surgiu da necessidade de pessoas que frequentavam com regularidade as nossas sessões, após o regresso às cidades natal, manterem este hábito.

Porquê criar-se um SHORTCUTZ PORTO?

Pela necessidade de se estimular a criação de curtas metragens e permitir a descentralização e a aproximação de realizadores já com um percurso firmado no mercado de terem contacto directo e passarem as suas experiências para quem está a começar. Permitir o cruzamento de pessoas das diferentes áreas do cinema e acima de tudo criar sinergias de trabalho num espaço de lazer.

É por isso que temos feito o esforço de ter presente nas nossas sessões nomes como Gonçalo Galvão Teles, André Badalo, António Pinhão Botelho, Solveig Norlund/ Richard Zimler, Sérgio Graciano, Julio Alves, João Alves, Nuno Rocha, João Viana, Vasco Mendes, Rodrigo Areias, Claudia Clemente, Jorge Quintela, Manuel Pureza, Paulo Prazeres entre tantos outros, assim como, os melhores festivais de cinema nacionais.

O SHORTCUTZ Porto não seria possível se o Hard Club - Mercado Ferreira Borges não tivesse também abraçado este projecto que se realiza todas as quartas feiras pelas 22h na sala 2. A escolha do local também foi preponderante não só por ser um dos locais mais emblemáticos da cidade e que é também Património Mundial (UNESCO), mas também pelas excelentes condições técnicas. Em cada sessão são exibidas 3 curtas metragens, sempre apresentadas por membros da sua equipa de criação e produção. Uma das curtas é convidada (nacional ou internacional) e as outras duas fazem parte da competição para melhor curta do mês. É sem dúvida um espaço de tertúlias cinematográficas que divulga e incentiva a produção de curtas metragens e que já está a escrever a sua história na cidade do Porto.

“De qualquer forma é bom salientar, que o SHORTCUTZ Porto continua a acontecer porque mantemos essa vontade, dado que na actual conjuntura económica não é de todo fácil manter um festival em Portugal e as parcerias são escassas. É um trabalho basicamente voluntário, mas que tem crescido de dia para dia e mantem todas as quartas a sala 2 do Hard Club cheia. A distribuição dos filmes é feita dentro da rede Shortcutz, e este ano isso será ainda mais evidente, visto que todos os meses teremos curtas internacionais e as curtas portuguesas irão ser exibidas nas restantes cidades. A rede Shortcutz já compreende as seguintes cidades: Lisboa, Porto, Faro, Londres, Madrid, Berlim, Dublin e Amsterdão.”



The SHORTCUTZ is an international movement of short films, and is part of Labz -

SubFilmes Creative Network, held simultaneously in Lisbon, Porto, Berlin, London, Madrid, Barcelona and Faro, aiming to expand in the future.

The Porto SHORTCUTZ happened through an invitation from Rui de Brito (project mentor) and the desire to do something new in the city, so we (Luisa Sequeira, mother, journalist, and expert in Portuguese Language cinema, Paula Rocha, also mother, fashion designer, interior designer and producer of fashion and events) embraced this project with energy and enthusiasm. We created a small team, someone to do editing and projection of short films, who would guarantee coverage of weekly sessions, so you can show and document what goes into each one and, at all times, try to get partners to ensure the attendance of external directors.

It all started in September 2010 and today, two years after the Porto SHORTCUTZ is has become more than a monthly film festival, it is a platform for meetings between directors, producers, actors, public festivals, schools and all stakeholders in area of cinema and short films, which try to increasingly expand so as to achieve a real circuit of short films between the cities involved. Curiously, some of the later expansion to cities such as London, Lisbon and Porto arose from the need of people who regularly attended our sessions, after returning home to the cities to keep this activity going.

Why make yourself a SHORTCUTZ Porto?

The need to stimulate the creation of short films and allow decentralisation of filmmakers coupled with a route to market and a means to have direct contact and pass their experiences to anyone who is starting. Allow the intersection of people from different areas of the film and above all create synergies of working in a leisure space.

That is why we have made the effort to have names such as Gonçalo Galvão Teles, André Badalo, Antonio Botelho Pinion, Solveig Nørlund / Richard Zimler Sergio Graciano, Julio Alves, João Alves, Nuno Rocha, Joao Viana, Vasco Mendes Rodrigo Areias, Claudia Clemente, Jorge Quintela, Manuel Pureza, Paulo Prazeres among many others in our sessions, as well as the best national film festivals.

The Porto SHORTCUTZ would not be possible if the Hard Club - Mercado Ferreira Borges - had not also embraced this project which takes place every Wednesday in room 2 at 10pm. The choice of location was also prevalent not only for being one of the most iconic places of the city and is also a World Heritage Site (UNESCO), but also for the excellent



technical condition. In each session three short films are shown, always presented by members of his creation and production team. One of the short films is invited (national or international) and the other two are part of the competition for the best short film of the month. It is certainly a space for gathering film which promotes and encourages the production of short films and is already writing its history in the city of Porto.

Due to the recently economic problems of Portugal, Short-cutz Porto still exists thanks to our partners and our voluntary work. We still believe in a project that is growing day by day and has

every week Hard Club's room 2 full! The distribution of the films is done with the Shortcutz Network and this year it will be even more evident, since every month we'll be displaying international short films, while Portuguese short films will be displayed in other cities.

The Shortcutz network is implemented in the following cities: Lisbon, Porto, Faro, London, Madrid, Berlin, Amsterdam and Dublin.

CAPITAL HUMANO // HUMAN CAPITAL

SHORTCUTZ

short films

Luísa Sequeira
Paula Rocha

PORTO Short #025 CUTZ

Le SHORTCUTZ est un mouvement international de courts métrages, et fait partie du réseau d'événements créatifs Labz -SubFilmes, qui se déroule simultanément à Lisbonne, Porto, Berlin, Londres, Madrid, Dublin et Amsterdam.

Le SHORTCUTZ organisé à Porto sur l'initiative de Rui de Brito est né du désir de faire quelque chose de nouveau dans la ville. Nous, (Luísa Sequeira, journaliste spécialisée dans le cinéma et la langue portugaise ainsi que Paula Rocha, styliste, designer d'intérieur et productrice de mode et d'événements) avons adhéré immédiatement à ce projet stimulateur d'énergie. Nous avons créé une petite équipe, avec quelqu'un de l'édition et la projection de court métrages garantir la couverture de chacun des

hebdomadaires et essayé de trouver des partenaires pour assurer l'administration externe.

Tout a commencé en septembre 2010 et deux ans plus tard le Shortcutz Porto est plus qu'un festival de cinéma mensuel, c'est une plateforme de rencontres entre réalisateurs, producteurs, acteurs, rassemblant les écoles et tous les intervenants secteur du cinéma de longs et de courts métrages. Ce réseau cherche à s'étendre de façon pour aboutir à un véritable circuit de courts métrages entre les villes concernées.

Pourquoi la SHORTCUTZ de Porto? L'objectif est de stimuler la création de courts métrages et de permettre la décentralisation pour que les

cinéastes transmettent leurs expériences au public à travers un contact direct. De plus, l'idée est de permettre aux différents acteurs du secteur du film de travailler dans un même espace, ce qui crée des synergies.

C'est pourquoi nous avons fait l'effort d'intégrer à nos sessions les professionnels suivants : Gonçalo Teles Galvão, Badalo André, Antonio Botelho Pignon, Solveig Nørlund / Richard Zimler Sergio Graciano, Julio Alves, João Alves, Nuno Rocha, Joao Viana, Vasco Mendes Rodrigo Areias, Claudia Clemente, Jorge Quintela, Manuel Pureza, Prazeres Paulo mais encore beaucoup d'autres, ainsi que les meilleurs représentants de festivals de films nationaux.

Le SHORTCUTZ de Porto n'aurait pas été possible si le noyau dur - Mercado Ferreira Borges n'avait pas non plus adopté ce projet qui a lieu tous les mercredis. Le lieu, l'un des endroits les plus emblématiques de la ville et également un site du patrimoine mondial (UNESCO), a été choisi pour ces raisons mais aussi pour son excellente technicité. Lors de chaque séance sont présentés trois courts métrages, toujours présentées par les membres de l'équipe de création et de production. Cet espace s'inscrit comme un lieu de rassemblements promeut et encourage la production de courts métrages et qui a déjà écrit son histoire dans la ville de Porto. Quoi qu'il en soit, il est bon de noter



El SHORCUTZ es un movimiento internacional de cortometrajes, y es parte del Labz - Subfilme Creative Network, celebrado simultáneamente en Lisboa, Oporto, Berlín, Londres, Madrid, Dublín y Amsterdam, con el objetivo de expandirse cada vez más. El SHORCUTZ de Oporto fue una invitación de Rui de Brito (mentor del proyecto) y el deseo de hacer algo nuevo en la ciudad, por lo que nosotras (Luisa Sequeira, madre, periodista, divulgadora reconocida y asidua al cine en lengua portuguesa, y Paula Rocha, también madre, diseñadora de moda, diseñadora de interiores y productora de moda y eventos) abrazamos este proyecto con energía. Hemos creado un equipo pequeño, con alguien para la edición y proyección de cortos, alguien que garantice la cobertura de las sesiones semanales, y alguien para que sea posible mostrar y documentar lo que sucede en cada una de ellas.

Además, permanentemente, tratamos de conseguir socios para asegurar la llegada de los directores de fuera.

Estuvimos en septiembre de 2010, cuando comenzó todo, y hoy, dos años después de la Shortcutz de Oporto, es más que un festival de cine mensual; es una plataforma de encuentro entre directores, productores, actores, festivales, escuelas públicas y todos los interesados en el cine y los cortometrajes, que trata de ampliarse cada vez más a fin de lograr un verdadero circuito de cortos entre las ciudades involucradas. Curiosamente, la posterior expansión a ciudades como Londres, Lisboa y Oporto surge de la necesidad de las personas que asisten regularmente a las sesiones, que después al volver a sus ciudades mantienen el hábito.

¿Por qué hacer un SHORCUTZ Oporto?

Por la necesidad de estimular la creación de cortometrajes, permitir la

descentralización y la aproximación entre cineastas que, tengan un contacto directo y transmitan sus experiencias a cualquier persona que esté comenzando. Permitir la interrelación entre personas de diferentes áreas de producción de una película, y sobre todo crear sinergias de trabajo en un ambiente de ocio.

Por eso hemos hecho el esfuerzo para que estén en nuestras sesiones nombres como el Gonçalo Galvão Teles, Badalo André, Antonio Botelho piñón, Nørlund Solveig / Richard Zimler Sergio Graciano, Julio Alves, Alves João Nuno Rocha, Joao Viana, Vasco Mendes Rodrigo Areias, Clemente Claudia, Jorge Quintela, Manuel Pureza o Prazeres Paulo, entre muchos otros, así como los mejores festivales nacionales de cine.

El SHORCUTZ puerto no sería posible si el Hard Club - Mercado Ferreira Borges, no hubiese abrazado este proyecto, que tiene lugar todos los

miércoles en la habitación 2 durante 22 h. La elección de la ubicación también fue importante no sólo por ser uno de los lugares más emblemáticos de la ciudad, sino porque es también Patrimonio de la Humanidad (UNESCO), sino también por el estado técnico excelente. En cada sesión se muestran tres cortometrajes, siempre presentados por miembros del equipo de creación y producción. Uno de los cortos es invitado (nacional o internacional) y los otros dos son parte de la competencia por el mejor corto del mes. Sin duda, es un espacio que estimula la tertulia y la producción de cortometrajes, y ya está escribiendo su historia en la ciudad de Porto.

De todos modos, es bueno tener en cuenta que el SHORCUTZ Oporto sigue existiendo gracias a nuestra voluntad, porque en el clima económico actual no es nada fácil mantener un festival en Portugal, y las asociaciones son escasas. Es, básicamente, trabajo voluntario pero ha crecido día a día y mantiene todos los miércoles la sala 2 del Hard Club llena. La distribución de películas se realiza dentro de la red Shortcutz, que este año será aún más visible, ya que cada mes vamos a tener más y más cortos internacionales y portugueses que se mostrarán en otras ciudades. La red Shortcutz está formada por las siguientes ciudades: Lisboa, Oporto, Faro, Londres, Madrid, Berlín, Dublín y Amsterdam.



que le Shortcutz de Porto maintient son activité alors que dans le climat économique actuel il n'est pas du tout facile de conserver un festival au Portugal et les partenariats sont rares. Il s'agit essentiellement d'activités bénévoles, mais nous croyons qu'il se consolide de plus en plus et maintienne la salle 2 du Hard Club tous les mercredis complète.

La diffusion des films se fait dans le réseau des Shortcutz, et cette année, il sera encore facilité, puisque chaque mois, les courts métrages internationaux portugais s'afficheront dans d'autres villes. Le réseau des Shortcutz est aujourd'hui développé dans les villes suivantes: Lisbonne, Porto, Faro, Londres, Madrid, Berlín, Dublín et Amsterdam.

CAPITAL HUMANO // HUMAN CAPITAL

Infografia - uma nova narrativa para novos hábitos de consumo

Infographics - A new account for new consumer habits



A forma como consumimos informação evoluiu consoante as necessidades e expectativas dos consumidores que dependem diretamente dos enquadramentos tecnológicos, políticos, económicos e socioculturais em que se inserem.

Com a popularização da Internet na década de 90 e todas as transformações que sofreu até hoje, o conceito de consumidor digital evoluiu para uma combinação de produtor e consumidor, cuja necessidade em participar ativamente fazendo as suas próprias escolhas, foi dificultando a promoção e comunicação unilateral de massas à qual estávamos habituados.

Impulsionados pelas novas ferramentas e tecnologias capazes de promover de uma forma mais rápida e eficaz o acesso à informação, participação e personalização de forma contínua e ilimitável, hoje, assistimos por toda a parte, à explosão deste tipo de consumidores interventivos e dinâmicos que compartilham opiniões, estimulando novas necessidades nos mercados e novas formas de produção e apresentação de informação.

É neste panorama que surge a infografia enquanto veículo apropriado a este novo paradigma. Tratando-se de uma apresentação visual de informação, factos ou conhecimento, a infografia pode ser utilizada para representar grandes volumes de informação acerca de qualquer tipo de assunto. Esta apresenta informação que seria bastante difícil de cruzar e interpretar através de texto, vídeo ou som, convertendo grandes volumes de dados em narrativas de interpretação e análise, apoiadas em elementos visuais que podem ser conjugados com qualquer meio.

Seja nos órgãos de comunicação social como veículo de informação, em vídeos e conteúdos empresariais, para promover bens ou serviços, ou mesmo em currículos e portefólios, para facilitar a leitura de um percurso e demarcar os anos de experiência e tendências de trabalho, a infografia tem crescido em popularidade por todo o mundo por ser fácil de entender, por permitir uma leitura rápida e combinada entre diversos dados ou meios e, mais importante, por ser de fácil partilha.

A popularização destes tipos de narrativa ganha relevo por vários motivos. O primeiro é que o meio digital é inevitavelmente visual, à semelhança do cérebro humano que recebe 90 por cento da informação visualmente. Desta forma, qualquer tipo de informação, tratada ou reforçada com elementos visuais foca a atenção do

utilizador sobre um tema. Em segundo lugar, a infografia impõe-se como um meio de organização do arquivo digital, que permite uma leitura personalizada aos utilizadores, de uma imensidão de dados perdidos na infinidade do espaço online. Além disso, esta assume-se como um elemento de interpretação livre e imparcial, permitindo explorar a necessidade do novo consumidor em assumir-se também ele como produtor e veículo de informação.

A infografia ganha assim maior importância como forma de gerar interpretações de dados em bruto, facilitando a contextualização e análise de elementos associados a um tema. As características e possibilidades multimédia e interativas proporcionadas pelo ambiente digital, abrem novos horizontes para se comunicar informação complexa de uma forma mais apelativa e imediata.

Apesar de no caso português o recurso à infografia ser escasso, esta tem vindo a tornar-se cada vez mais visível, principalmente nos órgãos de comunicação social, que sentiram mais rapidamente a alteração nos hábitos de consumo de notícias. Ainda assim, acreditamos que a infografia acabará por se generalizar a todos os setores de mercado bem como a todas as plataformas de divulgação devido à necessidade de maior produção e partilha de informação complexa, específica e personalizável, apoiada na facilidade de acesso a ferramentas gratuitas que possibilitam e estimulam a construção de novas formas de narrativas.

A empresa//
The company
(www.eneye.com)
de/by
Sara Freitas & Renato Silva

Consideramos que o crescimento do volume de negócios de uma entidade passa atualmente pela elaboração de um plano de estratégias comunicacionais que aproxime o cidadão às tecnologias digitais, fomentando uma comunicação global mas adequada às necessidades de cada indivíduo em particular.

A n•eye intervém assim quer no domínio da criação de projetos específicos, quer de consultoria, levando em conta as características e necessidades do utilizador, do mercado, da produção, entre outras. Desta forma, dedicamo-nos não só ao desenvolvimento de produto mas também ao processo de planeamento e gestão de informação.



The way we consume information has evolved with the necessities and expectations of the consumers that depend directly of the technological, political, economical and socio-cultural milieu they're in.

With the Internet starting to be used en masse in the 90s and with all the ways the Internet changed until nowadays, the concept of digital consumer evolve to a mix of producer and consumer, whose necessity of taking part by actively making their own choices, made the unilateral promotion and communication that we were used to difficult.

Propelled by the new tools and technologies able to promote in a quicker and more efficient way the access to information, participation and personalization continuously and without limits, we witness everywhere today to the boom of this assertive consumers, who share opinions, stimulating new needs in the markets and new means of producing and presenting information.

It's in this scenario that Infographics appear as a means suited for this new paradigm. Being a visual presentation of information, facts or knowledge, Infographics can be used to represent a great bulk of information about any type of subject. They present information that would be quite hard to cross and interpret through text, film or sound, turning huge data volumes in accounts of interpretation and analysis, helped by visual means that can be used everywhere.

Be it in the social media as a information vehicle, in corporate films and contents, to promote goods and services, or even in CVs and portfolios to make reading a path easy and point out years of experience and work tendencies, Infographics have gained popularity all over the world for being easy to understand, for allowing a quick read and combined with several data or means and, more importantly, for being easy to share.

The popularization of these types of accounts became relevant for several reasons. The first being that the digital medium is inevitably visual, like the human brain that gets 90% of the information visually. This way any type of information, given or reinforced with visual elements trains the eye of the user on a theme. Second, Infographics present themselves as a way of

organizing digital archives, which allows the users a personalized approach to the immense lost data in the infinite online space. Plus, they make themselves a free and impartial element of interpretation, making it possible to explore the new consumer's need to make themselves the producer and vehicle of information, too.

Infographics gain this way a greater importance as a way of creating raw data interpretation, making the contextualization and analysis of elements associated to a theme easy. The characteristics and multimedia and interactive possibilities made possible by the digital world open new horizons for us to communicate complex information in a more appealing and immediate way.

Despite the fact that in the Portuguese case the use of Infographics is rare, these are becoming increasingly more visible, especially in the social communication organs, that felt the need to change their news consumer habits sooner. Still, we believe that Infographics will end up becoming generalized throughout all the market corners as well as all the means of divulgation due to the need of greater production and sharing of complex, specific and customizable information, helped by the easy way to access to free tools that allow and stimulate the building of new types of accounts.

We believe that the increase in the volume of businesses in a firm lies today in the making of plan of communicating strategies that brings the citizen closer to digital technologies, creating a global communication, but that also pertains to the specifics of each individual.

So, n•eye intervenes both in the field of creating specific projects and in consulting, taking in consideration the characteristics and necessities of the user, the market and the production, among other things. This way we work not only with the product's development, but also with the process of information planning and management.

CAPITAL HUMANO // HUMAN CAPITAL

Infografía - Una descripción de nuevos hábitos de consumo

Creemos que el crecimiento del volumen de negocios de la entidad en la actualidad pasa por la elaboración de un plan de estrategias de comunicación que lleven al ciudadano a las tecnologías digitales y el fomento de la comunicación global, adecuándose a las necesidades de cada individuo.

N•eye interviene también en la creación de proyectos específicos o de consultoría, teniendo en cuenta las características y necesidades de los usuarios, el mercado o la producción, entre otros. Por lo tanto, nos dedicamos no sólo al desarrollo de productos, sino también al proceso de planificación y gestión de la información.



