

INFORME FOC |
| ENCUENTRO
NACIONAL DE
DIRECTORXS DE
FESTIVALES DE
FOTOGRAFÍA

FOC
FOC
FOC

CCCC. VALENCIA
NOVIEMBRE
2019|
MENADOR EC.
CASTELLÓN DE
LA PLANA
FEBRERO 2020|

INFORME FOC | I ENCUENTRO NACIONAL DE DIRECTORXS DE FESTIVALES DE FOTOGRAFÍA

CCCC. VALENCIA NOVIEMBRE 2019| MENADOR EC. CASTELLÓN DE LA PLANA FEBRERO 2020

La fotografía y la imagen fija junto con la narración audiovisual se han convertido en el fenómeno de la comunicación social por excelencia en nuestra actual realidad. Más del 95% de la información que procesamos diariamente es iconográfica, mediando la imagen cualquier tipo de relación social. Es por ello que la educación en la imagen, las plataformas profesionales alrededor de esta y la gestión de la profesionalización y dignificación de la figura del fotógrafo son indispensables a día de hoy. Sin embargo, se observa, la cada vez más preocupante, falta de ayudas, subvenciones y puesta en valor tanto de los profesionales de la fotografía como de los gestores que la promuevan y apoyan.

Nos encontramos pues ante un necesario momento de reflexión y, mucho más importante de acción. Es por ello que los tres festivales de fotografía existentes en la Comunitat , Valen-

ciana, Imaginaria, PhotoAlicante y PhotOn Festival, a través de la figura de sus directorxs y directorxs de contenido, han decidido crear un encuentro nacional de fotografía, que nace con carácter anual.

En este encuentro se pretende analizar el papel de los festivales de fotografía como elementos de reflexión, creación, investigación, desarrollo, divulgación y construcción de sentidos de identidad en el marco de una sociedad global. Además de analizar los obstáculos, retos y fórmulas de sostenibilidad. También, ofrecerá un espacio de reflexión a los creadorxs visuales de la Comunitat Valenciana generando, además, la oportunidad de establecer contactos con los directores de festivales de toda España.

Durante los días 17, 18 y 19 de noviembre de 2019 tuvo lugar en el Centro del Carmen de Cultura Contemporánea, dependiente del Consorcio Valenciano de Museos de la Generalitat Valenciana el I Encuentro de Directorxs de Festivales de Fotografía a nivel estatal y de creadores visuales de la Comunidad Valenciana.

El encuentro promovido por la plataforma FOC (Fotografía, Observatorio Cultural) tenía como objetivos : generar diálogo, análisis de problemas y búsqueda de soluciones, líneas de actuación, formación de directores y creadores en subvenciones y ayudas institucionales, además de un intercambio productivo entre los asistentes.

Los resultados de aquel primer encuentro se presentaron en las Jornadas FOC que tuvieron lugar en el Menador Espai Cultural en la Castellón de la Plana los días 28 y 29 de febrero de 2020. Una de las líneas de trabajo propuestas desde FOC era la realización de una encuesta entre los diferentes Festivales que colaboran con la plataforma para conocer la situación del sector.

En la misma han participado 26 iniciativas de las 44 contactadas. Los resultados sin ser exhaustivos, ya que se han quedado fuera del estudio muchas de estas iniciativas, si presenta un cuadro general de la situación y arroja luz sobre las características socioeconómicas del sector.

