



OPÉRATION "TOUS EN SALLE"

ARGENTINE: ÉDUCATION NATIONALE ET JEUNE PUBLIC

Elsa Rabaux et Wanda Schpoliansky nous envoient leur deuxième récit de leur tour du monde des salles. Escale en Argentine et rencontre avec Roxana Morduchowicz, initiatrice du programme Ecole et Médias.



En Argentine, les réseaux de salles de cinéma transnationaux dominent le marché de l'exploitation et les trois principaux (Hoyts, Cinemark et Village), regroupés au sein de la CAEM (Chambre Argentine des Exploitants de Multiplexes), attirent à eux seuls la moitié des spectateurs argentins. Les salles de la CAEM, conscientes de la nécessité de former le jeune public, se sont associées au ministère de l'Éducation nationale argentin dans le cadre du programme Ecole et Médias. Roxana Morduchowicz est l'initiatrice et la coordinatrice de ce programme.

Écran Total : Comment est né le programme Ecole et Médias ?

Roxana Morduchowicz : J'ai créé ce programme en 1989, lorsque je travaillais pour la ville de Buenos Aires. En 1995, j'ai intégré le ministère de l'Éducation nationale, et étendu le programme à tout le pays. Aujourd'hui, c'est donc le ministère de l'Éducation qui coordonne le programme, à l'œuvre dans les 24 provinces argentines. Nous menons des actions en lien avec le cinéma, la télévision, la radio, la presse et internet, parce que le programme implique tous les médias. Son objectif principal est de renforcer l'éducation aux médias.

E.T. : Quelles sont les actions mises en place pour renforcer l'éducation du jeune public au cinéma ?

R.M. : En ce qui concerne le cinéma, nous organisons deux actions : "Escuela camara accion" (Ecole caméra action) et "Escuela en el cine" (l'Ecole au cinéma). Toutes les deux sont mises en place avec les lycées, pour renforcer

la relation adolescent-cinéma. "Escuela camara accion", est un concours qui implique les 5 000 lycées publics du pays. Chaque classe qui souhaite participer écrit une fiction sur un sujet libre, en quatre pages maximum. Les trois meilleures histoires du pays sont choisies par un jury prestigieux, composé de scénaristes et réalisateurs argentins à succès. Des équipes professionnelles réalisent ensuite trois courts-métrages à partir de ces histoires, avec l'aide des élèves des classes gagnantes. En général, ils sont figurants, ou rendent des petits services pendant le tournage. Ces courts-métrages sont diffusés pendant un mois dans les salles qui participent à l'événement, avant le blockbuster du moment. "Escuela camara accion" renforce la relation adolescent-cinéma, mais plus du point de vue de la production. Or, nous tenons aussi à renforcer l'envie des adolescents de voir des films. C'est pour cela qu'on a développé la deuxième action, "Escuela en el cine". Pendant une semaine, les élèves des lycées les plus pauvres de l'Argentine peuvent aller au cinéma gratuitement, et voir les films choisis par le ministère de l'Éducation. L'an dernier, plus de 10 000 élèves ont pu bénéficier de ce programme.

E.T. : Financièrement, comment ces actions sont-elles rendues possibles ?

R.M. : La mise en place de ces actions nécessite l'implication de trois acteurs : le ministère de l'Éducation nationale, les salles de cinéma, et les entreprises privées, en tant que sponsor. Par exemple, "Escuela en el cine" est sponsorisée par Arcor [ndlr, le Nestlé argentin]. Le ministère de l'Éducation nationale est à l'initiative des actions, en développe le contenu, mais ne peut pas investir financièrement dans le programme, c'est pourquoi le rôle des sponsors est indispensable. En ce qui concerne les cinémas, nous travaillons en étroite collaboration avec les salles de la CAEM, qui nous laissent disposer de leurs installations gratuitement. Tout cela est possible, car en Argentine, le concept de responsabilité sociale est très fort. Mais c'est aussi une nécessité car l'État est moins riche qu'en France !