La forma en que consumimos información evoluciona de acuerdo a las necesidades y expectativas de los consumidores, dependiendo directamente de los marcos tecnológicos, políticos, económicos y socio-cultural en que se desenvuelven.

Con la popularización de Internet en los años 90, y todas las transformaciones sufridas hasta la actualidad, el concepto de consumo digital se ha convertido en una combinación de productor y consumidor, cuya necesidad de participar activamente en la toma de sus propias decisiones fue dificultando la promoción y comunicación con las masas a la que estábamos acostumbrados.

Impulsados por las nuevas herramientas y tecnologías que promueven un acceso más rápido y eficaz a la información, la participación y la personalización de forma continua sin límites en todas partes, y en esta época asistimos a la explosión de este tipo de consumidores dinámicos y opiniones intervencionistas que estimulan las nuevas necesidades del mercado y las nuevas formas de producción y presentación de información.

Es en este escenario cuando surge la infografía como vehículo adecuado a este nuevo paradigma. Se trata de una presentación visual de la información, hechos o conocimiento; la infografía puede ser usada para representar grandes volúmenes de información sobre cualquier tema. La infografía presenta información que sería muy difícil de interpretar a través de texto, video o sonido, convirtiendo grandes volúmenes de datos en las descripciones de interpretación y análisis, con el apoyo de elementos visuales que se pueden combinar con cualquier medio.

Estar en los medios de comunicación como vehículo de información, videos y contenidos empresariales para promover bienes o servicios, o incluso currículum y portfolios para facilitar la lectura y destacar los años de experiencia y tendencias en el trabajo. La infografía ha crecido en popularidad en todo el mundo, pues es fácil de entender y permite una lectura rápida y combinada de los diversos datos, además de, y más importante, permitir su fácil intercambio.

La popularidad de este tipo de narrativa se vuelve importante por varias razones. La primera es que el medio digital es inevitablemente visual, y el cerebro humano recibe el 90 por ciento de la información visualmente. Por lo tanto, cualquier tipo de información a través de gráficos impacta mejor en la atención del sujeto. En segundo lugar, la infografía de ha impuesto como un medio para organizar archivos digitales, lo que permite a los usuarios personalizar la lectura de gran cantidad de información, que evita la pérdida de información entre los espacios de las frases. Por otra parte, se asume como un elemento de inter-

pretación libre y justa, que permite explorar la necesidad de los nuevos consumidores de ser también productores y vehículos de información.

La infografía gana así una mayor importancia como forma de generar interpretaciones de los datos en bruto, facilitando el análisis y la contextualización de elementos asociados con un tema. Las características y posibilidades ofrecidas por el entorno digital abren nuevos horizontes para comunicar información compleja de una manera más atractiva e inmediata.

Aunque en el caso portugués el uso de la infografía es escaso, es cada vez más visible, sobre todo en los medios de comunicación, que sienten más rápidamente los cambiantes patrones de consumo. Sin embargo, creemos que la infografía se generalizará con el tiempo en todos los sectores del mercado, así como en todas las plataformas de comunicación, debido a la mayor necesidad de intercambio de información compleja, específica y personalizada, apoyada en la facilidad de acceso a herramientas gratuitas que permiten fomentar la construcción de nuevas formas de narración.

Presentación de la empresa (www.eneye.org)

N•eye es una compañía de producción que se dedica al contenido multimedia, especialmente la producción de gráficos por ordenador interactivos y la construcción de narrativas visuales.

La empresa//
L'entreprise
(www.eneye.com)
de Sara Freitas & Renato Silva

Nous croyons que l'augmentation du volume d'affaires dans une entreprise réside aujourd'hui dans la fabrication de plans de communication de stratégies qui apportent les technologies numériques aux citoyens, la création d'une communication globale, mais répond aussi aux spécificités de chaque individu.

La société intervient donc à la fois dans le domaine de la création de projets spécifiques et dans le conseil, en prenant en considération les caractéristiques et les besoins de l'utilisateur, le marché et la production, entre autres. De cette façon, nous travaillons non seulement pour le développement du produit, mais aussi pour le processus de planification et de gestion des informations.

présentation des informations.



La façon dont nous consommons l'information a évolué avec les besoins et les attentes des consommateurs, dépendants eux même directement de la technologie, du milieu politique, économique ou socio-culturel dont ils sont issus.

Avec l'utilisation en masse d'Internet depuis les années 90 et les nombreuses évolutions d'usage jusqu'à aujourd'hui, la notion de consommateur numérique a évolué vers une mixité producteur / consommateur avec pour caractéristiques une participation active à travers ses propres choix, la promotion unilatérale et la communication.

Propulsés par de nouveaux outils et technologies capables de promouvoir de façon toujours plus rapide et plus efficace l'accès à l'information, la participation et la personnalisation de manière continue et sans limites, nous assistons aujourd'hui partout à un essor de l'affirmer des consommateurs. Ces consommateurs partagent leurs opinions, stimulent de nouveaux besoins sur les marchés comme de nouveaux moyens de production et de

C'est dans ce contexte que les Infographies apparaissent comme un moyen adapté à la connaissance de ce nouveau paradigme : être une présentation visuelle de l'information, des faits ou des connaissances. L'infographie peut être utilisée pour représenter une grande masse d'informations à propos de n'importe quel type d'objet.

L'infographie peut s'appliquer dans les médias sociaux comme les outils d'information, des films d'entreprise et des contenus, pour promouvoir les biens et services, ou même dans les CV. Les Infographies ont gagné en popularité dans le monde entier pour être facile à comprendre, pour permettre une lecture rapide et combinées de données et, surtout, d'être facile à partager.

La vulgarisation de ces types de traitements d'informations est pertinente pour plusieurs raisons. Premièrement le support numérique est forcément visuel, comme le cerveau humain qui obtient 90% de l'information visuelle. De cette façon, tout type d'information, donnée ou renforcée par des éléments visuels forme l'oeil de l'utilisateur sur un thème. Deuxièmement, l'Infographie se présente comme une façon d'organiser les archives numériques, permettant aux utilisateurs une approche personnalisée des données. De plus, elle se structure comme un élément libre et impartial

de l'interprétation.

L'Infographie offre aussi un moyen de créer l'interprétation de données brutes. Ceci rend la contextualisation et l'analyse des éléments associés à un thème facile. Les caractéristiques et les possibilités multimédia et interactives rendues possibles par le monde numérique ouvrent de nouveaux horizons pour nous de communiquer des informations complexes d'une manière plus attrayante et plus immédiate.

Dans le cas portugais, l'utilisation des Infographies est rare. Malgré tout, celles-ci sont de plus en plus visibles, en particulier dans les organes de communication sociale, qui ont senti le besoin de changer leurs habitudes de consommation nouvelles plus tôt. Cependant, nous croyons que l'Infographie finira par se généraliser pour tous les marchés ainsi que pour tous les moyens de divulgation en raison de la nécessité d'une plus grande production et le partage des informations complexes spécifiques et personnalisables.

Nous croyons que l'augmentation du volume d'affaires dans une entreprise réside aujourd'hui dans la fabrication de plans de communication de stratégies qui apportent les technologies numériques aux citoyens, la création d'une communication globale, mais répond aussi aux spécificités de chaque individu.

La société intervient donc à la fois dans le domaine de la création de projets spécifiques et dans le conseil, en prenant en considération les caractéristiques et les besoins de l'utilisateur, le marché et la production, entre autres. De cette façon, nous travaillons non seulement pour le développement du produit, mais aussi pour le processus de planification et de gestion des informations.

Infographies - un nouveau budget pour nouvelles habitudes de consommation

CAPITAL HUMANO // HUMAN CAPITAL

O altar esquecido



Os adultos sentam-se no altar e as crianças balançam-se dos braços da cruz. Nenhum deles se lembra de um Cristo.

Em tempos o cinema foi uma igreja moderna. Um local onde as mais variadas pessoas iam com uma atitude de (quase) reverência para se afastarem do seu mundo e se ligarem a uma outra realidade. Se na igreja se ligam a assuntos da alma, no cinema é a imaginação que se sobrepõe. E tal como numa igreja, a solenidade do ritual é mantida pelo templo em que este se realiza. Se hoje associar a palavra templo com a palavra cinema parece estranho, é porque as coisas mudaram muito. Se antes não se podia comer dentro do cinema, hoje cadeias de cinemas chegam a obter quase 90% dos lucros com a venda de pipocas e refrigerantes. Se antes os filmes passavam em teatros onde um filme ficava durante algum tempo, como que se de uma peça de teatro se tratasse, agora a vasta maioria dos cinemas não passam de um agregado de salas pretas genéricas onde passam os mais variados filmes, como se ir ao cinema fosse como escolher um canal numa televisão.

Não é novidade que a chegada da televisão afectou significativamente o cinema, tanto em termos de vendas, como dos filmes a serem feitos (o cinema blockbuster/espectáculo que temos hoje foi a solução encontrada pelos estúdios para atrair as pessoas para o cinema, em vez de ficarem em casa a ver televisão), mas esta (juntamente com a internet, VHS, DVD, etc...) levou também a uma perda de valor do filme. Um filme já não é sagrado, é só mais um bem de consumo para distrair as pessoas do seu dia-dia. Um bem que pode ser comprado em lojas, visto na televisão ou descarregado da internet. Os filmes em si,

feitos pelos estúdios, contribuem para esta perda de valor do filme. Dificilmente se pode esperar que uma pessoa que vá ver, hoje em dia, o milésimo episódio de uma qualquer saga de blockbusters tenha a mesma experiência marcante que a geração que assistiu nos cinemas a filmes como "E Tudo o Vento Levou". E isto deve-se principalmente à mudança dos conteúdos nos filmes. Quem poderia esperar que a audiência tenha a mesma reacção e a mesma experiência marcante ao ver uma sequência dos Piratas das Caraíbas (que mais não é que o mesmo produto inconsequente posto numa embalagem nova) do que teria ao ver todas as inúmeras histórias postas antes em filme, que despertavam a imaginação do espectador e que enquanto o entretenham o faziam sonhar (como oposto ao digerir passivo do filme e consequente esquecimento que hoje se nota). O templo não foi destruído nem profanado, apenas viu o seu significado esquecido e não passa hoje de mais um edifício.

Vivemos assim, numa altura em que a pergunta "Qual é o filme da sua vida?" já perdeu quase toda a importância para as gerações mais novas, para as quais um filme não é mais que algo para fazer passar o tempo e para as quais ir ao cinema é mais relevante como uma saída com os amigos do que pelo filme em si.

Mas, apesar de à minha geração não ser oferecida a magia do cinema tal como foi à do meu avô, não quer dizer que não a possamos alcançar. A sacralidade do filme está em nós, não no cinema ou no filme si, tal como a sacralidade da religião vem da fé interior de cada crente, não do local onde o culto é praticado ou do culto em si. Assim, eu (porque dou importância ao cinema) faço da minha missão quando vejo um filme dar-lhe de volta o valor que ele merece. Assim quando vejo um filme no meu quarto, desligo as luzes, ponho o telemóvel em silêncio, fecho a porta para não haver interrupções e apesar de o filme estar no ecrã pequeno do computador do meu quarto e não numa grande tela, enquanto o filme roda, eu estou na minha igreja.

Afonso Gonçalves



The adults sit on the altar and the children swing from the cross's arms. None remember any Christ.

There was a time when cinema was a modern church. A place where every kind of people went to with an attitude of (almost) reverence to get away from their world and to connect with another reality. If in the church they connect to matters of the soul, in the cinema it's the imagination that's worthy of attention. And as in a church, the solemnity of the ritual is kept by the temple in which it's practiced. If nowadays the temple-cinema association sounds

weird, it's because things have changed a lot. If before you couldn't even eat inside the cinema, today movie theater chains obtain up to 90% of their profits from sodas and popcorn alone. If before movies ran in theatres where a film would show for some time, as if it were a play, now the vast majority of cinemas aren't more than an aggregation of black generic rooms where the most varied films are shown, as if going to the cinema was like picking a channel on the TV. It's nothing new that the arrival of TV greatly affected cinema, both in sales and in the movies being made (the blockbuster/spectacle cinema that we now have was the solution encountered by studios to attract people to the cinema, instead of staying at home watching TV), but this (together with the internet, VHS, DVD, etc...) lead also to a loss of the value of the movie. A film is no longer sacred, it's just another consumable product to distract people from their daily lives. A product that can be bought in stores, watched on TV or downloaded from the internet. The movies themselves, made by the studios, contribute to this loss of value of the movie. You can hardly expect a person to go watch, now a day, the new

Afonso Gonçalves, 19 anos, estuda actualmente na Universidade Católica Portuguesa no curso de Som e Imagem.

Já realizou curtas-metragens como "Erros" e "Estudo sobre as obras "Capelas Mortuárias Santa Eulália" e "Capela de Quebrantões" do arquitecto José Fernando Gonçalves"

Afonso Gonçalves, 19 years old, is currently studying Sound and Image in the Universidade Católica Portuguesa.

He has already directed short feature films like "Erros", "Estudo sobre as obras "Capelas Mortuárias Santa Eulália" and "Capela de Quebrantões" about the architect José Fernando Gonçalves.

episode of any blockbuster saga and have the same striking experience that the generation that watched in the theaters "Gone With The Wind" had. And this is mainly due to the change of contents in movies. Who can expect the audience to have the same reaction and the same striking experience by watching a sequel to "The Pirates of The Caribbean" (that isn't more than an inconsequent product in a new package) that they would have by watching the countless stories put before to film, that awakened the audience's imagination and that made them dream as they were entertained (as opposed to the passive digestion of a movie and consequent oblivion that nowadays is seen).

As such, we live in an era where the question "what is the movie of your life?" has lost almost all of its importance for the younger generations, for whom a movie isn't anything more than something to do to spend the time and to whom going to the movies is more relevant as a night out with friends than it is for the movie itself. The temple hasn't been destroyed or desecrated, it's just seen its meaning forgotten and is now no more than a building.

But, despite the fact that to my generation the magic of cinema isn't given as it was to that of my grandfather, it doesn't mean we can't reach it. The holiness of the movie is in us, not in the theater or in the movie itself, just as the holiness of religion comes from the inner faith of each believer, not from the place where the cult is practiced or from the cult itself. So, I (because I value cinema) make my mission, when I watch a film, to give it back the value it deserves. So when I see a film in my room, I turn off my lights, put my cellphone in silence, close the door so that there can be no interruptions and despite the fact that the movie is shown on the small screen of my room's computer and not in the big screen, while the movie runs, I'm in my church.

Afonso Gonçalves



Los adultos se sientan en el altar y los niños se balancean en los brazos de la cruz. Ninguno se acuerda de Cristo. Antiguamente la iglesia era una iglesia moderna. Un lugar donde las personas más variadas iban con una actitud de (casi) la reverencia por apartarse del mundo y unirse a otra realidad. Si en la iglesia se tratan los asuntos del alma, en la película es la imaginación la que se sobrepone. Y como en una iglesia, la solemnidad del ritual se celebra en el templo en el que tiene lugar. Si hoy asociar la palabra templo con la palabra película se ve raro, es porque las cosas han cambiado mucho. Si antes no se podía comer en el interior del cine, las cadenas de salass llegan hoy a conseguir casi el 90% de las ganancias de la venta de palomitas de maíz y refrescos. Si antes en el cine se veían películas que permanecían durante algún tiempo, ahora las salas no son más que un conjunto de habitaciones negras apretadas donde pasan las películas más variadas, como si ir al cine no fuese más que elegir un canal en la televisión.

Como era de esperar la llegada de la televisión afectó significativamente a la película, tanto en términos de ventas, ya a la hora de hacer las películas (los blockbusters fueron la respuesta encontrada por los estudios para atraer a la gente al cine en lugar permanecer en casa viendo la televisión), pero esto (junto con el internet, VHS, DVD, etc ...) también dio lugar a una



pérdida de calidad de la película. Una película ya no es sagrada, es una mercancía más para distraer a la gente de su día a día. Una mercancía que se puede comprar en las tiendas, ver en la televisión o descargar desde Internet. Las películas en sí hechas por estudios contribuyen a esta pérdida de valor de la película. Dificilmente se puede esperar que una persona que va al cine hoy en día a ver el enésimo episodio de cualquier saga tenga la misma experiencia de aquellos que en su día fueron al cine a ver "Lo que el viento se llevó". Y esto es debido principalmente al cambio de contenido en las películas. ¿Quién podría esperar que la audiencia tenga la misma reacción y la experiencia extraordinaria al ver una secuela de Piratas del Caribe (que no es nada más que el mismo producto intrascendente embalado de nuevo) que lo que fue las innumerables historias que despertaron la imaginación del espectador y que hizo soñar a la vez que entretener (en lugar de pasivamente digerir una película, como en la actualidad).

La pregunta "¿Cuál es la película de tu vida?" ha perdido el valor para las generaciones más jóvenes, para los que una película no es más que algo para pasar el tiempo y para la cual ir al cine es más relevante como forma de salir con amigos que la película en sí. El templo no fue destruido o profanado, sólo se ha olvidado su significado hoy ya no es más que un edificio.

Pero a pesar de que a mi generación no se nos ofrecerá la magia del cine como lo fue para mi abuelo, no significa que no lo podamos lograr. El carácter sagrado de la película está en nosotros, no en la película, como el carácter sagrado de la fe religiosa viene de dentro de cada creyente, no del lugar donde se reza. Por lo tanto (porque doy importancia al cine) es mi visión la que devuelve el valor que se merece el cine. Así que cuando veo una película en mi habitación, apago las luces, pongo el teléfono en silencio y cierro la puerta para evitar interrupciones, y a pesar de que la película sea en la pequeña pantalla de la computadora, en mi habitación, y no en una pantalla grande, en ese momento estoy en mi iglesia.

Afonso Gonçalves

The forgotten altar

CAPITAL HUMANO // HUMAN CAPITAL

l'autel oublié

Il fut un temps où le cinéma était une église moderne. Un endroit où toutes sortes de gens sortaient, avec une attitude de (presque) révérence, de leur monde pour se connecter à une autre réalité. Dans le cinéma, c'est l'imagination qui est digne d'attention. Si aujourd'hui l'association temple-cinéma semble bizarre, c'est que les choses ont beaucoup changé.

L'arrivée de la télévision a grandement affecté le cinéma, à la fois dans les ventes et dans les films étant réalisés (le cinéma blockbuster est la solution élaborée par les studios pour attirer les gens au cinéma, au lieu de rester à la maison à regarder la télévision), mais Internet, VHS, DVD et autres conduisent également à une perte de la valeur des films. Un film n'est plus sacré, c'est juste devenu un autre produit consommable pour distraire les gens de leur vie quotidienne. Un produit qui peut être acheté dans les magasins, regardé à la télévision ou téléchargé à partir d'Internet. Les films eux-mêmes contribuent à cette perte de valeur du film. On peut difficilement s'attendre aujourd'hui en allant voir le nouvel épisode d'une saga à succès à avoir la même expérience frappante

que la génération qui a vu dans les théâtres "Autant en emporte le vent". Cela est principalement dû au changement de contenu des films. Qui peut s'attendre à ce que le public ait la même réaction et la même surprise en regardant une suite de " Pirates des caraïbes" (qui n'est pas plus qu'un produit inconséquent dans un nouvel emballage) qu'ils auraient en regardant les innombrables histoires tirées du film.

En tant que tel, nous vivons à une époque où la question «quel est le film de votre vie?» a perdu presque toute son importance pour les jeunes générations, pour qui un film n'est pas autre chose que passer le temps et pour qui aller au cinéma est plus pertinent comme une soirée entre amis que pour le film lui-même. Le temple n'a pas été détruit ou profané, il vient de voir sa signification oubliée et n'est désormais plus qu'un bâtiment.

Mais, en dépit du fait que, pour ma génération, la magie du cinéma n'est pas donnée comme c'était la cas pour celle de mon grand-père, cela ne signifie pas que nous pouvons ne pas l'atteindre. La sainteté du film est en nous, et non pas dans le théâtre ou dans le film lui-même, tout comme la sainteté de la religion vient de la foi intérieure de chaque croyant, et non pas de l'endroit où le culte est pratiqué ou de la secte elle-même. Ma mission, parce que j'apprécie le cinéma, quand je regarde un film, est donc de lui redonner la valeur qu'il mérite.