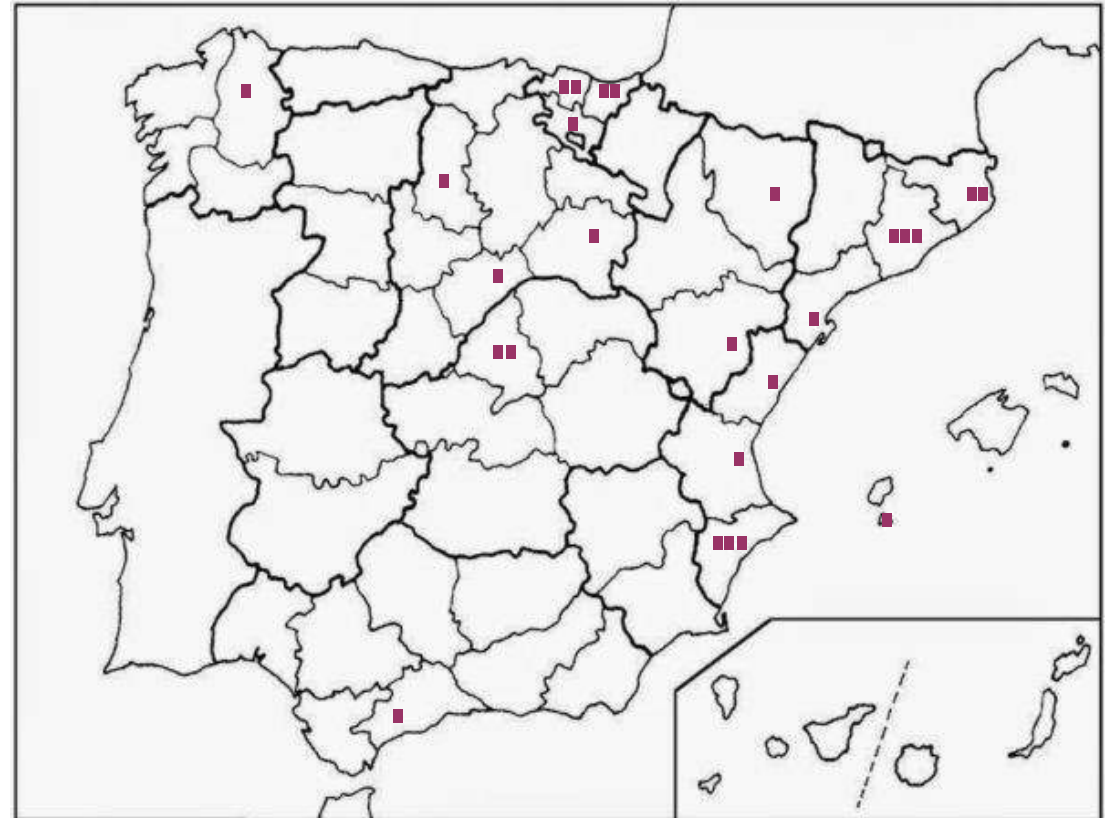
El I Encuentro Nacional de Directorxs de Festivales de Fotografía y Creadores Visuales de la Comunidad Valenciana ha sido organizado por la plataforma FOC y coorganizado con el Consorcio de Museos de la Comunidad Valenciana. Ha contado con el apoyo de la Universitat Jaume I de Castellón y con la colaboración de Econcult, Interreg Mediterranean Chebec, y el programa Europa Creativa del Ministerio de Cultura y Deportes de España.

Asimismo las Jornadas FOC, realizadas en Castellón han sido organizadas por la plataforma FOC, coorganizadas por el Consorcio de Museos de la Comunidad Valenciana y han contado con el apoyo de la Universitat Jaume I de Castellón y la colaboración del Ayuntamiento de Castellón, el Ministerio de Cultura y Deportes de España y la Asociación de Artistas Visuales de Alicante, Valencia y Castellón AVAC.

En la realización de la encuesta han participado los siguientes festivales:

