

España se anima (a salir de casa)

Nadie exporta tanto en nuestro sector audiovisual como la animación, que puede verse en el mundo entero (desde luego, más que aquí). El Cartoon Forum ha sido el último escenario en el que han brillado los productos españoles

FEDERICO MARÍN BELLÓN

Bajo el lema oficioso «No tenemos Constitución, pero hacemos animación», el Cartoon Forum 2005 reunió el pasado mes de septiembre a decenas de empresas de toda Europa, que llevaron sus proyectos en busca de financiación hasta la ciudad danesa de Kolding. La representación española, con nueve producciones, no sólo fue la segunda más amplia tras la británica, sino que la serie «Khudayana», de BRB, fue lo más visto de toda la feria.

El Cartoon, que celebraba este año su decimosexta edición, contó con 730 profesionales de 16 países, entre productores, canales, inversores y distribuidores. Todos tenían algo que comprar o vender en Dinamarca –sin que nada oliera a podrido– durante los primaverales días que acogieron el festival. El presupuesto de todo lo visto en Kolding sumaba 250 millones de euros. Al final, 24 proyectos habían encontrado financiación por un total de 100 millones. Otras empresas exhibían su mercancía en los corrillos (sin necesidad de tenderla sobre la manta).

Manuel Cristóbal (Zinka Entertainment) explica que «no todo es llegar y besar el santo. Te das a conocer y luego, en otros mercados, es más fácil cerrar acuerdos». Roberto Mitrani (Neptuno Films) confirma que es en el Mipcom donde se cierran los acuerdos. En Kolding, los españoles demostraron su peso dentro del Viejo Continente, pese a que

nuestras cadenas prefieren emitir producciones japonesas y americanas. Entre tanto, «Las tres mellizas» (Cromosoma), «Los Fruititis» (D'Ocon Films) y «La vaca Connie» (Neptuno Films), por ejemplo, son disfrutados por los niños de decenas de países. Neptuno se ha introducido incluso en Japón y EE.UU., «un mercado donde a la animación europea le resultaba muy difícil entrar», apunta Mitrani. Icon Animation ha vendido a más de 90 países (entre los que no se encuentra España) «Vitaminix», que ayuda a los niños a mejorar su alimentación. Sergi Reigt manifestaba su asombro ante la dificultad de vender aquí una producción de claro perfil pedagógico. «No coproducen nada», afirma Reigt, «y pagan igual o



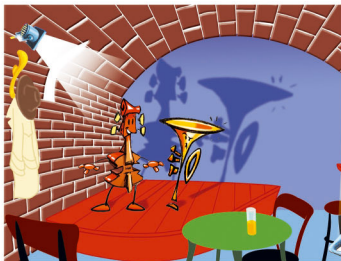
Khudayana



Talma



Cosme el astronauta



Disaster orquesta



menos que hace años. O te buscas una salida internacional o estás muerto». «Pocoyo» (Zinkia) fue estrenada el mes pasado por la ITV británica y ha sido vendida a más de 20 países. «¿Cómo es posible que vendamos en el mundo y no en España?», se pregunta Manuel Cristóbal. «A nivel de apoyo institucional estamos en el furgón de cola de Europa», añade el responsable de Zinkia.

Federico Llano, subdirector de Coproducciones y Festivales de TVE, mostraba su orgullo por los trabajos españoles, pero no todos eran tan optimistas sobre el trabajo de nuestras cadenas. Javier Bollaín (Render Área) ofrecía una visión muy distinta: «Hace años, con "Don Quijote" y "Dartacán", la animación española tenía un sitio en nuestra televisión. Luego desapareció, porque las cadenas españolas prefieren el anime japonés, más barato (un plano puede durar varios segundos, mientras suenan los diálogos). Ya se está haciendo anime español, pero es muy triste».

Xavier Romero, jefe de Coproducciones de Animación de TV3, es menos entusiasta que su colega de TVE y admite que «con un presupuesto de dos millones de euros sólo podemos hacer tres coproducciones al año». Silvia Ore-



Andrewland



Capelito



Hop & Calamity

llana (Tridente Animación) explica que «si no tienes el apoyo de tu televisión es muy difícil que un canal extranjero quiera invertir en tu proyecto». Carlos Biern (BRB Internacional) hacía hincapié en las dificultades para financiarse: «Con más canales cada vez y menos ingresos por publicidad, la situación es crítica, especialmente para las compañías independientes». Este panorama es el que lleva a las empresas de animación a buscar nuevos ingresos, como la comercialización de juguetes, videojuegos, camisetas y todo tipo de productos.

Los proyectos españoles

«**Khudayana**» (BRB Internacional). Con un presupuesto de 10 millones, cinco veces mayor al de una película media en España, da una muestra de su poderío.

«**Cosme el astronauta**» (Lion Toons). Presentado en el MipTV pero remozado por completo tras la contratación de Barbara Slade, reputada guionista infantil que ha participado en producciones como «Winnie the Pooh».

«**Hop & Calamity**» (Icon animation). Otra de las estrellas del festival. Dirigida al público preescolar, tiene un presupuesto de casi cinco millones de euros.

«**Capelito**» (Estudios Rodolfo Pastor). Coproducida por TV3, vendió la primera parte a más de 20 países. Cuenta la historia de un hongo de plastilina «transformista».

«**Talma**» (Loco Motion Pictures): también coproducida por TV3, sobre una joven aviadora.

«**Noah 21 Century**» (Explora Films). Un proyecto muy original: mezcla imagen real y 3D.

«**La orquesta desastre**» (Llepa-films). Creación de Carlos Fité, un francotirador que dejó su empleo como maestro para escribir.

«**Andrewland**». Hecha en 3D, es fruto de la colaboración entre Render Factory y Quirós Animation.

«**Hero Kids**» (Alma Ata). Con un presupuesto de 5 millones, habla de unos niños bastante increíbles, con superpoderes para todos los gustos.

A la izquierda, algunos de los personajes de «Noah 21st Century». A la derecha, los superhéroes infantiles de «Hero Kids»