Afonso Gonçalves



LINHA DE MONTAGEM // ASSEMBLY LINE

Videogang / um desafio de criatividade na Capital Europeia da Cultura 2012

A área de Cinema e Audiovisual da Guimarães 2012 definiu desde o início várias apostas estruturais da sua intervenção. Além de uma vertente programática de exibição, existe também uma forte vertente de produção, onde cabe um estímulo à produção regional jovem e independente.

Devido às recentes mudanças nos custos de produção, mas mais importante, às recentes mudanças no paradigma de distribuição e do contexto de recepção, os vídeos musicais são hoje o género audiovisual mais popular no panorama dos media digitais, atingindo quer nichos, quer audiências

globais. Ao mesmo tempo, este meio, o digital online, tem vindo a gerar novos géneros, novos conceitos, mas acima de tudo, apresenta-se com vastas possibilidades a todos quantos pretendam desenvolver atividade criativa na área do audiovisual, sendo esta indústria, a dos conteúdos digitais, frequentemente considerada uma das mais importantes no futuro.

O VideoGang é um programa da Guimarães 2012-C.E.C. e tem como objectivo a valorização do videoclipe como um género audiovisual cheio de criatividade e de possibilidades, destacando-lhe a sua forma acessível de iniciação e de experimentação para o cinema digital em Portugal.

Para a concretização deste objetivo definiram-se quatro ações: uma iniciativa de formação e produção para estimular a constituição de jovens coletivos vimeirense; a criação de uma plataforma online para os videoclipes portugueses; uma conferência sobre a crescente importância do vídeo na atualidade e no futuro da música, e também, as sessões VideoGang.

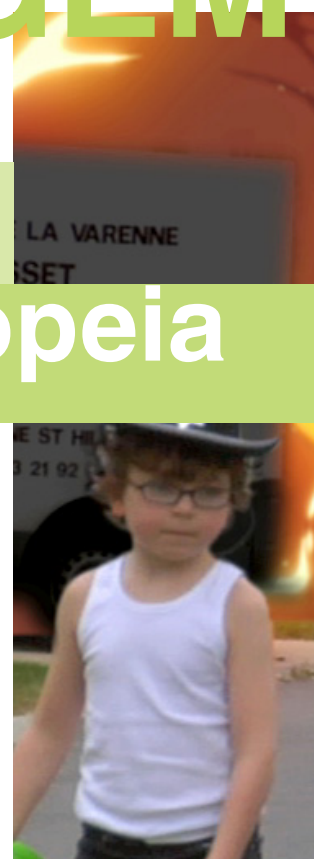
No entanto, este programa consiste, mais do que numa mostra de obras de coletivos nacionais e internacionais, que utilizaram este género artístico como experimentação e afirmação autoral, sobretudo, num programa de injeção de ideias e de estímulo à produção audiovisual para jovens criativos da cidade de Guimarães. Por isso, em cada sessão estiveram sempre presentes os seus realizadores para falarem sobre os seus modos singulares de produção, com o propósito de se desfazer o mito sobre as dificuldades de produzir cinema digital de qualidade e com poucos recursos.

Nesse sentido, a essência deste programa, daí o nome, reside numa atividade que pretende promover a criação de coletivos locais de modo a desafiar-los na realização de vários videoclipes, e também, experimentar esse género promissor, o fashion film. No fundo, trata-se de espicaçar a união, porque o audiovisual é essencialmente um trabalho de equipa, mas

também, espicaçar a irreverência, para incutir um espírito de pró-atividade de forma desafiadora, derrubando os medos que geram passividade, e contornando a dificuldade de obtenção de apoios para a produção de trabalhos criativos em início de carreira.

Paralelamente, o programa pretende também desenvolver algo de relevante para a realidade produtiva portuguesa do videoclipe, que possa ficar como legado futuro desta iniciativa. Para isso, está a ser construída uma plataforma online de tipo participativa, de modo a constituir-se como um repositório de dados, passado e presente, mas sobretudo, um referencial informativo das autorias visuais e da contínua novidade do videoclipe produzido em Portugal.

No dia 6 de outubro teve lugar uma conferência pública para debater as mudanças de paradigma que a indústria musical tem sofrido recentemente e na qual uma das referências para o sector passa já pela importância dada às visualizações dos videoclipes de cada artista musical. Ou seja, permitir-se uma reflexão pública para consciencialização do futuro e dos modos de atuação no desenvolvimento da produção deste formato em Portugal.



PARA OS ASSUNTOS DA ARTE E ARQUITECTURA **VIDEOGANG: NEW LIGHT PICTURES**

./PATRÍCIA FAISCA

Mostra de vídeos e curtas da mais deslocada estrutura de produção portuguesa, sediada em Almancil, no Algarve, e criadora de um dos fenómenos recentes das redes sociais: a curta "O Comando".

Showcase of videos and short films from a remote Portuguese production structure, based in Almancil-Algarve. Creators of a recent phenomenon of social networks, the short film, "O Comando" (The Command).

MAIORES DE 12 | 35 MIN | ENTRADA GRATUITA | FREE ADMISSION



MÚSICA COM FILMES, FILMES COM MÚSICA

./O CINEMA EM CONCERTO
./BANDA MUSICAL DE PEVIDÉM
./GUIMARÃES PLAY
./BANDA LARGA

Determinados temas musicais "tomaram" certos filmes e ficaram lá "agarrados". Ou, certos filmes "agarraram" em determinados temas musicais e tomaram-nos como seus, apropriaram-se deles. E sucedeu isto de tal forma que não se ouvem algumas daquelas músicas sem passarem nos nossos olhos imagens do filme marcado.

Determinados temas musicais "tomaram" certos filmes e ficaram lá "agarrados". Ou, certos filmes "agarraram" em determinados temas musicais e tomaram-nos como seus, apropriaram-se deles. E sucedeu isto de tal forma que não se ouvem algumas daquelas músicas sem passarem nos nossos olhos imagens do filme marcado.



The Guimarães 2012 programming field of Cinema and Audiovisual has set since from the beginning some goals for his structural intervention. Beyond the film screenings side, there's a strong will to increase film production, where it fits a space to encourage independent and creative young people in the region.

Due to recent changes in production costs, but more importantly, the new context of reception and distribution paradigm recent changes, the music videos are now the most popular genre in the audiovisual landscape of digital media, reaching either niche or global audiences. At the same time, this medium, the digital online, has generated new genres, new concepts, but above all, presents itself with vast possibilities to all who wish to have creative activity in the audiovisual field. Often considered one of the most important industry in the future, the digital content creation.

VideoGang, is a Guimarães 2012 program and it aims at the enhancement of the music video as an audiovisual genre full of creativity and chances, highlighting his forms for accessible initiation and experimentation to digital cinema in Portugal.

To achieve this goal were defined four actions: a training initiative to stimulate the constitution of local youth

collectives; creating an online platform for Portuguese videoclips; a conference about the growing importance of video today and in the future of music; and also the VideoGang screening sessions.

However, it is more than an show of works by national and international collectives, which used this artistic genre as experimentation and authorship recognition, most of all, it is a program especially oriented to inject ideas and to motivate young creative minds for audiovisual production in the city of Guimarães. That's why in each session were always present their directors to talk about their unique ways of production, in order to dispel the myth about the difficulties of producing quality digital cinema with meager resources.

So, the essence of this program, hence the name, resides in an activity that aims to promote the creation of local collectives to help and to challenge them to produce some videoclips, and also, to experiment that promising genre, the "fashion film". Basically, it is about prodding the union, because this creative field is essentially a team work, but also prodding the irreverence, to instill a spirit of proactivity defiantly, knocking fears that generate passivity, and bypassing the usual difficulty in obtaining support for the production of creative works in early career.

In addition, the program also aims to develop something relevant to the reality of the Portuguese videoclips production, which will be a future legacy of this initiative. For this, is being

built an online platform of participatory type, so as to constitute itself as a data repository, past and present, but above all, an informative reference of visual authorships and the continuous newness of videoclips produced in Portugal.

On October 6 a public conference was held to discuss the paradigm shifts that the music industry has suffered recently and in which one of the benchmarks for the sector is already the importance given to the views of videoclips of each musical artist. That is, allow a public reflection to awareness of the future and the modes of action in the production development of this audiovisual kind in Portugal.



LINHA DE MONTAGEM // ASSEMBLY LINE

Videogang

A challenge to creativity in the 2012 European Capital of Culture

El área de Cine y Audiovisual Guimarães 2012 definió desde el inicio varias apuestas estructurales de su intervención. Además de una vertiente programática de exhibición, también tiene un fuerte componente de producción, donde se estimula la producción regional joven e independiente.

Debido a los cambios recientes en los costos de producción, pero más importante aún, los recientes cambios en el paradigma de la distribución y el contexto de recepción, los videos musicales son ahora el género más popular del panorama audiovisual en los medios digitales, un nicho desde donde alcanzar audiencias globales. Al mismo tiempo, este medio, el digital online, ha generado nuevos géneros

y nuevos conceptos, y por encima de todo, presenta una gran oportunidad para todos los que deseen desarrollar actividades creativas en el área audiovisual, lo que hace que esta industria digital esté a menudo considerada como una de las más importantes para el futuro.

VideoGang es un programa de Guimarães 2012-C.E.C. que tiene como objetivo la mejora del video musical como un género lleno de creatividad audiovisual y de posibilidades, destacando su facilidad como medio de iniciación y experimentación para el cine digital en Portugal.

Para lograr este objetivo hemos definido cuatro acciones: una iniciativa de formación para estimular la

producción y la creación de colectivos juveniles en Guimarães; creación de una plataforma para los clips de vídeo online portugueses; una conferencia sobre la creciente importancia del vídeo en la actualidad y en el futuro de la música; y por último, las sesiones VideoGang.

Este programa es una exposición de obras de los colectivos nacionales e internacionales, que utilizan este género artístico para la experimentación y para su reafirmación como autores, especialmente en el programa de inyección de ideas para estimular la producción audiovisual y creativa para jóvenes de la ciudad de Guimarães. Por ello, en cada sesión se presentan siempre los realizadores

para hablar de sus formas particulares de producción, con el fin de disipar el mito de las dificultades para la producción de calidad de cine digital cuando se dispone de escasos recursos.

En este sentido, la esencia de este programa, de donde procede el nombre, reside en la actividad que tiene como objetivo promover la creación y los desafíos a los colectivos locales para desafiarlos en la consecución de varios clips de vídeo, y, también, experimentar con este género prometedor, fashion film. Básicamente, se trata de fomentar la unión, pues lo audiovisual es esencialmente un trabajo de equipo, que estimula la irreverencia para inculcar un espíritu de proactividad desafiante, golpeando



los temores que generan la pasividad, y suavizando la dificultad en la obtención de apoyo a la producción de obras creativas al comienzo de las carreras.

Además, el programa también tiene como objetivo desarrollar un papel relevante en la producción del videoclip Portugués, y que la iniciativa pueda ser un legado en el futuro. Para ello, se está construyendo una plataforma en línea de tipo participativo, que ponga a disposición los datos, del pasado y el presente, y sobre todo, una referencia informativa de la autoría y la creatividad visual de los clips de vídeo producidas en Portugal.

El 6 de octubre ocurrió una conferencia pública para debatir los cambios de paradigma que la industria de la música ha sufrido recientemente, en el que uno de los puntos de referencia para el sector es la importancia que se da a las opiniones sobre los videoclips de cada artista musical. Es decir, que permita reflejar la conciencia pública sobre el futuro y los modos de actuación en el desarrollo de la producción de este tipo en Portugal.

www.videoclipe.pt

créative dans le domaine de l'audiovisuel, et cette industrie, des contenus numérique, souvent considéré l'une des plus importants à l'avenir.

Le VideoGang est un programme de Guimarães 2012 CEC et a pour objet la promotion du vidéoclip comme un type audiovisuel plein de créativité et des possibilités, en le soulignant comme une forme accessible d'initiation et d'expérimentation pour le cinéma numérique au Portugal.

Pour atteindre cet objectif, ont été défini quatre actions: une initiative de formation et production pour stimuler la création de nouveaux collectifs locaux, la création d'une plate-forme en ligne des videoclips portugais, une conférence sur l'importance croissante de la vidéo aujourd'hui et dans l'avenir de la musique, mais aussi, des sessions VideoGang.

Cependant, ce programme est plus que des sessions de projections vidéos par des collectifs nationaux et internationaux qui ont utilisé ce genre artistique pour l'expérimentation et la reconnaissance de nom d'auteur, c'est surtout une programme d'injection des idées et de stimuler la production audiovisuelle pour jeunes créatifs dans la ville de Guimarães. Donc, à chaque session étaient toujours présents leurs réalisateurs pour y parler de leurs modes particulières de production, afin de dissiper le mythe des difficultés de produire un cinéma numérique de qualité et avec de maigres ressources.



VIDEO

21H30 9:30 PM
(CCV) CENTRO CULTURAL VILA FLOR

VIDEOGANG: BANDO À PARTE

/ RODRIGO AREIAS

Mostra retrospectiva dos vídeos e curtas da única estrutura coletiva independente de produção cinematográfica a norte de Portugal, e vimezanense por sinal, com trabalhos realizados por Rodrigo Areias, Jorge Quintela e Paulo Furtado.

A retrospective showcase of videos and short films from the single independent collective structure of film production in the north of Portugal, actually from Guimarães, with works by Rodrigo Areias, Jorge Quintela and Paulo Furtado.

MAIORES DE 12 | ENTRADA GRATUITA |
FREE ADMISSION



En ce sens, l'essence de ce programme, d'où le nom, réside dans une activité qui vise à promouvoir la création de collectifs locaux pour les mettre au défi dans la réalisation de quelques videoclips, et aussi, essayez ce genre prometteur, le fashion film. Fondamentalement, il s'agit de stimuler l'union, parce que l'audiovisuel est essentiellement un travail d'équipe, mais aussi, aiguillonner l'irrévérence, pour inculquer un esprit de pro activité de forme provocatrice, en renversant les peurs qui génèrent la passivité, et en contournant la difficulté d'obtention de supports pour la production de travaux créatif en début de carrière. Parallèlement, le programme vise à développer quelque chose de pertinent à la réalité du vidéoclip produit au Portugal, qui peut être aussi l'héritage avenir de cette initiative. Pour cela, il

est en train d'être construit une plate-forme internet de type participatif, afin de se constituer en un référentiel de données, passées et présentes, mais aussi et surtout, une référence informative de la paternité visuelle et de la continue nouveauté du vidéoclip produit au Portugal.

Le 6 Octobre, il y a eu une conférence publique pour discuter des changements de paradigme que l'industrie de la musique a subi récemment et dans lequel l'un des points de référence pour le secteur est déjà l'importance accordée aux nombres de visualisations des videoclips de chaque artiste musical. C'est, se permettre une réflexion publique pour prise de conscience de l'avenir et des modes de performance pour le développement de la production de ce genre au Portugal.

28 JULHO
OUTRAS PROPOSTAS

10H00 ÀS 18H00
PLATAFORMA DAS ARTES
E DA CRIATIVIDADE
PARA ALÉM DA
HISTÓRIA - CAJÓ
EXPOSIÇÃO

PALÁCIO VILA FLOR
FLATLAND (REDUXO)
EXPOSIÇÃO

FÁBRICA ASA
EMERGENCIAS
2012 -
NOVOS MEDIA
EXPOSIÇÃO

10H00 ÀS 18H00
MUSEU ALBERTO
SAMPÃO
ANGELORUM
EXPOSIÇÃO

10H00 ÀS 18H00
MUSEU ALBERTO
SAMPÃO
ANJOS HOJE
EXPOSIÇÃO

SMS
DEVIR MENOR
MÚSICA

FÁBRICA ASA -
SETOR J PISO 1
CHRISTIAN
BOLTANSKI
EXPOSIÇÃO

I&D E CASE STUDIES // R&D AND CASE STUDI

Canal180 // Channel180



No ar desde Abril de 2011, o Canal180 é o primeiro canal de televisão português exclusivamente dedicado à cultura e criatividade. Gerido pela OSTV, empresa responsável pela sua criação e galardoada em 2010 com o Prémio Nacional das Indústrias Criativas, o Canal180 nasceu com um objectivo concreto: dar visibilidade a uma cultura emergente cada vez mais importante no contexto da produção criativa e da expressão individual. Por essa razão, os conteúdos gerados e exibidos visam desenvolver, exhibir e promover uma cobertura mais ampla da produção cultural, nacional e internacional.

O Canal180 representa mudança no panorama da cultura ao explorar e disseminar a obra de artistas emergentes, criadores talentosos e projectos bem sucedidos, impulsionando os novos talentos e a inovação cultural. Simultaneamente, promove o diálogo com o trabalho de criadores já conhecidos, sendo os conteúdos veiculados invariavelmente originais, surpreendentes e de qualidade.

A primazia é dada igualmente à promoção do desenvolvimento de uma nova geração de criadores de conteúdos multi-plataforma. Através de uma rede de colaborações internacionais, o 180 mostra eventos culturais, filmes, documentários ou festivais de música, mas também impulsiona a descoberta do mundo numa nova forma artística, através dos minidocs e entrevistas a vários criadores. Artistas talentosos como Kristoffer Borgli, Frankie Chavez ou Esgar Acelerado viram já a sua identidade artística revelada nestes pequenos documentários. Mike Mills, St. Vincent, Vincent Moon ou Legendary Tigerman também deram a sua contribuição, cimentando a possibilidade de o canal se tornar numa voz influente no panorama cultural mundial.

Para além disso o enfoque também vai para o cidadão comum, impulsionando-se a sua participação activa em todas as plataformas do canal: aqui se justifica o título de “primeiro canal open-source do Mundo”.

O compromisso de se tornar referência no panorama cultural e audiovisual português foi assumido e concretizado, já que são inúmeras as iniciativas que o canal produziu e gerou ao longo dos 18 meses de existência. De destacar que, além da presença em todas as plataformas comunicacionais, em Julho deste ano o Canal180 gerou uma nova plataforma: o Cerveira Creative Camp. Num conceito original criado pelo canal, Vila Nova de Cerveira recebeu cerca de 120 jovens criativos ao longo de duas semanas. Criação vídeo, intervenção urbana, masterclasses, workshops e talks com alguns dos mais inovadores criadores nacionais e internacionais fizeram parte dos conteúdos oferecidos neste evento que veiculou o Canal180 como plataforma criativa e educativa de escala mundial.

Além da qualidade dos seus conteúdos, o Canal180 também se destaca pela qualidade da sua imagem, reconhecida mundialmente em Junho deste ano. Criada pelo O Escritório, a identidade gráfica foi premiada com um Leão de Bronze na categoria de Design em Cannes, no mais importante festival de comunicação e criatividade do Mundo. O conceito da marca, desenvolvida pela dupla **Nuno Jerónimo e Paulo Martins**, inspirou-se nos multi-ecrãs e multi-plataformas do projecto, de forma a criar um sistema visual único de onde é gerada uma matriz de conteúdos com possibilidades infinitas.

A emitir 18 horas por dia, o Canal180 está actualmente disponível na televisão por cabo (Zon HD, Vodafone TV, Optimus Clix), Internet (site, Facebook, YouTube), iPhone e iPad.

As colaborações artísticas estendem-se por 4 continentes e as parcerias com as mais importantes instituições culturais são uma realidade: Gulbenkian, Serralves, Casa da Música ou Guimarães CEC são alguns dos exemplos. É notória a sua simbiose com a cultura nacional, e parece ser esse o caminho a tomar para a mudança do paradigma de televisão no resto do Mundo. Nas palavras de **João Vasconcelos**, CEO, “o 180 quer mudar a televisão, abrindo-a ao que de melhor e mais original se faz em todo o mundo. Porque não começar por Portugal?!”. E o Canal180 já começou; há 18 meses que chegou a Outra Televisão!



sion. For this reason, the content generated and played aims to develop, promote and display a wider coverage of cultural, national and international. Canal180 represents change in the panorama of culture to exploit and disseminate the work of talented emerging artists, designers and successful projects, pushing new talent and cultural innovation. It simultaneously, promotes dialogue with the work of already known creators, and the content served invariably original, and of surprising quality.

Priority is also given to the development and promotion of a new generation of multi-platform content creators. Through a network of international collaborations, 180 shows cultural events, movies, documentaries or music festivals, but also impels the discovery of new art forms, through mini-documentaries and interviews with various creators. Talented artists like Kristoffer Borgli and Frankie Chavez or Esgar Acelerado have already seen their artistic identity revealed in these short documentaries. Mike Mills, St. Vincent, Vincent Moon or Legendary Tigerman also made their contribution, cementing the possibility that the channel becomes an influential voice in the global cultural landscape. In addition, the approach also includes the ordinary citizen, encouraging their active participation in the channel and its platforms: helping to justify the title of "first channel of the open-source world."