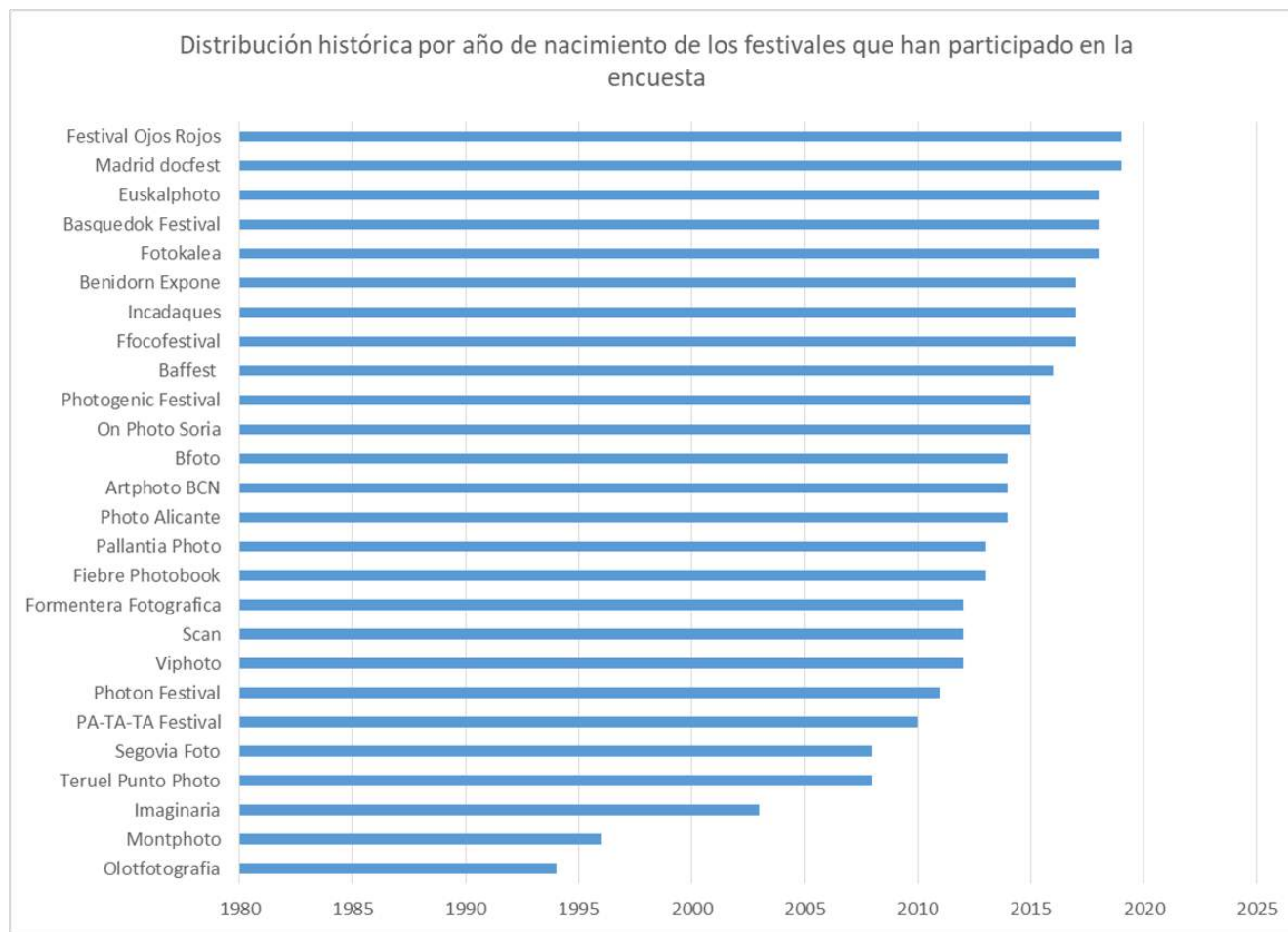
- Fotokalea. Vitoria. País Vasco
- Imaginaria. Castellón de la Plana. Comunidad Valenciana
- Madrid docfest. Madrid. Comunidad de Madrid
- Montphoto. Lloret de Mar. Catalunya
- Fiebre Photobook. Madrid. Comunidad de Madrid
- Ffocofestival. La Coruña. Comunidad de Galicia
- Baffest. Baracaldo. País Vasco.
- Vipphoto. Vitoria. País Vasco.
- Pallantia Photo. Palencia. Comunidad de Castilla y León
- Basquedok Festival. Vizcaya. País Vasco
- On Photo Soria. Soria Comunidad de Castilla y León
- Teruel Punto Photo. Teruel . Comunidad de Aragón
- Festival Ojos Rojos. Javea. Comunidad Valenciana