E.T. : Effectivement, quand nous avons rencontré Martín Alvarez Morales (NDLR, le PDG de Cinemark Argentine), il nous a semblé très investi dans ce projet. Quel est le rôle des salles de cinéma dans la



mise en place de ces actions ?

R.M. : Jusqu'à présent, le ministère de l'Éducation nationale était à l'initiative des projets, mais cette année, nous développons une nouvelle action, à la demande des salles de cinéma et des vidéo-clubs. Il s'agit de valoriser la copie de film originale, pour lutter contre les copies piratées. Nous organiserons une grande campagne en septembre. Nous rédigeons, en ce moment même, des brochures explicatives, qui mettent en avant l'importance de l'idée originale, pour traiter le sujet de manière positive. Elles seront distribuées dans toutes les écoles du pays. Parallèlement, des réalisateurs et des scénaristes viendront expliquer aux élèves l'importance de la défense de la création, de la revalorisation de la production audiovisuelle originale. Nous insistons sur le côté positif, plutôt qu'adopter un ton répressif ou menaçant. Cet événement sera accompagné d'une opération dans les salles de cinéma. Pendant deux semaines, les lycéens pourront aller au cinéma, accompagnés de la personne

ÉCOLE CAMÉRA ACTION

Participation de 40 % des lycées publics argentins

75 000 lycéens

1 500 histoires écrites

3 histoires sélectionnées pour 3 courts métrages de 6'

3 semaines d'exploitation dans 20 salles de Buenos Aires, suivies d'une tournée dans tout le pays

et... 1 lycée construit à Aminga, l'une des trois villes gagnantes !

de leur choix, pour le prix d'un billet. "Venez à deux et ne payez qu'un billet ! Vivez une expérience originale." L'action commencera la dernière semaine de septembre, lors de la Semaine de l'étudiant en Argentine, et se poursuivra jusqu'à la première semaine d'octobre. La promotion sera valable du lundi au vendredi, les salles de cinéma n'ayant pas cédé les séances du week-end, déjà comblées en temps normal. Cette année, c'est un essai, et si l'opération a du succès, nous l'étendrons sur un mois ou deux, l'année prochaine.

■ *Propos recueillis par Elsa Rabaux et Wanda Schpoliansky*

Pour plus d'informations sur les salles que nous avons visitées en Argentine : www.tousensalles.com.

Ecole et télévision

En novembre 2008, le ministère de l'Éducation nationale argentin a lancé un programme de télé-réalité dans le cadre d'Ecole et Médias. Réalisée par Juan José Campanella, un des plus grands réalisateurs argentins, l'émission a été programmée tous les dimanches soirs pendant un mois et demi, sur la chaîne privée Telefe. Bien qu'il existe une chaîne publique en Argentine, le ministère de l'Éducation nationale a privilégié une chaîne privée pour la diffusion de son programme, car il voulait toucher le plus de familles possible. L'association de José Campanella avec le ministère de l'Éducation nationale étant perçue comme un gage de qualité, Telefe s'est tout de suite montrée très intéressée et a offert gratuitement au ministère un espace de diffusion. Le reality-show, dénommé *Habia una vez un club* (Il était une fois un club) se déroulait dans trois petites villes d'Argentine, avec comme point commun l'absence de club pour les jeunes. Le challenge proposé aux lycéens de ces trois villes était justement de monter un club, dans le domaine qui les intéresse, en cinq mois (résumés en cinq épisodes à la télévision). A partir de ce but commun, chaque épisode reflétait la manière de vivre des adolescents, leur façon de penser, de s'organiser. L'objectif du programme était de montrer les jeunes sous leur meilleur jour, de les inciter à s'investir et à s'unir pour améliorer la vie dans leur ville. Ce programme, surnommé *El otro reality-show* (l'autre reality-show) ou encore *La otra juventud* (l'autre jeunesse), a été considéré comme le meilleur programme de la télévision argentine en 2008.