The commitment to become an example in the Portuguese audiovisual and cultural panorama was taken up and implemented; there are numerous initiatives that the channel produced and generated over 18 months of existence. To highlight that, besides the presence on all communication platforms, in July this year Canal180 generated a new platform: the Cer-

veira Creative Camp. In an original concept created by the channel, Vila Nova de Cerveira hosted about 120 young creatives over two weeks. Video creation, urban intervention, masterclasses, workshops and talks with some of the most innovative national and international designers were part of the content offered at this event that ran Canal180 as the creative platform of education and worldwide.

Besides the quality of its content, Canal180 also stands out for its image quality, recognised worldwide in June this year. Criada pel'O Escritório was awarded a Bronze Lion at Cannes Design category for created the graphic identity, the most important festival of communication and creativity of the World. The brand concept developed by the duo of **Nuno Jerónimo and Paulo Martins**, was inspired by the multi-screen and multi-platform project, to create a unique visual system where an array of content could be generated with endless possibilities.

Canal180 is currently available 18 hours a day on cable TV (Zon HD TV Vodafone, Optimus Clix), Internet (website, Facebook, YouTube), iPhone and iPad. The artistic collaborations extend across 4 continents and partnerships with major cultural institutions are a reality: Gulbenkian, Serpentes House of Music or Guimarães CEC are some examples. It is well known for its symbiosis with the national culture, and this seems to be the route to take to change the paradigm of television in the rest of the world. In the words of **João Vasconcellos**, CEO, "the 180 wants to change television, opening it to the best and most original channel worldwide. Why not begin with Portugal? ". And Canal180 already begun; 18 months ago he came to Another TV!



On the air since April 2011, Canal180 is the first national television network exclusively dedicated to culture and creativity. Run by OSTV, the company responsible for its creation in 2010 and awarded with the National Prize for Creative Industries. Canal180 born with a specific purpose: to make visible an emerging culture increasingly important in the context of creative production and individual expres-

R&D E CASE STUDIES

// R&D AND CASE STU

Canal180



Sur les ondes depuis Avril 2011, le Canal180 est le premier réseau de télévision national exclusivement dédiée à la culture et à la créativité. Dirigé par OSTV, la société responsable de sa création en 2010 et récompensée par le Prix National pour les Industries Créatives, le Canal180 a été créé avec un objectif précis: rendre visible l'émergence d'une culture de plus en plus importante dans le contexte de la production créative et de l'expression individuelle. Pour cette raison, le contenu généré a pour but de développer, de promouvoir et d'afficher une couverture plus large de la diversité culturelle, nationale et internationale.

Le Canal180 représente un changement dans le panorama de la culture en terme d'exploitation et de diffusion du travail d'artistes émergents, des designers talentueux et des projets couronnés de succès. Dans le même temps, celui-ci favorise le dialogue avec le travail de créateurs déjà connus.

La primauté est également donnée également à la promotion du développement d'une nouvelle génération de créateurs. Grâce à un réseau de collaborations internationales, le Canal 180 fait la promotion d'événements

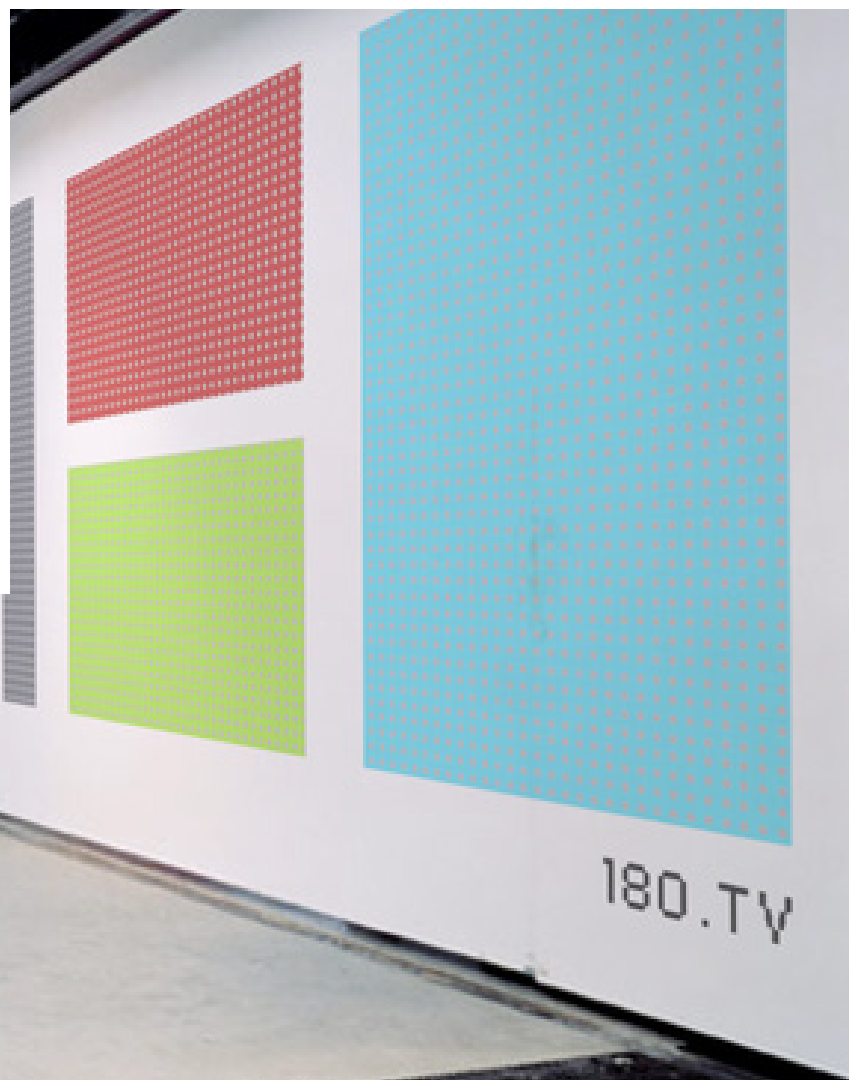
culturels, de films, de documentaires ou de festivals de musique et invite pouce à la découverte de nouvelles formes d'arts, à travers des mini-documentaires et des entretiens avec divers créateurs. Des artistes talentueux comme Kristoffer Borgli, Frankie Chavez ou Esgar Acelerado ont déjà vu leurs identités artistiques révélées dans ces courts métrages documentaires. Mike Mills, St. Vincent, Vincent Moon ou Légendaire Tigerman ont également apporté leurs contributions, en faisant du Canal 180 une voix influente dans le paysage culturel mondial. En outre, l'approche s'effectue également vers le grand public, entraînant une hausse de sa participation active à tous les canaux plates-formes, cette démarche justifie alors le titre de "premier canal du monde open-source."

L'engagement de devenir une référence dans le panorama audiovisuel portugais et culturel a été repris et mis en œuvre, car il existe de nombreuses initiatives que le canal a produites et qui ont été générées depuis ses plus de 18 mois d'existence. Outre la présence sur toutes les plateformes de communication, le Canal180 a généré une nouvelle plate-forme en juillet de cette année

: la Cerveira Camp Creative. Conçue autour d'un concept original créé par le canal, Vila Nova de Cerveira a reçu environ 120 jeunes créateurs plus de deux semaines. Création d'une vidéo, intervention urbaine, masterclasses, ateliers et entretiens avec certains des designers les plus innovants nationaux et internationaux faisaient partie des contenus proposés lors de cet événement qui a eu lieu dans le monde entier via la plateforme créative du Canal180.

Outre la qualité du contenu, le Canal180 se distingue par sa qualité d'image, reconnue dans le monde entier. L'identité créée a été récompensée par un Lion de bronze à Cannes dans la catégorie Design, festival le plus important de la communication et de la créativité au monde. Le concept de marque développée par **Nuno Jerónimo et Paulo Martins**, a été inspiré par des projets multi-écrans et multi-plate-forme, afin de créer un système visuel unique est généré, via un tableau de contenu aux possibilités infinies.

Le Canal180 est actuellement disponible 18 heures par jour sur la télévision par câble (Zon TV HD Vodafone, Optimus Clix), Internet (site web, Facebook, You-



DIES

Tube), iPhone et iPad. Les collaborations artistiques s'étendent à travers 4 continents et des partenariats avec les grandes institutions culturelles sont une devenue réalité : Gulbenkian, Serralves Maison de la Musique ou Guimarães CCE sont quelques exemples. Il est connu pour sa symbiose avec la culture nationale et cela semble être la voie à suivre pour changer le paradigme de la télévision dans le reste du monde. Selon **João Vasconcelos**, chef de la direction, "le Canal 180 veut changer la télévision, l'ouvrir au monde et à l'originalité. Pourquoi ne pas commencer par le Portugal? ». Et Canal180 déjà commencé; il ya 18 mois, il est à l'initiative d'une nouvelle télé!



En el aire desde abril de 2011, Canal180 es la primera red nacional de televisión dedicada exclusivamente a la cultura y la creatividad. Dirigido por OSTV, la empresa responsable de su creación en 2010, y galardonado con el Premio Nacional de las Industrias Creativas, Canal180 nace con un propósito específico: hacer visible una cultura emergente cada vez más importante en el contexto de la producción creativa y la expresión individual. Por esta razón, el contenido generado y exhibido tienen busca desarrollar, promover y mostrar una cobertura más amplia de la diversidad cultural, nacional e internacional.

Canal180 representa el cambio en el panorama cultural para explotar y difundir la obra de artistas emergentes, creadores con talento y proyectos exitosos, impulsando nuevos talentos e innovación cultural. Al mismo tiempo, promueve el diálogo con la obra de creadores ya conocidos, de contenido invariablemente de calidad, original y sorprendente.

También se le da prioridad a promover el desarrollo de una nueva generación de creadores de contenidos multi-plataforma. A través de una red de colaboraciones internacionales, 180 muestra eventos culturales, películas, documentales o festivales de música, e impulsa el descubrimiento del mundo a través de una nueva forma de arte, gracias a mini-docs y entrevistas con varios creadores. Artistas talentosos como Kristoffer Borgli, Frankie Chávez o Esgar Acelerado ya han visto su identidad artística revelada en estos documentales cortos. Mike Mills, St. Vincent, Vincent Moon o Legendary Tigerman también han hecho su

contribución, consolidando la posibilidad de que el canal se convierta en una voz influyente en el panorama cultural mundial. Además, se dirige al ciudadano de a pie, lo que eleva su participación activa en todos los canales de las plataformas: así se justifica el título de "primer canal open-source del mundo".

El compromiso de convertirse en un referente en el panorama audiovisual y cultural portugués fue tomado y aplicado, ya que existen numerosas iniciativas que el canal ha producido y generado en los más de 18 meses de existencia. Hay que destacar que, además de la presencia en todas las plataformas de comunicación, en julio de este año, Canal180 ha generado una nueva plataforma: el Cerveira Creative Camp. En un concepto original ideado por el canal, Vila Nova de Cerveira ha recibido cerca de 120 jóvenes creativos a lo largo de dos semanas. Se han hecho videos, intervenciones urbanas, clases magistrales, talleres y conversaciones con algunos de los diseñadores más innovadores nacionales e internacionales, como parte de los contenidos ofrecidos en este evento, que usó Canal180 como plataforma creativa y educativa a escala mundial.

Además de la calidad de su contenido, el Canal180 también se destaca por su calidad de imagen, reconocida en todo el mundo en junio de este año. Creada por Eñ Escritorio, identidad gráfica ha sido galardonado con un León de Bronce en la categoría d Diseño en Cannes, el festival más importante de la comunicación y la creatividad del mundo. El concepto de marca desarrollado por el dúo **Nuno Jerón-**

imo y Paulo Martins, inspirado por el proyecto multi-pantalla y multi-plataforma, para crear un sistema visual único, donde se genera una gran variedad de contenido con un sinfín de posibilidades.

Emitido 18 horas al día, Canal180 está disponible en televisión por cable (Zon HD, Vodafone TV, Optimus Clix), Internet (página web, Facebook, YouTube), iPhone y iPad. Las colaboraciones artísticas se extienden a través de 4 continentes y las asociaciones con las principales instituciones culturales son una realidad: Gulbenkian, Serralves Casa de la Música o Guimarães CEC son algunos ejemplos. Es conocida su simbiosis con la cultura nacional, y este parece ser el camino a seguir para cambiar el paradigma de la televisión en el resto del mundo. En palabras de **João Vasconcellos**, CEO, "180 quiere cambiar televisión, abriéndolo al mundo lo mejor y más original. ¿Por qué no empezar por Portugal? ". Canal180 ya ha comenzado, hace 18 meses llegó Otra TV!

CANAL180.PT

OUTRA
TELEVISÃO

BOLSA DE VALORES // STOCK EXCHANGE

North Atlantic

de/by Bernardo Nascimento

Entrevista a **Bernardo Nascimento**, realizador de "NorthAtlantic"

Nasceu em 1975, tendo crescido entre Lisboa e a Madeira. Estudou Gestão, Música e finalmente, Historia Contemporânea, curso que o levou a Paris, onde viveu 3 anos. O trabalho em cinema surge acidentalmente e acaba por se tornar Assistente de Realização. Depois de em Portugal ter trabalhado em projectos tão distintos como o "V IMPERIO" de Manoel de Oliveira e "O CRIME DO PADRE AMARO" rumo a Londres, onde a partir de 2005, trabalha em projectos que vão dos filmes "de autor" aos blockbusters de estúdio, tendo filmado em Inglaterra, Espanha, Moçambique, Marrocos, Líbano, Índia, etc. Em 2010 faz o seu primeiro filme, a curta-metragem North Atlantic.

FT- Como iniciou a sua carreira?

BN- Em 2002, como Assistente de Produção numa longa de José Fonseca e Costa. Foi um acaso. Procurava trabalho em Documentário quando surgiu este convite, que aceitei.

FT- O que é que o levou a trabalhar como realizador?

BN - Percebi nessa primeira longa que era o que queria fazer: poder construir mundos carregados com as minhas criações de sentido. É o melhor brinquedo que conheço.

FT- Considera que o fato de ter trabalhado com Manoel de Oliveira influenciou a sua carreira? Como descreveria essa experiência?

BN - Fui influenciado por todos os realizadores com quem trabalhei, o Manoel inclusivé. Por força de o andar a conduzir Portugal fora, conversámos muito. E aprendi também, observando-o no "set". Poder seguir os mestres de perto é um privilégio mas nada, nada mesmo, ensina tanto como "o fazer". Essa sim, é "a" escola que interessa.

FT - "NorthAtlantic" foi a sua rampa de lançamento, tendo ficado nos dez filmes finalistas entre os 15000 candidatos do Your Film Festival. Quão difícil será adaptar este sucesso às salas de cinema?

BN - Essa é uma pergunta para os donos das salas mas já há contactos estabelecidos para levar o North Atlantic para as salas. Veremos como corre...

FT - O filme reflete o dilema tecnológico e comercial da sua geração. O que é que distingue a produção para exibição no meio Internet e para a exibição em sala de cinema?

BN - Defendo as salas de cinema como o habitat natural de um filme. Neste caso, se o filme for um peixe, ve-lo numa sala é como mergulhar no mar. Ve-lo na net, para já, ainda é como olhar para o peixe dentro de um aquário. O peixe e' o mesmo, a forma de interagirmos com ele é que é outra. Na net, o filme "deixa-se" ver; em sala, convida ao mergulho.

Dito isto, a net permite um grau de ex-

posição maior e mais rápido e isso é sempre bem-vindo.

Quanto à natureza dos conteúdos, esse é um paradigma em constante mudança e estou convencido que dentro de pouco tempo não haverá diferença alguma. Para já, filmes curtos, sobretudo comédias, funcionam melhor.

FT - O fato do filme "North Atlantic" ter sido uma produção para Internet foi fundamental para o sucesso da curta-metragem?

BN - Na verdade, o North Atlantic foi feito para as salas, onde foi exibido mundo fora, numa série de festivais, e só por acaso foi parar à net. Foi uma surpresa agradável, vê-lo funcionar tão bem nessa plataforma.

FT - Qual a relação que um filme realizado para Internet tem com o público?

BN - Essa foi a parte mais gratificante da experiência no Youtube. É completamente diferente do que acontece em sala. A plataforma convida ao comentário e mesmo à discussão. Eu

não estou particularmente interessado em discutir os filmes que faça mas é muito interessante perceber o que as pessoas pensam/sentem quando os vêem. Agrada-me ainda a proximidade realizador/espectador, que em sala praticamente não existe.

FT - Qual considera ser a distribuição possível para uma curta-metragem?

BN - Primeiro festivais e se estes correrem bem, venda para as salas e/ou televisão, seguido de uma edição em DVD. O retorno financeiro através da net ainda não tem modelo verdadeiramente rentável mas para lá caminhamos.

FT - Como caracteriza o panorama cinematográfico português para jovens realizadores?

BN - O panorama para jovens realizadores é semelhante na maior parte dos países europeus que conheço: ao mesmo tempo que desaparecem estruturas de financiamento, assistimos a uma democratização da tecnologia de produção e exibição. Este último aspecto permite sonhar...

FT - Que projectos tem para o futuro? Pondera uma carreira internacional?

BN - O cinema é uma linguagem universal e um filme, independentemente da língua em que é falado está sempre sujeito a uma carreira internacional. Os meus projectos não são diferentes. Esperemos que se concretizem. Os próximos são uma curta na Madeira ainda este ano e uma longa na Escócia para o ano que vem.



FT- How did your career start?

BN- In 2002, as Production Assistant in a feature film by José Fonseca e Costa. It happened by accident. I was looking for work with Documentaries when I was invited and accepted.

FT- What made you want to work as a director?

BN- I realized that was what I wanted to do during that first feature film: to be able to build worlds heavy with what my senses created. It's the best toy I know.

FT- Would you say that working with Manoel de Oliveira has influenced your career? How would you describe that experience?

BN- I was influenced by all the directors I worked with, including Manoel. Since I had to drive him throughout Portugal we ended up talking a lot. And I learned a lot by watching him on set, too. Being able to follow masters this close is a privilege, but nothing, nothing at all teaches you more than "doing it". That is "the" school that matters.

FT- "North Atlantic" was your launching pad, as it became one of the ten finalists among the 15 000 entries at the Your Film Festival. How hard will it be to adapt that success to the theatres?

BN- That's a question for the owners of the theatres, but we're already in talks to take "North Atlantic" to the theatres. We'll see how that goes...

FT- The movie shows the technological and commercial conundrum of your generation. What is the difference between a production made to be seen online and one made to be seen in theatres?

BN- I maintain that the theatres are a movie's natural habitat. If a movie were a fish, seeing it in a theatre would be like diving in the ocean. For now seeing it online still is like looking at fish in an aquarium. It's the same fish, what changes is how we interact with it. Online the movie allows itself to be watched, while in theatres we're invited to dive in.

This said, the internet allows for a greater and faster exposition and that's always welcomed.

As for themes, that's a scenario that changes constantly and I'm convinced that in no time there won't be much of a difference. For now short films, especially comedies, work the best.

FT- Has the fact that the movie "North Atlantic" was made for the Internet been crucial to the success of the movie?

BN- Actually, "North Atlantic" was made for the theatres, where it was shown all over the world in several festivals and only by chance did it end online. It was a pleasant surprise seeing it work so well in that medium.

FT- What's the relationship a movie made to be shown online has with the audience?

BN- That was the most satisfying part of the Youtube experience. It's completely different of what happens in a theatre. The medium welcomes comments and even discussion. I don't care particularly for discussing the movies I make, but it's very interesting to see what people think/feel when they see them. The proximity between director/spectator pleases me, too, something that doesn't happen in theatres.

FT- What would you say are the means of distribution for short film?

BN- Festivals, first and foremost, and if those go well, selling for theatres and/or TV, followed by a DVD edition. The financial gain via the Internet doesn't have a truly working mean, but it will get there.

FT- How would you describe the Portuguese movie scene for young directors?

BN- The scene for young directors is the same in most countries that I know: while fundings disappear, we witness a rise in the democratization of production and exhibition technologies. The latter allows one to dream...

FT- What projects do you have for the future? Are you considering an international career?