- PA-TA-TA Festival . Granada. Comunidad de Andalucía
- Photo Alicante (Alicante)
- Scan. Tarragona. Catalunya
- Artphoto BCN. Barcelona. Catalunya
- Photon Festival. Valencia. Comunidad Valenciana
- Bfoto . Barbastro. Huesca Comunidad de Aragón
- Photogenic Festival. Barcelona. Catalunya
- Formentera Fotográfica . Formentera. Illes Balears)
- Incadaques. Cadaques. Girona. Catalunya
- Olotfotografia. Olot. Girona. Catalunya
- Benidorn Expone. Benidorm-Alicante. Comunidad Valenciana
- Segovia Foto. Segovia. Castilla León
- Euskalphoto. Hondarubia. Guipúzcoa. País Vasco)



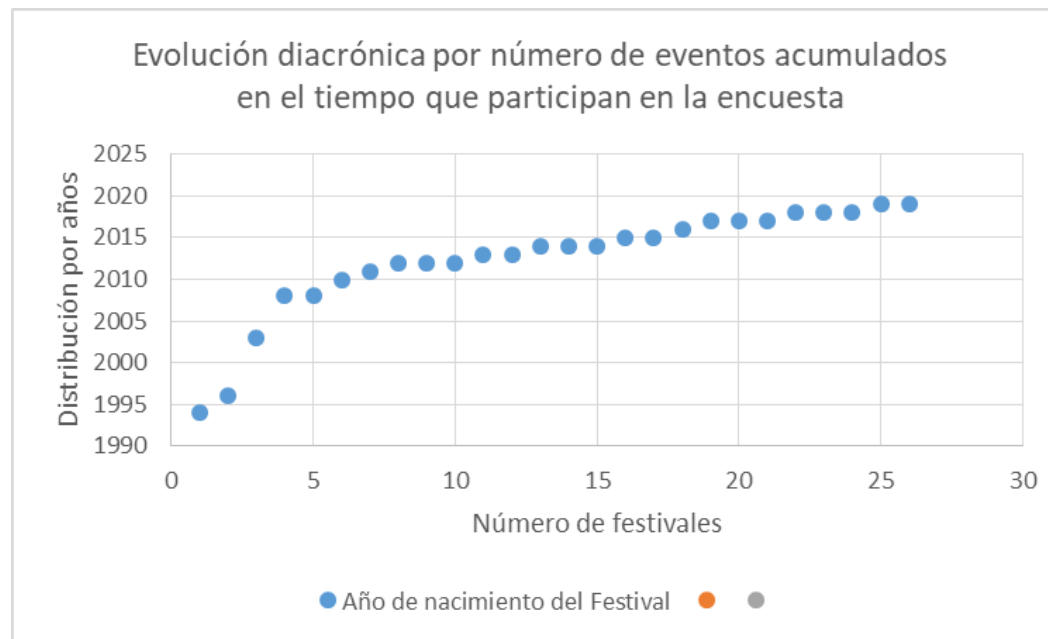
De los Festivales que han participado en la encuesta vemos que el más antiguo, es el de OlotFotografía que inicia su actividad en 1994, seguido de Montphoto que comienza en 1996. Los más recientes son el Madrid DocFest y el Festival Ojos Rojos de Javea que inician su actividad en el año 2019.

Viendo la curva que genera el gráfico observamos que el crecimiento de este tipo de actividades ha sido contante sobre todo a partir de 2008 y que esa tendencia continua en la actualidad.



En este gráfico podemos apreciar más nítidamente el crecimiento en el tiempo de este tipo de iniciativas culturales, a finales del pasado siglo solo dos de los eventos que han participado en la muestra se celebran de manera habitual. Para 2010 ya eran 10 las iniciativas, y en el 2019 al final de la década se alcanza las 26 iniciativas.

El sector ha ido creciendo de manera constante en el tiempo, afirmando el papel que la fotografía y la imagen fija tiene dentro del panorama cultural a nivel nacional. Este progreso se asimilable a la emergencia de otro tipo de eventos como los festivales de música, cine, o teatro que se generalizan en el panorama nacional durante finales de los años 80 y durante toda la década de los 90 del pasado siglo. La fotografía en tanto que manifestación cultural ha seguido la línea marcada por otros sectores culturales, si bien lo ha hecho con unas dinámicas y unas características propias, debido posiblemente a la su menor institucionalización, y la ausencia de industrias culturales maduras.