BN- Cinema is an universal language and a movie, regardless of the language it's spoken can always be the subject of an international career. My projects aren't any different. Let us hope they'll come to be. The next ones are a short film in a Madeira and a feature film in Scotland next year.

BOLSA DE VALORES // STOCK EXCHANGE

North Atlantic de/by Bernardo Nascimento

Nacido en 1975, se crió entre Lisboa y Madeira. Estudió Administración, música, y, finalmente, Historia Contemporánea, que lo llevó a París, donde vivió tres años. Su trabajo en el cine aparece de manera accidental, y le lleva a convertirse en asistente de dirección. Después de haber trabajado en Portugal en proyectos tan diversos como "V IMPERIO", de Manoel de Oliveira, o "EL CRIMEN DEL PADRE AMARO", se dirige a Londres, donde desde el año 2005 trabajó en proyectos que van desde películas de "autor" hasta grandes éxitos de taquilla. Tras haber filmado en Inglaterra, España, Mozambique, Marruecos, Líbano o India, en 2010 hace su primera película, el cortometraje "North Atlantic".



FT - ¿Cómo comenzó su carrera?

BN - En 2002, como asistente de producción de José Fonseca e Costa. Fue un golpe de suerte. Buscaba trabajo en un documental, cuando surgió esta invitación, y acepté.

FT - ¿Qué le llevó a trabajar como director de cine?

BN - Durante esta primera película me di cuenta de que eso era lo que quería hacer, ser capaz de construir mundos cargados con mis creaciones de sentido. Es el mejor juguete que conozco.

FT - Haber trabajado con Manoel de Oliveira, ¿ha influido en tu carrera? ¿Cómo describirías esta experiencia?

BN - He sido influenciado por todos los directores con los que he trabajado, Manoel entre ellos. Gracias al hecho de dirigir en el extranjero, debido al idioma, conversamos en muchas ocasiones. También aprendí observándolo durante el rodaje. Poder observar a los maestros es un privilegio, pero nada, nada de nada, enseña tanto el hecho de hacerlo uno mismo. Ésa es la verdadera escuela.

FT - "NorthAtlantic" fue su plataforma de lanzamiento, después de haber sido uno de los diez finalistas entre 15 000 candidatos Your Film Festival. ¿Cuán difícil será trasladar este éxito a las salas de cine?

BN - Esta es una pregunta para los dueños de las salas, pero ya hay contactos para acercar North Atlantic a los cines. Ya veremos cómo funciona...

FT - La película refleja el dilema tecnológico y comercial de su generación. Qué es lo que diferencia a una producción que se exhibe a través de Internet frente a una producción que se exhibe en las salas de cine?

BN - Yo definiendo el cine como el hábitat natural de una película. En este caso, si la película fuese un pez, verlo en el cine sería como sumergirse en el mar, mientras que verlo a través de la red, en estos momentos, es como mirar peces en un acuario. El pez es el mismo, pero la forma de interactuar con él es otra. En la red, la película "deja ver", mientras que en las salas nos invita a bucear.

Dicho esto, la red permite un grado de exposición mayor y más rápida, lo que es bienvenido siempre.

En cuanto a la naturaleza de los contenidos, se trata de un paradigma cambiante, y estoy convencido de que en poco tiempo no habrá ninguna diferencia. Por el momento, los cortometrajes, en su mayoría comedias, funcionan mejor.

FT - El hecho de que North Atlantic fuese una producción de Internet, ¿ha sido fundamental para el éxito del cor-

tometraje?

BN - De hecho, el North Atlantic fue hecho para las salas, donde se ha exhibido fuera, en una serie de festivales, y sólo por casualidad terminó en la red. Fue una grata sorpresa verlo funcionar bien en esta plataforma.

FT - ¿Cómo es la realización de una película con el público a través de Internet?

BN - Esta fue la parte más gratificante de la experiencia en Youtube. Es completamente diferente de lo que ocurre en el cine. Internet invita a la revisión y la discusión. Yo no estoy particularmente interesado en la discusión de las películas que se hacen, pero es muy interesante ver lo que la gente piensa y siente al verlos. También me gusta la proximidad realizador/espectador, que en los cines es imposible.

FT - ¿Cuáles cree que son las posibilidades de distribución para un cortometraje?

BN - En primer lugar festivales, y si estos van bien, la venta para salas y/o televisión, seguido de la edición en DVD. El retorno financiero a través de la red no es verdaderamente rentable, pero hacia eso nos encaminamos.

FT - ¿Cómo caracteriza el panorama cinematográfico portugués para los jóvenes cineastas?

BN - Las perspectivas para los jóvenes cineastas es similar en la mayoría de países europeos que conozco: mientras que desaparecen las estructuras de financiación tradicionales aparece una democratización de la tecnología de producción y exhibición. Este último aspecto permite soñar...

FT - ¿Qué proyectos tienes para el futuro? ¿Piensa en una carrera internacional?

BN - El cine es un lenguaje universal y una película, independientemente del idioma que se habla siempre está sujeta a una carrera internacional. Mis proyectos no son diferentes. Esperemos que se materialicen. Estoy preparando un corto en Madeira este año y un largo en Escocia para el próximo año.

FT- Comment a débuté votre carrière?

BN-En 2002, j'ai débuté comme assistant de production sur un long métrage de José Fonseca e Costa. C'était un coup de chance. J'étais en recherche d'emploi lorsque cette proposition m'a été faite, je l'ai accepté.

FT-Qu'est-ce qui vous a amené à travailler en tant que cinéaste?

BN - J'ai réalisé que c'était du long métrage que je voulais faire: être capable de construire des mondes chargés avec mon sens création. C'est le meilleur le plus beau jouet que je connaisse.

FT-Est ce que d'avoir travaillé avec Manoel de Oliveira a influencé votre carrière? Comment décririez-vous cette expérience?

BN - J'ai été influencé par tous les administrateurs avec qui j'ai travaillé, dont Manoel. En vertu du message à diffuser sur le Portugal, nous avons beaucoup discuté. J'ai beaucoup appris en visionnant les "set". Pouvoir de suivre de près le travail des maîtres est un privilège, mais rien ne remplace le «faire», l'apprentissage. Cela oui, c'est une école qui compte.

FT - "NorthAtlantic" a été votre rampe de lancement, après avoir été finaliste avec dix autres filmschoisis entre 15 000 candidats de votre festival. Est-il difficile de s'adapter aux salles de cinéma?

BN - C'est une question destinée aux propriétaires de salles mais des contacts sont déjà établis pour diffuser le film "Atlantique Nord" dans les salles. Nous allons voir comment le public réagira ...

FT - Le film reflète le dilemme technologique et commercial d'une génération. Qu'est ce qui distingue la diffusion par le net de la diffusion au cinéma ?

BN - Je défends le cinéma comme l'habitat naturel d'un film. Dans ce cas, si le film est un poisson, le voir dans une salle de cinéma, c'est comme plonger dans la mer. Visionner un film sur le net, pour l'instant, est encore comme regarder les poissons dans un aquarium. Sur le net, le spectateur est "autorisé" à voir, en salle de cinéma, il est invité à plonger. Cela dit, le net permet un degré d'exposition de plus en plus rapide, ce qui est toujours bienvenu.

Il s'agit d'un changement de paradigme et je suis convaincu que d'ici peu de temps il n'y aura pas de dif-

férence. Pour l'instant, ce sont les courts métrages, et principalement les comédies qui fonctionnent le mieux par le net.

FT - Le film «Atlantique Nord» était une production pour le net, était-ce essentiel à la réussite du court-métrage?

BN - A l'origine, «Atlantique Nord» a été réalisé pour être diffusé en salles, c'est d'ailleurs de cette manière qu'il a été présenté au niveau mondial et dans plusieurs festivals. C'était très satisfaisant de le voir diffusé sur grand écran.

FT - Quel est votre sentiment concernant la diffusion de votre film sur le net ? diriez-vous d'un film qui a fait de l'Internet public?

BN - La diffusion sur Youtube a été la partie la plus enrichissante. C'est complètement différent de ce qui se passe dans une salle de cinéma. La plate-forme appelle à la discussion. Je ne suis pas particulièrement intéressé par les discussions sur les films que j'ai réalisés, mais il est très intéressant de voir ce que les gens pensent et ressentent quand ils les voient. J'apprécie aussi la proximité entre spectateur et cinéaste.

FT - Qu'attendez vous de la distribution de votre court métrage?

BN - Premièrement la diffusion dans des festivals, ensuite la vente de la diffusion à la télévision et l'édition en DVD. Le rendement financier à travers la diffusion via le net n'est pas un modèle rentable mais peut finir par y arriver.

FT - Comment se caractérise le panorama cinématographique portugais vis à vis des jeunes cinéastes?

BN - Les perspectives pour les jeunes cinéastes sont similaires dans la plupart des pays européens que je connais: alors que les structures de financement, nous connaissons aujourd'hui une démocratisation de la technologie de production et d'exposition. Ce dernier aspect permet de rêver ...


FT - Quels sont vos projets futurs? Pensez vous à une carrière internationale?

BN - Le cinéma est un langage universel et un film, quelle que soit sa langue est toujours voué à une carrière internationale. Mes projets ne sont pas différents et nous espérons concrétiser le future du film en ce sens. Je travaille cette année sur un projet de long métrage en Ecosse pour une sortie l'année prochaine.

Né en 1975, Bernardo Nascimento a grandi entre Lisbonne et Madère. Des études en gestion, musique et histoire contemporaine le conduisent à Paris où il a vécu trois ans. Entré par accident dans le cinéma, il finit par devenir directeur adjoint. Une fois revenu au Portugal il a travaillé sur des projets aussi divers que "V EMPIRE" Manoel de Oliveira et "Le crime du père Amaro" qui le dirige vers Londres, où il travaille depuis 2005 sur des projets allant de films d'auteurs à des blockbuster après avoir tourné à travers le monde (Angleterre, Espagne, Mozambique, Maroc, Liban, Inde, etc). En 2010, il réalise son premier film, un court métrage intitulé "NorthAtlantic" ("L'Atlantique Nord").

LABORATÓRIO DE CRIATIVIDADE // CREATIVITY LAB

Oliva Creative Factory



I'm the lizard King
I can do anything!

A Oliva Creative Factory é um projecto essencialmente empresarial que terá na cultura, na formação artística e no lazer componentes muito importantes de desenvolvimento.

Instalada no interior da antiga metalurgia Oliva, uma das maiores e mais inovadoras fábricas da história industrial portuguesa, a Oliva Creative Factory terá como lema transformar a criatividade e o talento em negócios. Para tanto disponibilizará uma incubadora para empresas do sector das indústrias criativas (design, moda, software, design de produto, webdesign, multimédia, entre outras) e um business centre para empresas maduras.

Para além das empresas, haverá na Oliva Creative Factory uma grande ala dedicada à arte contemporânea (a qual contará com uma exposição permanente e com exposições temporárias), uma escola de dança, oficinas de restauro e sala de ensaios para as peças a apresentar no grande teatro da cidade de S. João da Madeira, Portugal, a Casa da Criatividade.

A Oliva será então um espaço de excelência nas indústrias criativas, que terá como missão reunir e fomentar competências para a geração e capacitação de talentos criativos, em interligação com os centros de excelência e recursos existentes, e com significativa ligação à realidade empresarial regional, nomeadamente, ao nível dos sectores tradicionais em que a região tem grande especialização (calçado, vestuário, têxtil e moldes) e ao nível dos sectores emergentes, acrescentando assim valor aos sectores tradicionais através de subsectores como o design, a moda, o digital e o multimédia.

Neste sentido será criada uma incubadora para o desenvolvimento de projectos empresariais e acolhimento de empresas nas indústrias criativas que será complementada com um conjunto de oficinas de trabalho, estúdios e salas de ensaio e espaços e serviços comuns.

Os futuros empresários terão também ao seu dispor espaços interdisciplinares

de encontro e de convergência criativa, nomeadamente, espaços de produção, fruição e consumo, e de interligação e sinergia entre subsectores criativos, nomeadamente, espaços multiusos, áreas expositivas, oficinas e ateliers (moda, design, decoração, joalheria, restauro, musica, entre outros), residências artísticas, em articulação com outras importantes infraestruturas e equipamentos culturais e criativos de S. João da Madeira, como é o caso da Casa da Criatividade, do Museu do Calçado e do Museu da Chapelaria.



Oliva Creative Factory is, mainly, an entrepreneurial project; nevertheless, culture, artistic training and leisure are important aspects of this project.

Installed inside the old metallurgical company, called Oliva, one of the largest and most innovative factories of Portuguese industrial history, Oliva Creative Factory's challenge is to transform creativity and talent in business. It will both provide an incubator

for companies in the creative industries sector (design, fashion, software, product design, web design, multimedia, etc.) as a business centre for mature enterprises.

Besides businesses, Oliva Creative Factory will provide a large area dedicated to contemporary art (which will feature a permanent exhibition and temporary exhibitions), a dance school, restore workshops and rehearsal room for the plays to be displayed at the major city theatre of S. João da Madeira, Portugal, the Creativity House.

Oliva, therefore, will be a place of excellence for creative industries, whose task is to gather and foster skills to establish and empower new creative talents, connecting them with other centres of resources, and with a meaningful and necessary connection to the regional business reality, particularly at the traditional sectors level in which the region has great expertise (footwear, textiles and clothing and molds) adding value to the traditional sectors through subsectors such as design, fashion, digital and multimedia.

In this sense, Oliva Creative Factory will have an incubator for the development of entrepreneurial projects in the creative industries sector that will be supplemented with a set of workshops, studios, rehearsal rooms and common spaces and services.

Future entrepreneurs will also have access to different interdisciplinary spaces of meeting and creative convergence, particularly, cultural production areas for consumption and fruition, spaces multi-use, exhibition areas, workshops (fashion, design, decoration, jewellery, restore, music, etc.) and artistic residencies that will be combined with other major infrastructures and cultural and creative facilities of the city of S. João da Madeira, such as the Creativity House, the Shoe Design Museum and the Hat Museum.

ATIVIDADE

La Fábrica Creativa Oliva es un proyecto esencialmente empresarial que tendrá en la cultura, la formación artística y de ocio componentes de desarrollo muy importantes.

Instalado en el interior de la antigua metalurgia Oliva, una de las mayores y más innovadoras fábricas de la historia industrial portuguesa, la Fábrica Creativa Oliva tiene como lema transformar la creatividad y el talento en los negocios. Para ello proporcionar una incubadora de empresas en el sector de las industrias creativas (diseño, moda, software, diseño de producto, diseño web, multimedia, etc) y un centro de negocios para las empresas veteranas.

Aparte de las empresas, Oliva Creative Factory tendrá una sección dedicada al arte contemporáneo (que contará con una exposición permanente y exposiciones temporales), una escuela de danza, talleres de restauración y una sala de ensayo para las piezas que se muestran en el gran teatro de la ciudad, S. João da Madeira, Portugal, la Casa de la Creatividad.

La Fábrica Creativa Oliva entonces será un área de excelencia para las industrias creativas, que tienen la tarea de recoger habilidades para fomentar la generación de talento creativo y la formación, en estrecha relación con los centros de excelencia y de recursos, y la conexión de con la realidad empresarial regional, incluyendo los sectores tradicionales, en los que la región tiene una gran experiencia (calzado, prendas de vestir, textiles y mohos), y los

sectores emergentes, lo que añade valor a los sectores tradicionales a través de subsectores como el diseño, la moda, lo digital y lo multimedia.

Este sentido se crea una incubadora para el desarrollo de proyectos empresariales y empresas de alojamiento de las industrias creativas que se complementarán con una serie de talleres, estudios y salas de ensayo con espacios y servicios comunes.

Los futuros empresarios tendrán también a su disposición espacios interdisciplinarios de encuentro y convergencia creativa en áreas particulares de producción, el consumo y el disfrute, la interconexión y la sinergia entre los sectores creativos, es decir, espacios polivalentes, zonas de exposición, talleres y ateliers (moda, diseño, decoración, joyería, restauración, música, etc), residencias de artistas, junto con otras obras de infraestructura mayor y equipamientos culturales y creativos de S. João da Madeira, como la Casa de la Creatividad, el Museo del Calzado o

Museo de Tocados.

L'usine Oliva Creative est un projet qui sera essentiellement culture entrepreneuriale, la formation artistique et composants loisirs développement très important.

Installé à l'intérieur de la métallurgie ancienne Oliva, l'un des plus grand de l'histoire et le plus innovant portugais usines industrielles, l'Oliva Creative Factory va transformer la créativité et le talent devise en affaires. Pour fournir

à la fois un incubateur d'entreprises du secteur des industries créatives (design, la mode, les logiciels, la conception des produits, la conception web, multimédia, etc) et un centre d'affaires pour les entreprises matures.

Outre les entreprises, il Oliva Creative Factory dans une grande aile consacrée à l'art contemporain (qui mettra en vedette une exposition permanente et des expositions temporaires), une école de danse, des ateliers de restauration et une salle de répétition pour les pièces à afficher en grand Théâtre de la Ville, S. João da Madeira, Portugal, la Maison de la créativité.

La Oliva sera alors un pôle d'excellence dans les industries créatives, qui ont la tâche de collecte et de compétences favorisant la génération de talents créatifs et de formation, en liaison avec des centres d'excellence et des ressources, et d'une connexion significative à la réalité des affaires régionales, y compris au niveau des secteurs traditionnels dans lesquels la région dispose d'une grande expertise (chaussures, vêtements, textiles et moisissures) et au niveau des secteurs émergents, ainsi une valeur ajoutée aux secteurs traditionnels à travers les sous-secteurs tels que la conception, la mode, numérique et multimédia.

Ce sentiment est créé un incubateur pour le développement de projets d'affaires et les sociétés d'hébergement dans les industries créatives qui seront complétés par une série d'ateliers, des studios et des salles de répétition et des espaces communs et des services.

Les futurs entrepreneurs ont également offert des espaces de rencontre et interdisciplinaires convergence créative dans des domaines particuliers de la production, de la consommation et de la jouissance, et l'interconexión et la synergie entre les secteurs créatifs, à savoir, des espaces polyvalents, des espaces d'exposition, des ateliers et des ateliers (mode, conception, décoration, bijoux, restauration, musique, etc), des résidences d'artistes, en collaboration avec d'autres grandes infrastructures et les installations culturelles et créatives S. João da Madeira, comme c'est le cas de la Chambre de la créativité, le musée de la chaussure et le Musée des coiffures.



LABORATÓRIO DE CRIATIVIDADE // CREATIVITY LAB

ENTRE MARGENS Território // Territory

A Criatividade move-se a partir de desafios. Às vezes são desafios que os próprios criativos se auto impõem, outras vezes são desafios que nos são lançados.

O acto criativo é inovador no entanto o criador vai buscar inspiração ao seu património/imaginário (territorial, cultural, social, ...).

O objecto deste “trabalho” pode ser um território específico, uma região, um grupo.

Estes são alguns dos elementos necessários para gerar uma ideia, um projecto, um conceito.

Depois, há que tornar este acto criativo numa realidade; passar as ideias para o terreno. Para tal é necessário, entre outras coisas, encontrar os meios e os parceiros.

O projecto **Entre Margens** integra vários elementos desta equação criativa.

O conceito, desenhado pelo núcleo criativo da **Procur.arte**, passava por trabalhar criativamente - a partir da fotografia - um determinado território e promover a apresentação destes olhares, simultaneamente autorais e contemporâneos, no espaço público a partir dos conceitos inscritos na Agenda XXI.

Uma vez imaginado o projecto, faltava o território de implantação, os meios e sobretudo os parceiros.

Depois de procurar concretizar este projecto noutras latitudes, tivemos a “sorte” de encontrar uma entidade cujo “trabalho no território” faz parte da sua génese: o Museu do Douro (Portugal).

Esta coincidência de objectivos facilitou o acolhimento do **Entre Margens** na dinâmica das actividades desenvolvidas pelo Museu do Douro no seu território de intervenção: o Douro.

Faltavam os meios. A aprovação da candidatura ao programa ON2 – Grandes Eventos Culturais veio solucionar este importante aspecto, podendo assim o Museu do Douro (Portugal) assumir o papel de entidade promotora e principal parceiro, viabilizando a concretização do projecto.

Faltava a rede. Através do Museu do Douro o projecto foi apresentado aos municípios da região e estabeleceram-se as parcerias com diversas autarquias e entidades do Douro.

Agora só faltava concretizar o projecto. Da ideia inicial até à sua implementação houve um intervalo de 6 anos que deu espaço para reflectir e maturar o projecto. É quase o tempo de produzir um grande reserva.

Importa ressaltar alguns aspectos do projecto, do território, dos meios, da rede e da dinâmica de trabalho instalada.

O Douro é um território de grande beleza natural, com uma identidade simultaneamente marcante e fragmentada (composta por várias camadas/layers). Um espaço acolhedor e

inóspito. Um território apaixonante, com vários “pontos de vista” e extremamente fotogénico.

O cariz “prodigioso e excessivo” faz com que o Douro seja, desde sempre, uma fonte de inspiração para diversos fotógrafos e cineastas. Ao estudar o património fotográfico produzido na região deparamo-nos com um trabalho sistemático, depurado e de grande valor estético.

A existência de várias associações e clubes de fotógrafos na região do Porto potenciou a dinâmica criativa na região Norte. Em paralelo as encomendas feitas pelas caves/firmas de vinho do Porto e pelos Institutos Vinícolas permitiam sustentar esta dinâmica criativa.

Este trabalho criativo tinha uma “musa” inspiradora mesmo à mão de semear, era só subir “Douro acima”.

Hoje, através do **Entre Margens**, convidamos criadores contemporâneos a produzir uma nova leitura fotográfica sobre esta região tão inspiradora e marcante.

O meio escolhido, a fotografia, está intimamente ligado ao território. Através das lentes dos 26 fotógrafos participantes no projecto **Entre Margens** a imagem capta, traduz, interpreta e apresenta novos pontos de vista sobre o Douro.

É interessante referir que, tanto antes como agora, estes olhares são marcados pelo rio, pelo vinho, pelos caminhos (de ferro ou rodoviário) e sobretudo pelas gentes do Douro.

Quisemos partilhar esta leitura criativa e contemporânea com os públicos das 8 cidades que acolhem o projecto (Amarante, Lamego, Mirandela, Peso da Régua, Porto, Santa Marta de Penaguião, Vila Nova de Gaia e Vila Real). A nossa opção foi trazer para a praça pública obras que geralmente estão confinadas aos espaços museológicos e galerias.

Neste sentido cada cidade acolhe

uma instalação site specific, com as fotografias produzidas na região pelos fotógrafos do projecto.

Marcadas por uma forte componente cenográfica e impactu visual, cada exposição desconstrói a relação entre o público e a obra exposta e permite aos visitantes “passear” pelo território e pelo olhar de cada criador.

Esta dessacralização da obra de arte opera-se junto do público e dos criadores.

A componente expositiva é complementada por espectáculos, concertos, conferências, eventos gastronómicos e vínicos direccionados aos públicos das cidades parceiras.

Finalmente é fundamental sublinhar alguns factores estruturantes do projecto:

- A ligação próxima e nuclear entre o Museu do Douro (Portugal) – entidade promotora e representante institucional - e a Procur.arte – autora e executante;

- A dinâmica de trabalho em rede, uma opção conceptual, metodológica e não uma necessidade fruto das circunstâncias;

- As parcerias activas e empenhadas das 8 autarquias. O facto de contribuírem financeiramente gera um maior envolvimento dos próprios parceiros e, em simultâneo, uma maior responsabilização do projecto perante eles. Vale a pena ressaltar que este projecto integra municípios que, apesar de estarem localizados na mesma região, não têm o hábito de trabalhar em rede. É a cultura a criar “pontes” onde não havia comunicação;

- A integração de outras entidades e grupos de modo a viabilizar e potenciar as acções programadas no âmbito do projecto;

Só a conjugação destes factores permitiu expor os trabalhos de 20 fotógrafos em 8 cidades/exposições e a realização de 25 espectáculos apenas em 2012.

Este projecto tem ainda a mais-valia de poder representar a região fora do seu território mais restrito, e foi o que aconteceu em Maio de 2012 quando o projecto **Entre Margens** marcou presença na cidade de Bordéus, França.

Entre Margens é um projecto de inovação e criatividade, que intervém num território específico, com uma identidade marcante e um património único – passado e futuro. Os frutos gerados por todo este processo criativo, participativo e inclusivo vão perdurar ao longo dos anos. O que importa não são apenas os números significativos e imediatos de visitantes das exposições e espectadores dos espectáculos, mas sim o efeito desmultiplicador que este projecto poderá ter na região junto dos seus agentes activos (sociais, económicos e culturais) e das “suas gentes”.

Nuno Ricou Salgado

ATIVIDADE



Creativity surges from challenges. Sometimes they're challenges that artists give themselves, sometimes they're challenges that are given to us. The act of creation is innovating, yet the creator gets their inspiration from their patrimony/universe of imagination (territorial, cultural, social...).

The object of this "work" may be a specific territory, a region, a group. These are some of the necessary elements to create an idea, a project, a concept. Then we have to turn this act of creation into reality: move the ideas to the field. For such we have to, among other things, find the means and the partners.

The **Entre Margens** project reunites several elements of that creative equation.

The concept, designed by **Procur. arte's** creative core, would go from working creatively – through photography – a certain territory, to promoting the presentation of those views, both authorial and contemporary, in a public space stemming from the concepts from Agenda XXI.

Once the project was thought over, we were missing the place to grow it, means and, especially, partners.

After trying to work this project in other places, we were "lucky" to find something else whose "work field" was part of its birth: the Douro Museum (Portugal).

This concurrence of objectives allowed for **Entre Margens** to become part of the activities developed by the Douro Museum exactly where its field of actions is: the Douro region.

There were means lacking. The candidacy's approval to the ON2 – Great Cultural Events – program fixed this important part, thus letting the Douro Museum to become the promoter and main partner, allowing the concretization of the project.

There was a network lacking. Through the Douro Museum the project was presented to the region's municipalities and partnerships with several parishes and corporations from the Douro region were made.

Now all that was lacking was the project's actual concretization. From the first idea to its execution there was a 6-year gap that allowed the project

to be thought over and mature. It's almost the time needed to make a Grand Reserve.

Some aspects about the project, the field, the means, the network and how everything functions should be pointed out.

The Douro region is a place of great natural beauty, with an identity at the same time poignant and fragmented (made of several layers). A place that welcomes you and it's inhospitable. A riveting territory full of different points of view and that is extremely photogenic.

With this wonderful nature of excesses the Douro region has always been a source of inspiration for several photographers and film-makers. When one studies the photographic patrimony taken in the region we encounter a systematic and refined body of work with great esthetical value.

This creative dynamism in the northern region was made possible by the many clubs and groups of photographers in and around the city of Porto. Also, the requests made by the portwine cellars and the wineries managed to fund this creative surge.

All this artistic work had an inspiration just round the corner, as one only needs to sail up the Douro River.

Now, through **Entre Margens**, we've invited contemporary artists to create a new photographic look over such an inspiring and poignant region.

The chosen medium, photography, is intimately connected to the territory.

Through the lenses of the 26 photographers taking part in the **Entre Margens** project the image captures,

translates, interprets and gives new points of view on the Douro region.

It's interesting to point out that, just as before, these new views are tainted by the river, the wine, the paths (the rail and the roads) and, especially, by the people of the Douro region.

We wanted to share this artistic and contemporary look with the audience of the 8 cities that welcome the project (Amarante, Lamego, Mirandela, Peso da Régua, Porto, Santa Marta de Penaguião, Vila Nova de Gaia e Vila Real). We decided to bring to the street works that would generally be confined to museums and galleries.

This means that each city gets an installation site with the photographs made in the region by the photographers of the project.

Marked by a strong theatrical side and visual impact, each show deconstructs the relationship between the audience and work of art and allows the visitors to "promenade" through the territory and view of each artist.

This desecration of the work of art happens by the audience and its own makers. The exhibition is complemented by shows, concerts, conferences and food and events directed to the audiences of the cities that take part.

Finally it's fundamental to point out the structural aspects of the project:

-The close and nuclear connection between the Douro Museum (Portugal) – the promoting corporation and institutional proxy – and Procur.arte – creator and producer;

- Networking as a conceptual option, a method and not a necessity arising from the circumstances;

-The active and proactive partnerships between the 8 municipalities. The fact that they helped funding brings a greater involvement from the partners themselves and, at the same time, a greater sense of responsibility towards them. It should be noted that this project reunites municipalities that, while being in the same region, they aren't used to working together. Art building bridges were there was no communication before;

-The integration of other corporations and groups as a way to make viable and possible all that was schedule for



the project.

Only the action of these combined factors made it possible to exhibit the works of 20 photographers in cities/venues and to present 25 shows just in 2012.

This project also allows for the region to be represented outside its own territory as it happened in 2012, when **Entre Margens** went to the city of Bordeaux, France.

Entre Margens is an innovative and creative project, that happens in a specific place, with a striking identity and a one-of-a-kind patrimony – past and future. What we'll gain from all that was generated during all this process of creativity, participation and inclusion will live on for years to come. What matters aren't the big and direct numbers of visitors that the exhibitions and shows have, but the aggregating effect that this project can have in the region among its active agents (social, economic and cultural) and its people.

Nuno Ricou Salgado

LABORATÓRIO DE CRI // CREATIVITY LAB

ENTRE MARGENS Territorio // Territoire



La Creatividad surge de los desafíos. En ocasiones son desafíos que los propios creativos se auto imponen, otras veces son desafíos que llegan de fuera.

El acto creativo es innovador, sin embargo, la inspiración del creador la encuentra en su patrimonio, su imaginario (territorial, cultural, social...).

El objeto de este “trabajo” puede ser un territorio específico, una región, un grupo.

Estos son algunos de los elementos necesarios para generar una idea, un proyecto, un concepto.

Luego están los que convierten el acto creativo en una realidad, trasladando las ideas al terreno. Esto requiere, entre otras cosas, encontrar los medios y socios.

El proyecto **Entre Márgenes** integra los diversos elementos de esta ecuación creativa.

El concepto, diseñado por el núcleo creativo de **Procur. arte**, trata de trabajar de forma creativa –a partir de la fotografía - un territorio particular y promover la presentación de estas miradas de autor y contemporáneas, en un espacio público a partir de los líneas marcadas en la Agenda XXI.

Una vez imaginado el proyecto carecía de territorio para su implantación, los medios, y en especial socios.

Después intentar realizar este proyecto en otras latitudes, hemos tenido la “suerte” de encontrar una entidad cuyo “trabajo interno” es parte de su génesis: el Museo del Duero (Portugal).

Esta coincidencia de objetivos facilitó la entrada de Entre Márgenes en la multitud de actividades dinámicas realizadas por el Museo del Duero su territorio de intervención: el Duero.

Faltaban medios. La aprobación de la solicitud del programa ON2 - Grandes Eventos Culturales, vino a resolver este importante aspecto, pudiendo así el Museo asumir el papel de promotor y socio principal, que permitió la realización del proyecto. Carecía de red. A través del Museo del Duero el proyecto fue presentado a los municipios en la región y se establecieron estas alianzas con diversos organismos y entidades del Duero.

Ahora lo único que se necesitaba era realizar el proyecto. Desde la idea inicial hasta su implementación hubo un intervalo de seis años que dieron espacio para la reflexión y la maduración el proyecto. Es casi la hora de producir una gran reserva.

Se resaltaban algunos aspectos del proyecto, la planificación, los medios, la red y la dinámica de trabajo instalada.

El Duero es un área de gran belleza natural, con una identidad al mismo tiempo sorprendente y fragmentada, compuesto por varias capas. Acogedor e inhóspito, es un territorio fascinante, con varios “puntos de vista” extremadamente fotogénicos.

La naturaleza “prodigiosa y excesiva” hace que el Duero haya sido siempre una fuente de inspiración para muchos fotógrafos y cineastas. Al estudiar la herencia fotográfica producida en la región nos encontramos con un trabajo sistemático, depurado y de gran valor estético.

La existencia de clubes y asociaciones de fotógrafos de la región de Oporto mejoró la dinámica creativa en la región del Norte. En paralelo, las indicaciones realizadas por firmas relacionadas del vino de Oporto y las instituciones vinícolas han mantenido la dinámica creativa.

Este trabajo creativo tuvo un carácter inspirador, y nos hizo viajar hasta las cimas del Duero.

Hoy en día, a través de **Entre Márgenes**, se invita a creadores contemporáneos a producir una nueva lectura fotográfica sobre esta región tan inspiradora y notable.

El medio elegido, la fotografía, está íntimamente ligada al territorio. A través de la lente de los 26 fotógrafos que participan en el proyecto y sus capturas se presentan nuevos puntos de vista sobre el Duero.

Es interesante observar que, como ahora, estas miradas están marcadas por el río, el vino, los caminos (o el camino de hierro), y especialmente por la gente del Duero.

Queríamos compartir esta lectura creativa y contemporánea con el público en las 8 ciudades sede del proyecto (Amarante, Lamego, Mirandela, Peso da Régua, Porto, Santa Marta de Penaguião, Vila Nova de Gaia e Vila Real). Nuestra opción fue traer las obras de dominio público que suelen limitarse a las galerías y los espacios del museo.

En este sentido, cada ciudad es sede con una instalación específica con las fotografías tomadas por los fotógrafos del proyecto.

Marcado por un fuerte impacto escenográfico y visual, cada exposición deconstruye la relación entre el público y la obra y permite a los visitantes “caminar” por el territorio y por la mirada de cada creador.

Esta profanación de la obra de arte junta al público y a los creadores.

La exposición se complementa con programas de componentes, conciertos, conferencias, cenas y eventos dirigidos a los públicos de las ciudades socias.

Por último, es importante destacar algunas características estructurales del proyecto:

- La estrecha relación el Museo del Duero – entidad promotora y representante institucional - y **Procur.arte** - autor e intérprete;

- La dinámica de trabajo en red, una opción conceptual, metodológica y no un producto de las circunstancias;

- La asociación activa y comprometida de los 8 municipios. El hecho de que contribuyan financieramente genera una mayor implicación de los propios socios y, al mismo tiempo, una mayor rendición de cuentas del proyecto ante ellos. Vale la pena mencionar que este proyecto incluye municipios que a pesar de estar situados en la misma región no tienen el hábito del trabajo en red. Es la cultura de crear “puentes”, donde antes no había comunicación;

- La integración de otras agencias y grupos para facilitar y mejorar las actividades previstas en el proyecto;

La combinación de estos factores permitió exponer las obras de 20 fotógrafos en 8 ciudades/exposiciones y la realización de 25 actuaciones sólo en 2012.

Este proyecto también tiene la ventaja añadida de ser capaz de representar a la región fuera de su territorio más estrecho, y eso es lo que ocurrió en mayo de 2012, cuando los **Entre Márgenes** asistió a la ciudad de Burdeos, Francia.

Entre Márgenes es un proyecto de innovación y creatividad que en un territorio específico, con una fuerte identidad y un patrimonio único - el pasado y el futuro. Los frutos producidos por este proceso creativo, participativo e incluyente perdurará a través de los años. Lo que importa no es sólo el número inmediato y significativo de visitantes y expectadores en exposición y espectáculos, sino el efecto a escala que este proyecto podría tener entre los agentes activos (sociales, económicos y culturales) de la región y “su gente”.

Nuno Ricou Salgado

ATIVIDADE



La créativité tient du défis. Certaines fois, la créativité provient des défis que les créateurs s'imposent, d'autres fois de ceux qu'on leur soumet.

L'acte de création est toujours une innovation, cependant, le créateur puise son inspiration de son propre univers, son héritage personnel culturel et social, son imaginaire.

L'objet de ce «travail», cette "production", peut être un territoire spécifique, une région, un groupe.

Ce sont quelques-uns des éléments nécessaires pour générer une idée, un projet, un concept.

Dans un second temps, l'acte de création doit être transformé en réalité : concrétiser les idées, ce qui nécessite, entre autres choses, de trouver les bons moyens et les bons partenaires.

Le projet "Entre Margens" (Entre les marges) intègre ces différents paramètres de l'équation de la création.

Le concept, mis en place par l'équipe "Procur.arte's", est de travailler, à travers la photographie - sur un territoire donné et de promouvoir les visions d'auteurs contemporains dans l'espace public en se basant sur les notions et concepts développées par l'Agenda XXI.

Une fois le projet imaginé, il nous manquait le territoire où le mettre en place et en particulier, les partenaires nécessaires à son déploiement.

Après avoir cherché à réaliser ce projet sous d'autres latitudes, nous avons eu la "chance" de trouver une structure dont le travail repose sur les objectifs énoncés : le Musée du Douro.

Cette cohérence dans nos objectifs créatifs a permis à l'équipe d'Entre Margens de s'intégrer parmi la multitude des activités développées par le Musée du Douro et en particulier sur son territoire d'intervention : le fleuve Douro.

Cependant, certains moyens financiers manquaient encore. Cet aspect important a été solutionné par l'approbation de notre demande d'adhésion au programme ON2 qui couvre des grands événements culturels en permettant au Musée du Douro de devenir le promoteur et partenaire principal de notre projet, ce qui a permis sa réalisation.

La seconde nécessité était le "réseau". Le projet a été présenté par le Musée du Douro aux municipalités de la région afin de mettre en place des partenariats avec divers organismes et entités du territoire du Douro.

Une fois cela mis en place, nous avions tout les éléments nécessaires à la bonne réalisation du projet. Six ans ont été nécessaires entre l'idée initiale du projet et sa mise en oeuvre. Ces six années ont permis la réflexion indispensable pour faire mûrir le projet.

La région du Douro est d'une grande richesse naturelle et marquée par une identité forte, c'est un territoire captivant composé de paysages variés particulièrement "photogéniques".

Les paysages naturels de la région du Douro ont toujours été une source d'inspiration pour de nombreux photographes et cinéastes. En étudiant le patrimoine photographique produit dans la région on se retrouve confronté à cette esthétique particulière de grande qualité.

Cette dynamique créative est rendue possible par l'existence d'un grand nombre de clubs et d'associations de photographes, en particulier dans la région de Porto. De plus, ces initiatives sont soutenues et encouragées par les producteurs de vin de Porto à travers la promotion des caves et des vignobles.

A ce jour, à travers l'équipe Entre Margens, nous avons invité des créateurs à opter pour une nouvelle lecture, à travers leurs productions, de cette inspirante région.

Le support choisi, la photographie, est intimement liée au territoire. Le projet d'Entre Margens permet, à travers les objectifs de 26 photographes de présenter de nouveaux points de vue sur la région du Douro.

Il est intéressant de noter que, comme par le passé, ces nouveaux regards sont marqués par le fleuve, le vin, les sentiers et voies (routières ou de chemin de fer) mais surtout par les autochtones.

Nous avons voulu partager cette lecture créative et contemporaine avec le public de 8 villes accueillant le projet (Amarante, Lamego, Miranda-la, souverain Poids, Porto, Santa Marta de Penaguião, Vila Nova de Gaia et Vila Real). Notre parti pris était d'intégrer ces oeuvres, habituellement confinées dans des galeries ou des musées, dans l'espace public.

Ainsi, chaque ville accueille une installation in situ avec les photographies prises par des photographes dans la région.

Marquée par un fort impact scénographique et visuel, chaque exposition déconstruit la relation entre le public et les oeuvres et permet aux visiteurs de «marcher» à travers le territoire à travers le regard de chaque créateur.

Les expositions sont complétées différentes comme des performances, des concerts, et des conférences organisés par les municipalités organisatrices auxquels participent le public.

Enfin, il est important de souligner certains aspects structurels du projet : - Le lien étroit entre le Musée du Douro - en tant que structure productrice - et Procur.arte - auteur et interprète;

La dynamique du réseau envisagé, en terme méthodologique, de manière conceptuelle une option conceptuelle, méthodologique et non comme un produit de nécessité.

Les partenariats pro-actifs engagés des huit municipalités. Le fait qu'ils contribuent financièrement génère une plus grande implication des partenaires eux-mêmes et permet, en même temps, une plus grande responsabilisation au profit du projet. Notons que ce projet englobe plusieurs municipalités, qui, bien qu'elles soient situées dans la même région n'ont pas l'habitude du travail en réseau. L'objectif est alors de créer des synergies là où il n'existait pas de



communication entre elles.

L'intégration d'autres organismes et structures afin de faciliter et de renforcer les activités prévues dans le cadre du projet;

C'est l'association de ces différents facteurs qui a permis d'exposer les oeuvres de 20 photographes dans 8 villes et d'organiser 25 représentations pendant la seule année 2012.