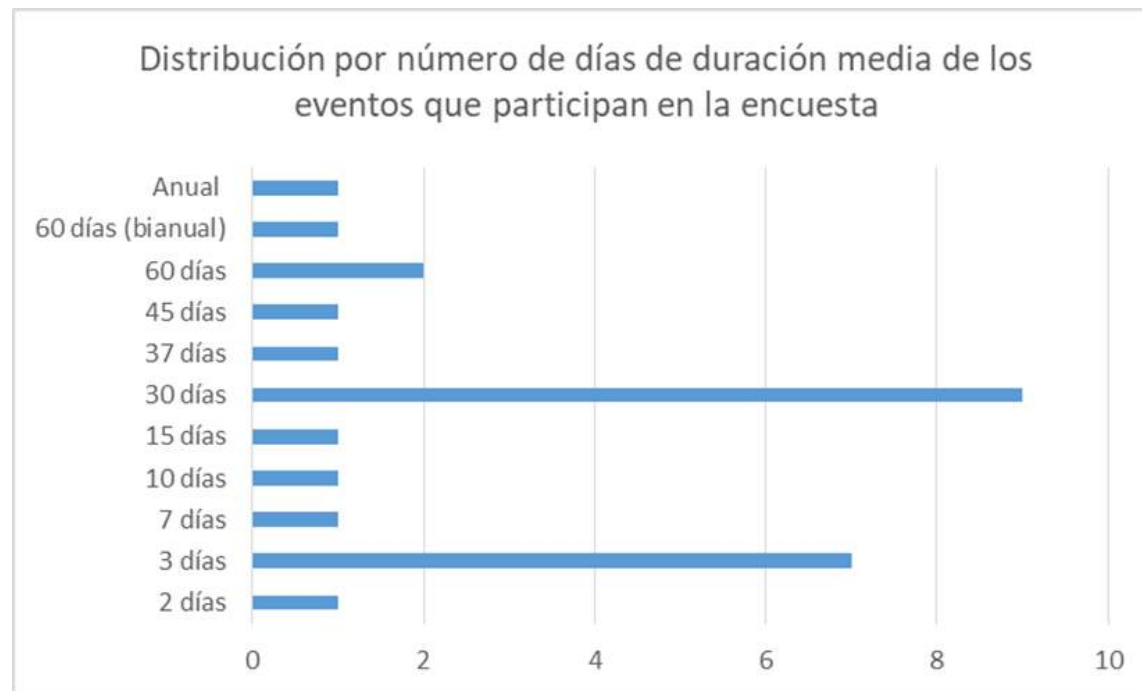
Si atendemos a la época del año en que se celebran los eventos que han formado parte de la encuesta, vemos que se ajustan al calendario escolar y que también son sensibles al calendario laboral y a la climatología, siendo los meses de mayo, junio, septiembre y octubre donde se concentran la mayor parte de ellos. De los 26 eventos, 14 se realizan en estas fechas. Durante los meses de diciembre y enero no se realizan actividades seguramente debido al cierre de los balances presupuestarios de las instituciones públicas que a través del patrocinio apoyan a la mayoría de estas iniciativas.

Dentro de las respuestas obtenidas aparecen dos notas divergentes, de un lado la existencia de un evento que se realiza de forma bianual. Y la otra la existencia de un evento que mantiene su actividad durante todo el año,.