Ce projet a également l'avantage supplémentaire d'être en mesure de représenter la région en dehors de son territoire restreint, comme par exemple en France, à Bordeaux en 2012.

Entre Margens est un projet novateur impliquant toute la créativité d'un territoire à l'identité forte et marquée par un patrimoine unique. Les résultats produits par l'ensemble du processus créatif et participatif à ce projet persisteront au fil des ans. Ce qui importe, ce n'est pas seulement le nombre important de visiteurs à l'exposition et aux spectacles, mais l'effet d'échelle que ce projet peut engendrer dans la région, à la fois auprès des organisateurs (structures sociales, économique et culturelles), créateurs que du public.

Nuno Ricou Salgado

Nuno Ricou Salgado a travaillé dès 16 ans dans les domaines de l'audio-visuel, du théâtre et des spectacles en général auprès de Chapitô.

En 2005, il fonde avec d'autres créateurs, l'association culturelle Procur.arte.

Procur.arte développe diverses activités liées à la culture.

Parmi les autres faits marquants sont les suivants:

- Pisa-Paéis - Un guide pour les performances artistiques

- Formas - une Plate-forme pour la promotion des arts de la scène développée à Tavira

- Entre Marges (Entre les Marges) - Projet de mise en images de la région du Douro, développement d'événements et de performances dans l'espace public

NA FORJA // IN THE FORGE

Caminhos Festival de Cinema



Caminhos voltam a receber todo o Cinema Português.

O festival Caminhos do Cinema Português recebeu até 15 de Setembro de 2012 inscrições de filmes e argumentos para selecção nas secções: Secção Competitiva, Ensaios Visuais e Coimbra Filma-se.

Mostrar novamente ao país o que de melhor se produz ao nível cinematográfico em Portugal, numa perspectiva de mostrar todo o cinema português foi o objectivo. Do cinema

de escola aos profissionais todos têm direito à exibição das suas obras num espírito de comunhão com os diferentes públicos.

O festival Caminhos do Cinema Português afirmou-se como a referência na promoção, divulgação e formação do Cinema Português, atraindo anualmente os diferentes públicos para as suas salas e premiando todo o cinema português. Ao longo das XVIII edições do festival orgulhamo-nos de ter recebido em Coimbra os principais criadores e as principais obras do cinema português, conferindo-lhes para além de um espaço de exibição, acima de tudo um espaço alicerçado na discussão e no convívio com os seus congéneres, mas igualmente com o público.

A qualidade dos filmes inscritos ao longo das diversas edições do Festival aliados à qualidade das diversas equipas de júris, motivam a organi-

zação a mais um ano de trabalho tornando Coimbra a Capital do Cinema Português.

“O Festival Caminhos do Cinema Português tem dado um contributo muito importante na sensibilização dos públicos para a qualidade do cinema nacional, sendo de ano para ano, notória a maior aceitação do público perante as boas produções nacionais. Para isso contribui o crescente reconhecimento internacional que os filmes portugueses têm tido, mas também o trabalho dentro de portas de organizações como a do Festival Caminhos do Cinema Português.” - Pedro Passos Coelho—Primeiro-Ministro do Governo da República Portuguesa
Somos o festival que congrega, em cada edição, o conjunto de todos os géneros cinematográficos desde a longa-metragem à animação, permitindo através das diferentes secções um acesso de todos os cri-

adores, sejam os mesmos consagrados ou em início de carreira. Este é um elemento essencial que confere identidade ao evento e projecto, mais além no panorama dos festivais existentes no contexto nacional. Acresce a isso a forte componente formativa do evento, paradoxalmente, no seio de uma Universidade que pouco espaço comporta ao ensino prático das artes, em geral, e do cinema, em particular. De forma a colmatar uma lacuna do ensino do cinema na região centro lançamos a segunda edição do curso Cinemalogia — Da Ideia ao Filme. Neste curso de iniciação à realização cinematográfica, pretende-se transmitir os principais conhecimentos e desenvolver as principais competências, quer do ponto de vista técnico, quer artístico, necessários à realização de um projecto cinematográfico, desde a concepção e desenvolvimento de uma ideia de ficção original à sua exibição numa sala de cinema, habilitando os formandos a produzirem uma curta-metragem, usando os conhecimentos de produção de vídeo digital conseguidos ao longo da formação. Os temas abordados nesta segunda edição compreendem uma introdução teórica desde a história do cinema, passando pela linguagem cinematográfica e argumento até ao momento da pré-produção sem des-



Da rodagem até à exibição do filme é ainda necessário abordar temas como a cinematografia, o som, a direcção de arte e actores até chegar à rodagem onde todos os momentos são eternizados. O trabalho de pós-produção cinematográfico é por ventura o mais desconhecido do grande público, mas é aqui com o trabalho de montagem que se define o tom e a narrativa final. Da abordagem teórica até à mistura final, todos os processos de produção de um filme irão ser lecionados em Coimbra até 1 de Junho de 2013.

Sessões Competitivas, Ensaios Visuais, Cinema do Mundo, Caminhos Juniores, Coimbra Filma-se, Filmes d' minuto, Cinemalogia, Colóquios, After-Parties, ..., são muitas as razões para que conheça e viva todo o Cinema Português!

Vítor Ferreira (Director do festival Caminhos do Cinema Português, vitor.ferreira@caminhos.info)

Vítor Ferreira, é director do Festival Caminhos do Cinema Português desde a sua sétima edição, dirigindo durante onze anos consecutivos aquele que é o único Festival exclusivamente dedicado ao cinema Português.

Da sua experiência salienta-se o financiamento do festival, elaboração de projectos e a gestão dos recursos materiais e humanos que possibilitam realizar um evento cada vez mais profissional realizado por voluntários.

É Mestre em Política Cultural Autárquica, e especialista em Gestão e Programação do Património Cultural, licenciado em Línguas Modernas é actualmente aluno do Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.



The Caminhos do Cinema Português film festival received applications by September the 15th 2012 for movies and arguments for selection in the following sections: Official Competition, Visual Essays and Shoot Coimbra.

The main goal was to show again all the Portuguese Cinema produced last year. From school films to professionals all have the right to display their works in a spirit of communion with the different audiences .

The Caminhos do Cinema Português film festival has established itself as the reference in the promotion, dissemination and training of Portuguese Cinema. Annually thousands of people come to Coimbra attracting different audiences to its rooms and rewarding all Portuguese movies. Throughout the previous XVIII editions of the festival we are proud to have received in Coimbra leading creators and major works of Portuguese cinema, giving them besides an exhibition room, a space grounded in discussion and familiarity not only with their counterparts, but also with the public.

The quality of the films entered through the various editions of the Festival together with the quality of the different jury teams; motivate the organization to another year of volunteering in order to establish Coimbra as the capital of Portuguese Cinema.

"This festival has been giving a very important contribute sensitizing the public to the quality of national cinema, being notorious the acceptance of the audience from year to year, due to the good national productions. For this contributes the growth of the international recognition that the Portuguese movies are having, but also the indoors work form organizations like the one from Caminhos do Cinema Português film festival" - Pedro Passos Coelho — Prime-Minister of Portuguese Republic.

This festival brings together, in each edition, different film genres from featured film to animation, allowing through the different festival's sections the access to all creators to be consecrated. This is an essential element which gives identity to this event and projects beyond the existing panorama of festivals in the Portuguese context. The festival also provides a strong training component throughout the year with the training program which contemplates the creative process from the idea to the film. The training ground is a unique offer in Coimbra being the only chance to learn cinema not only in theoretical terms, but also producing, directing and editing an original film. To do such there is Cinemalogia 2 — from the idea to the film. In this introductory course on filmmaking, it is intended to convey the key knowledge and develop core competencies, both from a technical standpoint, and artistic, required to complete a film project, from design and development of an original idea of fiction its display in a cinema hall, enabling students to produce a short film, using the knowledge of digital video production achieved over training. The topics covered in this second edition include a theoretical introduction of the history of cinema, film language and passing the argument until the pre-production without neglecting the financing and legal aspects. From shooting to show the film is still a need to address issues such as cinematography, sound, art direction and actors to reach the road where all moments are immortalized. The work of post-production film is perchance the most unknown to the public, but here's the assembly work that sets the tone and end narrative. Theoretical approach to the final mix, all processes of production of a movie will be taught in Coimbra until 1 of June 2013.

Official selection, Visual essays, World cinema, Caminhos Juniores, Shoot Coimbra, One minute film, Cinemalogia, conferences, after-parties, ..., there are many reasons to know and live all the Portuguese Cinema!

Vítor Ferreira (Director of Caminhos do Cinema Português, vitor.ferreira@caminhos.info)

Vítor Ferreira is the director of Caminhos do Cinema Português film festival since the seventh edition, leading the organization for eleven consecutive years of the only film festival dedicated exclusively to Portuguese cinema.

His experience is important to emphasize the funding of the festival, project development and management of human and material resources to carry a professional event increasingly performance by volunteers.

Master in Municipal Cultural Policies and specialist in Management and Programming for Cultural Heritage, graduated in Modern Languages is currently a PhD student in Tourism, Leisure and Culture in the Faculty of Arts and Humanities of the University of Coimbra.



NA FORJA // IN THE FORGE

Caminhos Portuguese film festival



Formas de obtener de nuevo todo el cine portugués
El Festival Caminhos del Cine Portugués recibieron hasta 15 de septiembre 2012 solicitudes y argumentos para su selección de películas en las secciones: Sección Competitiva, Ensayos Visuales y Coimbra se filma.

Una vez más a mostrar al país lo mejor que se produce a nivel cinematográfico en Portugal, con el fin de mostrar la totalidad del cine portugués era el objetivo. Del cine de escuela hasta los profesionales todos tienen derecho a exponer sus obras en un espíritu de comunión con los diferentes públicos.

El Festival Caminhos del Cine Portugués se ha consolidado como referencia en la promoción, difusión y formación del cine portugués, y anualmente atrae a públicos diferentes a sus salas y premian a todo el cine portugués. A lo largo de la decimoctava edición del festival nos sentimos orgullosos de haber recibido a los principales creadores de Coimbra y las obras más importantes del cine portugués, dándoles además un espacio de exposición, de discusión y socialización con sus compañeros, además de con el público.

La calidad de las películas que entraban a través de las distintas ediciones del Festival, junto con la calidad de los jueces, motivó a la organización a un año más de trabajo para que Coimbra convertirse en la capital del cine portugués.

“El Festival Caminhos del Cine Portugués ha hecho una contribución muy importante a la conciencia pública sobre la calidad del cine nacional, y cada año, la aceptación del público de las producciones nacionales es cada vez mejor. Esto contribuye al creciente reconocimiento internacional que las películas portuguesas tienen, gracias al trabajo interno de organizaciones tales como El Festival Caminhos del Cine Portugués.” - Pedro Passos Coelho – Primer Ministro de Portugal

Somos un festival que reúne en cada edición al conjunto de géneros cinematográficos, desde largometrajes hasta animación, lo que permite diferentes secciones gracias a la variedad de creadores, uos consagrados y otros en el comienzo de sus carreras. Este elemento da identidad al

evento y al proyecto, yendo más allá que el resto de los festivales nacionales. A esto se añade el fuerte componente formativo del evento, paradójicamente, bajo el auspicio de una Universidad que dedica poco espacio a la enseñanza artística, en general, y del cine y el teatro en particular. Con el fin de llenar el vacío en la enseñanza del cine, el centro puso en marcha la segunda edición del curso Cinematología - De la idea al cine. En este curso de introducción a la cinematografía, se pretende transmitir los conocimientos clave y desarrollar las competencias básicas, tanto desde el punto de vista técnico como artístico, necesarias para completar un proyecto de película, desde el diseño y desarrollo de una idea original hasta la ficción en pantalla o teatro, lo que permite a los estudiantes producir cortometrajes, utilizando el conocimiento de la producción de vídeo digital logrado en la formación. Los temas tratados en esta segunda edición incluyen una introducción teórica a partir de la historia del cine y el lenguaje cinematográfico, pasando por el guión hasta que la pre-producción, sin dejar de lado la financiación y los aspectos legales. Desde el rodaje hasta la exhibición de la película sigue siendo necesario abordar cuestiones como la cinematografía, el sonido, la dirección artística y los actores para llegar al Festival Caminhos, donde todos los momentos son immortalizados. El trabajo de postproducción es tal vez el más desconocido para el público, pero aquí está el trabajo de montaje que fija el tono y el final narrativo. La aproximación teórica al montaje final y de todos los procesos de producción de una película se impartirán en Coimbra el 1 de junio de 2013.

Sesiones Competitivas, Pruebas Vi-

suales, Cine Internacional, Caminhos Juveniles, Coimbra se filma, Películas diminutas, Coloquios, After-Parties, ... muchas razones para que vengan a conocer y vivir todo el cine portugués !
Victor Ferreira (Director del Festival Caminhos del Cine Portugués, vitor.ferreira@caminhos.info)

Vitor Ferreira, es el director del Festival Caminhos del Cine Portugués desde su séptima edición, y lleva dirigiéndolo durante once años consecutivos un Festival exclusivamente dedicado al cine portugués.

De su experiencia destaca la financiación del festival, la elaboración de proyectos y la gestión de los recursos humanos y materiales que permitan organizar un evento cada año más profesional pero realizado por voluntarios.

Es profesor de Política Cultural y especialista en Gestión y Programación del Patrimonio Cultural, se graduó en Lenguas Modernas y es actualmente estudiante de Doctorado en Turismo, Ocio y Cultura en la Facultad de Letras de la Universidad de Coimbra.



Les façons d'obtenir tout le cinéma portugais

Les Chemins portugais Film Festival reçus jusqu'au 15 Septembre 2012 les demandes des films et des arguments pour la sélection dans les sections: la Section de la concurrence, des essais et de Coimbra visuelle monte en flèche. Montrent à nouveau le pays qui produit le meilleur niveau cinématographique au Portugal, en vue de montrer le cinéma portugais ensemble était l'objectif. De l'école de cinéma de tous les professionnels ont le droit d'exposer leurs œuvres dans un esprit de communion avec les différents publics.

Les Chemins du Festival de cinéma portugais s'est imposé comme la référence en matière de promotion, de diffusion et de formation de cinéma portugais, chaque année d'attirer des publics différents dans leurs chambres et de récompenser tout le cinéma portugais. Tout au long du dix-huitième édition du festival, nous sommes fiers d'avoir reçu en Coimbra créateurs de premier plan et des grands projets de cinéma portugais, en plus de leur donner un espace d'affichage au-dessus de tout l'espace d'une mise à la terre à la discussion et à socialiser avec leurs homologues, mais aussi avec le public.

La qualité des films présentés dans les différentes éditions

du Festival ainsi que la qualité des différentes équipes de juges, de motiver l'organisation à une autre année de travail Coimbra devenir la capitale du cinéma portugais.

«Les Voies du Festival de cinéma portugais a apporté une contribution très importante à la sensibilisation du public à la qualité du cinéma national, et d'année en année, la plupart d'acceptation notoire du public avant les bonnes productions nationales. Cela contribue à la reconnaissance internationale croissante que les films portugais ont eu, mais aussi de travailler à l'intérieur des organisations telles que les chemins portugais Film Festival » - Pedro Passos Coelho - Le Premier ministre du gouvernement de la République portugaise

Nous sommes le festival qui réunit, à chaque édition, l'ensemble de tous les

genres de films de long métrage d'animation, permettant différentes sections à travers l'accès de tous les créateurs, ils sont consacrés ou au début de carrière. Il s'agit d'un élément essentiel qui donne une identité à l'événement et dépassent le panorama actuel de festivals dans le contexte national. Ajoutez à cela un solide volet formation de l'événement, paradoxalement, dans un petit espace qui se comporte arts pratiques d'enseignement universitaire en général et le théâtre en particulier. Afin de combler une lacune dans l'enseignement du cinéma dans le centre de lancement de la deuxième édition du cours Cinemalogia - De l'idée au film. Dans ce cours d'introduction sur le cinéma, il est prévu de transmettre les connaissances clés et développer les compétences de base, à la fois d'un point de vue technique, que ce soit artistique, nécessaire pour compléter un projet de film, de la conception et du développement d'une idée originale de la fiction son affichage dans un théâtre, ce qui permet aux apprenants de réaliser un court métrage, en utilisant les connaissances de la production vidéo numérique réalisé au cours de la formation. Les sujets abordés dans cette seconde édition d'une introduction théorique à partir de l'histoire du cinéma, film en langue et en passant l'argument jusqu'à ce que la pré-production sans pour autant négliger le financement et les aspects juridiques. De la prise de vue pour afficher le film est encore nécessaire d'aborder des questions telles que le cinéma, le son, direction artistique et les acteurs pour atteindre la route où tous les moments sont immortalisés. Le travail de post-production du film est peut-être la plus connue du grand public, mais voici le travail d'assemblage qui donne le ton et la fin récit. Approche théorique au mixage final, tous les processus de production d'un film sera enseigné à Coimbra jusqu'à Juin 1, 2013.

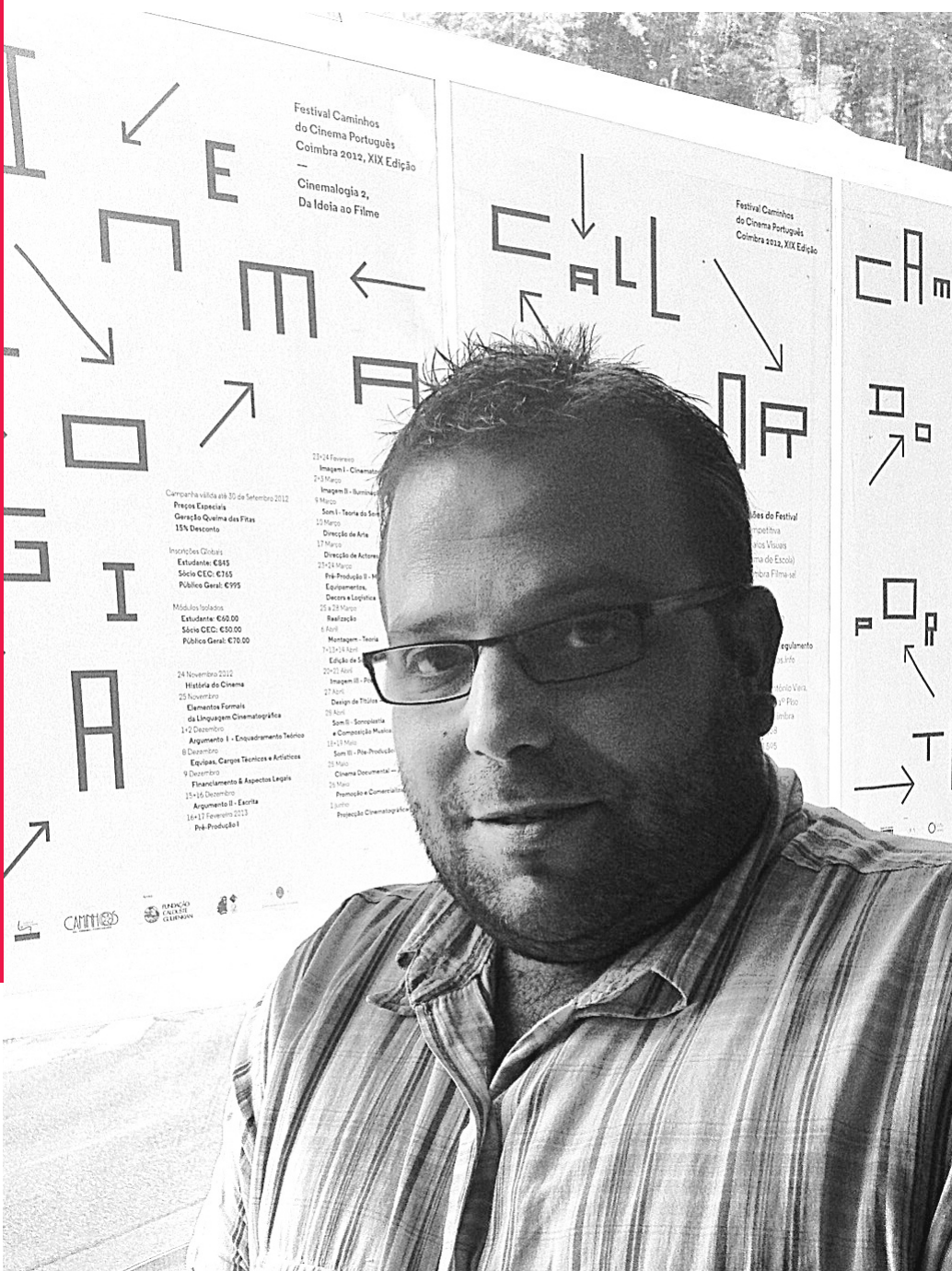
Sessions de concurrence, contrôle visuel, le cinéma mondial, les parcours des jeunes, Coimbra monte en flèche, Films d'Cinemalogia minute, Colóquios, après-Parties, ..., il ya plusieurs raisons pour lesquelles appris à connaître et à vivre ensemble le cinéma portugais !

Victor Ferreira (Directeur des Routes du film portugais Festival, vitor.ferreira @ caminhos.info)

Vitor Ferreira, est le directeur des Chemins de cinéma portugais Festival depuis sa septième édition, la conduite pendant onze années consécutives que c'est le seul festival de cinéma dédié exclusivement aux Portugais.

De son expérience met en évidence le financement du projet de développement du festival, et la gestion des ressources humaines et matérielles qui permettent à accueillir un événement de plus en plus professionnel fait par des bénévoles.

Master en politique culturelle municipale et spécialiste de la gestion et de la programmation pour le patrimoine culturel, est diplômé en langues modernes est actuellement un étudiant de Doutouramento dans le tourisme, les loisirs et la culture à la Faculté des Lettres de l'Université de Coimbra.



NA FORJA // IN THE FORGE

Festival Internacional Animação ANIMACAM cumpre 5 anos



O FESTIVAL INTERNACIONAL DE ANIMAÇÃO ONLINE CUMPRE 5 ANOS NA REDE ESTREANDO SEDE E PRESENÇA FÍSICA NA GALIZA/ESPANHA

Para comemorar os cinco anos de vida, o Festival prepara 365 dias de difusão, tanto para os seus seguidores online, como para o público na Galiza, que este ano pode ser espectador presencial.

Desde 2008, quando nasce o Festival, foi teima da Organização crescer a cada ano com os seus seguidores, contribuindo com novidades e melhorias para o projeto. Em 2012, são dois os objectivos mais ambiciosos: ter sede própria para o público na Galiza e programar actividades com prémios durante o ano inteiro, sempre divulgando tudo em tempo real no site do Festival na Internet: www.animacam.tv

O MUSEU DE ARTE CONTEMPORÂNEA GÁS NATURAL FENOSA NA CORUNHA SEDE "FINALISTAS DO FESTIVAL"

Além de ser um dos novos patrocinadores que com o seu apoio torna possível o Animacam V Edição 2012, será a sede onde se exibirão os filmes finalistas do concurso. Concluída a fase de recepção dos filmes (de 1 de Outubro a 31 de Dezembro de 2012), o público assistente do Museu, a 8 e 9 de Fevereiro de 2013, terá o privilégio de agir como júri com seu voto, para conceder o Prémio de Melhor Filme Internacional de Animação 2012. Posteriormente, durante os meses de Março e Abril, o Museu terá uma programação de ciclos de animação temáticos por idade.



ANIMACAM, THE INTERNATIONAL FESTIVAL OF ANIMATION ONLINE RUNS ON THE INTERNET FOR 5 YEARS. A PRIVILEGED PRESENCE IN GALICIA/SPAIN

To celebrate its five years of existence, the Festival prepares 365 days of broadcasting to the public of Galicia. Since its inception in 2008, the festival has seen public involvement increase each year with new features and enhancements to the project. In 2012, the most ambitious goals are twofold: to have our own office to the public located in Galicia and plan activities with prizes for the entire year, and of course, always broadcast in real-time on the Internet: www.animacam.tv.

The Museum of Contemporary Art GAS NATURAL FENOSA de La Corogne, is where the final festival will be held. In addition to being one of the new sponsors supporting the 2012 edition of Animacam the Museum produces films of finalists. Following the phase of receiving films (from October 1 to December 31, 2012), on the 8th and 9th February 2013 a jury will have the privilege to vote to award the prize for best international film animation 2012. Later, in March and April 2013, the museum will organize animation collections on the theme of age.

Marathon of Animation "The Night of San Juan 2013"
During the summer of 2013, Animacam animation festival exhibitions will be held in different regions of Galicia, the highlight of this event will be the marathon of films from five continents. That night, the public can also vote for the festival which will also take place online on the internet. Public and filmmakers will interact with each other via the Internet.

Numerous awards for youth leaders and the public
For this 2012 edition, the Festival will offer €3000 prize money distributed as follows:

BEST DIRECTOR: awarded by the public online at the festival website.

BEST ANIMATED FILM awarded by the public during the exhibition at the Museum of Contemporary Art GAS NATURAL FENOSA de La Corogne.

Midsummer prize for Best Screenplay and Best Visual Effects, awarded by the public in the Midsummer Marathon Animation in Galicia.

Finally, several other prizes will be awarded (travel, books, music, technology, etc.).

MARATONA INTERNACIONAL DE ANIMAÇÃO "NOITE DE SÃO JOÃO 2013"

Durante o verão de 2013, o Festival Animacam desenvolverá exposições de animação Itinerantes por diversos lugares da Galiza, que terão o seu culminar numa maratona internacional de filmes provenientes dos cinco continentes, num espaço emblemático da Galiza. Nessa noite, o público assistente também exerce de júri com o seu voto, e a Maratona será difundida ao vivo pela internet para todo o mundo, sendo que público, animadores e internautas poderão interagir entre si.

DIVERSIDADE DE PRÉMIOS PARA ANIMADORES E PÚBLICO DIVERSOS

Nesta V edição 2012, o Festival entregará 3.000€ em dinheiro distribuído PELOS seguintes prémios:

MELHOR DIRETOR / A, outorgado pelo Público Online registado como usuário no site do Festival.

MELHOR FILME DE ANIMAÇÃO, concedido pelo público assistente à exibição do Museu de Arte Contemporâneo Gás Natural Fenosa, na Corunha.

PRÉMIOS SOLSTÍCIO DE VERÃO DE MELHOR RO-TEIRO E MELHORES EFEITOS VISUAIS, votados pelo público presente na Maratona de animação da Noite de São João na Galiza.

Por último, haverá também diversos prémios em género (viagens, livros e música, tecnologia...) que serão sorteados entre o público e os animadores durante o ano 2013.

Para mais informações Info@animacam.tv.

O FESTIVAL INTERNACIONAL DE ANIMACION ONLINE CUMPRE 5 ANOS NA REDE ESTREANDO SEDE E PRESENCIA FÍSICA EN GALICIA/ESPAÑA

Para celebrar os cinco anos de vida, o Festival prepara 365 días de difusión, tanto para os seus seguidores Online na Rede, coma para o público en Galicia que iste ano poderá ser espectador presencial.

Desde 2008, en que nace o Festival, foi teima da Organización, crecer cada ano cos seus seguidores, aportando novidades e melloras ao proxecto. No 2012, dous son os obxectivos máis ambiciosos: ter sede propia para o Público desde Galicia, e programar actividades con premios o ano inteiro, sempre difundindo tudo en tempo real no site do Festival en Internet: www.animacam.tv

O MUSEO DE ARTE CONTEMPORANEO GAS NATURAL FENOSA NA CORUÑA SEDE "FINALISTAS DO FESTIVAL"

Ademáis de ser un dos novos Patrocinadores que co seu apoio fan posible Animacam V Edición 2012, será a Sede na que se exhiban os Filmes Finalistas a Concurso. Concluída a Fase de Recepción de filmes (do 1 de outubro ao 31 de decembro de 2012) o público asistente ao Museo, o 8 e 9 de febreiro de 2013, terá o privilexio de exercer como xurado co seu voto, para conceder, o Premio ao Mellor Filme Internacional de Animación 2012. Posteriormente, durante os meses de marzo e abril, o Museo programará Ciclos de Animación temáticos, por Idades.

MARATÓN INTERNACIONAL DE ANIMACIÓN "NOITE DE SAN XOÁN 2013"

Durante o verao de 2013, o Festival Animacam desenvolverá Exhibicións de Animación Itinerantes por diversos lugares de Galicia que terán o seu culmen cunha Maratón Internacional de filmes provintes dos cinco continentes, nun lugar emblemático de Galicia. Esa noite, o Público asistente tamén exercerá de xurado co seu voto, e a Maratón difundirase en directo por Internet para todo o mundo, co cal, Público, Animadores e Internautas poderán interactuar entre sí.

DIVERSIDADE DE PREMIOS PARA ANIMADORES E PÚBLICO DIVERSOS

Nesta V Edición 2012, o Festival entregará € 3.000 n efectivo repartidos nos seguintes Premios:

MELLOR DIRECTOR/A, outorgado polo Público Online rexistrado como usuario na Web do Festival.

MELLOR FILME DE ANIMACIÓN, concedido polo Público asistente ás Exhibicións do Museo de Arte Contemporáneo Gas Natural Fenosa, na Coruña.

PREMIOS SOLSTICIO DE VERAO AO MELLOR GUIÓN E AOS MELLORES EFECTOS VISUAIS, votados polo Público presente na Maratón de Animación da Noite de San Xoán en Galicia.

Para rematar, tamén haberá diversos premios en xénero (viaxes, libros e música, tecnoloxía...) que serán sorteados entre o Público e os Animadores durante o ano 2013.

Para máis información Info@animacam.tv.



ANIMACAM, LE FESTIVAL INTERNATIONAL D'ANIMATION EN LIGNE TOURNE SUR LE NET DEPUIS 5 ANS UNE PRÉSENCE PRIVILÉGIÉE EN GALICE/ESPAGNE

Pour célébrer ses cinq ans d'existence, le Festival prépare 365 jours de diffusion à destination du public de Galice.

Depuis sa création en 2008, le Festival a vu son public s'accroître chaque année grâce aux nouvelles fonctionnalités et améliorations apportées au projet. En 2012, les objectifs les plus ambitieux sont de deux ordres: avoir notre propre bureau à destination du public implanté en Galice et planifier des activités avec des prix pour l'année entière, et bien entendu, toujours la diffusion en temps réel sur le site du festival sur l'Internet: www.animacam.tv.

Le Musée d'art contemporain GAS NATURAL FENOSA de La Corogne, se place comme "Finaliste du Festival".

En plus d'être l'un des nouveaux sponsors qui soutient l'édition 2012 d'Animacam, le Musée accueillera les films des finalistes du concours. Suite

à la phase de réception des films (du 1er Octobre au 31 Décembre 2012), les 8 et 9 Février 2013, un jury aura le privilège d'exercer son droit de vote pour décerner le prix du meilleur film international d'animation 2012. Plus tard, en mars et avril 2013, le musée organisera des cycles d'animation sur le thème de l'âge.

Marathon International d'Animation "La Nuit de San Juan 2013"

Au cours de l'été 2013, les expositions du festival d'animation Animacam seront organisées dans différentes régions de Galice, le point d'orgue de cet événement sera le marathon des films des cinq continents. Cette nuit-là, le grand public pourra également voter car le festival se déroulera aussi en ligne sur le net. Public et réalisateurs pourront interagir les uns avec les autres via internet.

De nombreuses récompenses pour les animateurs et le public

Pour cette édition 2012, le Festival offrira 3000 de prix en argent répartis de la manière suivante :

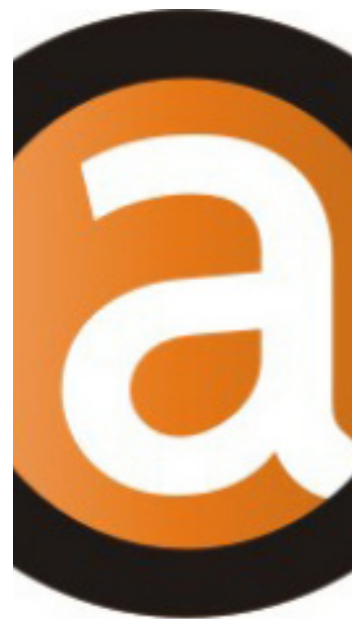
MEILLEUR RÉALISATEUR : prix décerné par le public en ligne sur le site du festival.

MEILLEUR FILM D'ANIMATION décerné par le public lors des expositions au Musée d'Art contemporain GAS NATURAL FENOSA à La Corogne.

Prix Solstice d'été pour le meilleur scénario et des meilleurs effets visuels, décerné par le public dans le Midsummer Marathon Animation en Galice.

Enfin, plusieurs autres récompenses seront attribuées (voyages, les livres, la musique, la technologie, etc.)

Pour plus d'informations: Info@animacam.tv.



NA FORJA // IN THE FORGE

Exposição Itinerante Concurso de arte digital



EXPOSIÇÃO DO CONCURSO EUROPEU DE ARTE DIGITAL sobre o tema de valorização do património através das novas tecnologias digitais.

Aberto a escolas / alunos / artistas / jovens profissionais, o concurso lançado em Maio de 2012 pela parceria Imagina Atlântica desafiou as equipas concorrentes para a criação de obras de arte digital passíveis de serem expostas no exterior, no meio urbano, a partir de quatro áreas de criação: som, imagem, animação e novos media.

De entre as características da competição, havia a obrigação de se constituírem equipas transnacionais das quais pelo menos um dos membros pertencesse a um dos territórios-parceiros do "Imagina". A comissão de seleção, composta por um representante de cada parceiro, reuniu-se em outubro para fazer uma primeira seleção de projetos que receberão apoio financeiro para a realização do trabalho. As quatro equipas vencedoras expuseram as suas obras em dezembro de 2012, aquando da primeira Conferência Europeia das Indústrias Criativas e Territórios. Todas as equipas receberão prémios de €3500 a €2000. A exposição itinerante das quatro obras vencedoras serão organizadas nos territórios parceiros: Porto, Portugal, em Abril 2013; Ourense, Espanha, 30 e 31 de Maio e País de Gales em data a definir. Os trabalhos selecionados são instalações interativas de som e imagem de qualidade.



EXHIBITION EUROPEAN DIGITAL ARTS COMPETITION on the theme of heritage through new digital technologies.

Open to schools / students / artists / young professionals, the competition was launched in May 2012 by the partnership Imagina Atlantica. Competing teams must make digital artworks that highlight heritage, these will be exhibited in a public space.

Among the rules of the competition, there is an obligation for teams to be transnational and a member of each team must be located in one of the partner territories of the Imagina project. A selection committee, composed of one representative of each partner met in October to make a first selection from the projects submitted to decide who should receive financial assistance to carry out the work. The four winning teams exhibited their works in December 2012 at the 1st European Conference of Creative Industries and Territories. All teams will receive a prize of between € 3500 to € 2000. A travelling exhibition of four winning works will be organised in each of the partner regions: Porto, Portugal, in April 2013; Ourense, Spain, 30 to 31 May, and in Wales to be decided. The selected works are interactive visual and sound installations.



CONCURSO EUROPEO DE ARTES DIGITALES, sobre la cuestión de la valorización del patrimonio a través de las nuevas tecnologías digitales.

Abierto a las escuelas/estudiantes/artistas jóvenes profesionales, este concurso lanzado en mayo de 2012 por el partenariado Imagina Atlántica son equipos que compiten en la creación de obras de arte digital expuestas en el exterior, en la zona urbana a partir de cuatro áreas de creación : sonido, imagen, imagen en movimiento y los nuevos medios.

Para competir en el concurso es necesario constituir un equipo transnacional cuyos miembros deben ser de los países de los que forman parte los socios del proyecto. Un comité de

selección integrado por un representante de cada socio se reunió el 31 de octubre para celebrar la primera selección de proyectos que se beneficiarán de una ayuda financiera para su realización. Los cuatro equipos premiados expondrán sus obras en diciembre de 2012 durante la primera conferencia europea e industrias y territorios creativos. Todos los equipos recibirán premios de €2000 a €3500 euros. Una exposición itinerante de las cuatro obras serán organizadas en los países de los socios del partenariado: Porto, Portugal, en abril de 2013; Ourense, España, 30 a 31 de mayo, y Gales en la fecha fijada. Las obras contarán con instalaciones interactivas visuales y calidad de sonido.



CONCOURS EUROPEEN D'ARTS NUMERIQUES sur le thème de la valorisation du patrimoine à travers les nouvelles technologies numériques. Ouvert aux écoles / étudiants / artistes / jeunes professionnels, ce concours lancé en mai 2012 par le partenariat Imagina Atlantica met les équipes en compétition sur la création d'oeuvres d'arts numériques exposées à l'extérieur, dans l'espace urbain, à partir de quatre domaines de création : le son, l'image, l'image animée et les nouveaux médias.

Parmi les particularités du concours, on note l'obligation de se constituer en équipes transnationales dont l'un des membres doit être implanté dans l'un des territoires partenaires «Imagina». Un comité de sélection, composé d'un représentant de chaque partenaire, s'est réuni en octobre pour effectuer une première sélection des projets qui bénéficieront d'une aide financière à la réalisation de l'oeuvre. Les 4 équipes lauréates ont exposé leurs oeuvres en décembre 2012 lors de la première conférence européenne des industries et territoires créatifs. Toutes les équipes recevront un prix de € 3500 à €2000. Une exposition itinérante des 4 oeuvres primées sera organisée sur les territoires partenaires: Porto, au Portugal, en Avril 2013, Ourense, Espagne, 30 au 31 mai, et du Pays de Galles à la date à déterminer.

Les oeuvres sélectionnées sont des installations interactives visuelles et sonores de qualité.

PARCEIROS | PARTNERS | SOCIOS | PARTENAIRES

GRANDANGOULEME (FR)

Líder do projecto | Project leader |
Líder del proyecto | Chef de file
Imagina Atlântica Project
www.grandangouleme.fr



Annabelle PEAUDEAU

Gestor do Projecto | Project Manager |
Jefe de proyecto | Chef the Projet
a.peaudeau@grandangouleme.fr
Tel : +33 5 45 93 08 27

EIXO ATLANTICO (ES - PT)

www.eixoatlantico.com



Marta CABANAS

Gestor do Projecto | Project Manager |
Jefe de proyecto | Chef the Projet
eu@eixoatlantico.com
Tel : +34 986 480 616

FUNDACAO DA JUVENTUDE (PT)

www.fjuventude.pt



Maria Gerales

Gestor do Projecto | Project Manager |
Jefe de proyecto | Chef the Projet
mgeraldes@fjuventude.pt
Tel : +35 122 339 35 30

DEPUTACION DE OURENSE (ES)

www.depourense.es



Javier FEIJOO

Gestor do Projecto | Project Manager |
Jefe de proyecto | Chef the Projet
webconcellodesandias@depourense.es

XUNTA DE GALICIA (ES)

www.xuventude.net



Pilar DEL ORO SAEZ

Gestor do Projecto | Project Manager |
Jefe de proyecto | Chef the Projet
Coordinadora
Dirección Xeral de Xuventude y Voluntariado
pilar.deloro.saez@xunta.es
Tel : +34 981 54 10 10

TECHNIUM CAST (UK)

www.technium.co.uk



Karen PADMORE

Gestor do Projecto | Project Manager |
Jefe de proyecto | Chef the Projet
Director General Technium Cast
karen.padmore@castwales.com
Tel : +44 124 867 50 08

Contactos // Contacts
Fundação da Juventude:

Sede// Headquarters // Siège Social:
Casa da Companhia
Rua das Flores, 69
4050-265 Porto
Tel: + 351 22 339 35 30
Fax: + 351 22 339 35 44
E-mail: geral@fjuventude.pt

Delegações// Offices// Delegaciones// Délégations:
Lisboa e Vale do Tejo
Avenida Júlio Dinis, 23 - 1º Esq.
1050-130 Lisboa
Tel: 924144793
e-mail: lisboa@fjuventude.pt

Algarve
Rua Maria Aboim, n.º 1
8800-405 Tavira
Tel: + 351 281 370 607
Fax: + 351 281 381 502
e-mail: algarve@fjuventude.pt

Próxima edição da revista Fábrica de Talentos,
Imagina Atlântica em Abril 2013
Next edition - April 2013
La próxima edición - abril de 2013
Prochaine édition - Avril 2013



23
anos

**fundação
da juventude**



Instituição privada de utilidade pública sem fins lucrativos
N.º Contribuinte 502 263 342
www.fjuventude.pt



www.imagina-atlantica.eu
facebook.com/pages/Imagina-Atlantica
twitter.com/ImaginaAtlantic