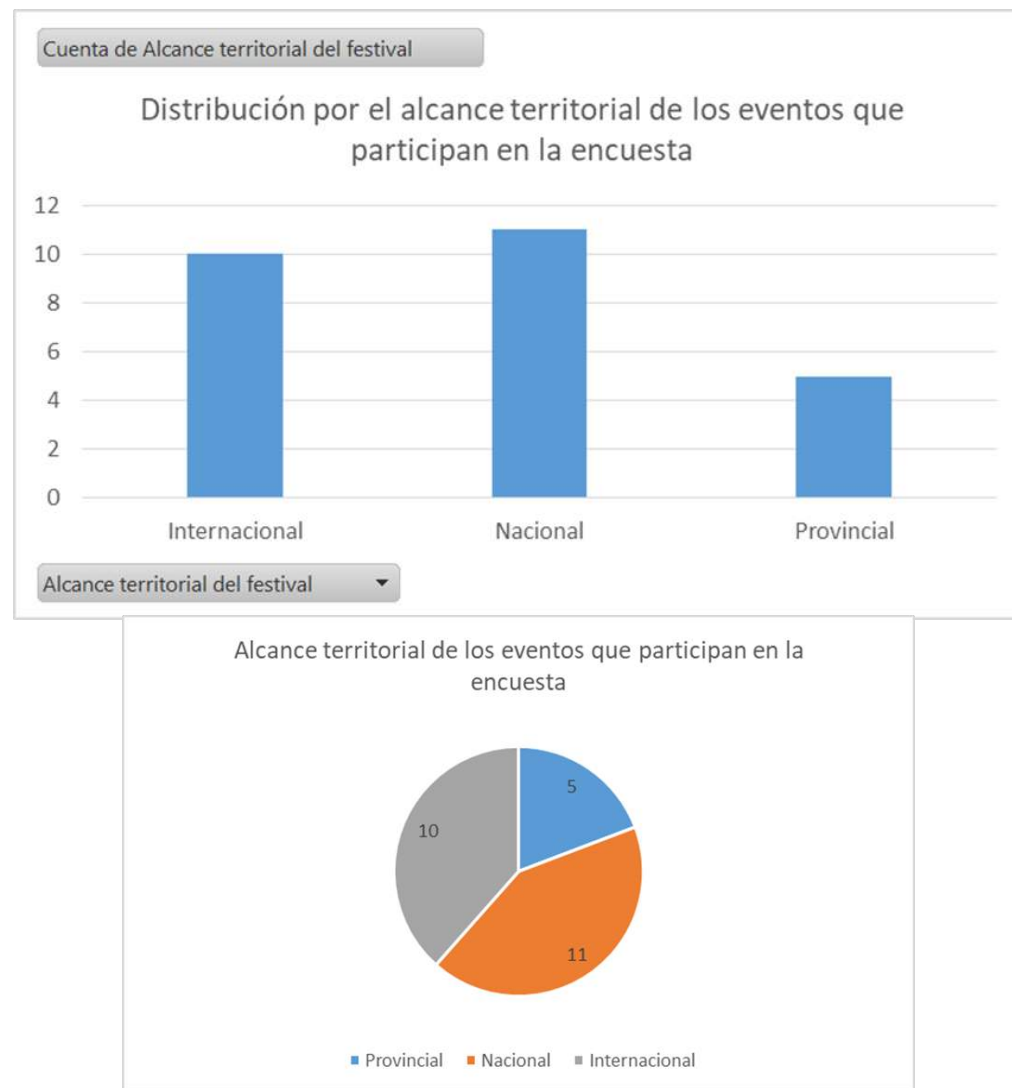
Con respecto a la duración de los eventos que han participado en la encuesta, además de su distribución en el calendario anual, vemos que dos son las tendencias mayoritarias, eventos que programan actividades, fundamentalmente durante un fin de semana y aquellos que adoptan el mes como el marco temporal para su desarrollo. A partir de estos dos modelos básicos vemos que las propuestas pueden tener una duración variable que oscila entre los 2 días de actividades programadas hasta los 60 días.

Esta diferente gestión en los tiempo de duración de los eventos guarda relación fundamentalmente con dos aspectos, de un lado la disponibilidad de presupuesto en cada uno de los eventos y de otra la propia naturaleza de las actividades que se programan, hay eventos que se centran en la realización de taller y charlas y por lo tanto circunscriben estas actividades al fin de semana, y otros que se articulan sobre la realización de muestras expositivas que habitualmente tienen una duración mensual.



La percepción que tienen los responsables de cada uno de los eventos que participan en la encuesta acerca del alcance de su festival, es decir como posicionan su actividad en relación a su posicionamiento en el territorio nos muestra que para muchos de ellos aspiran a que esta tenga un carácter internacional (10 de los casos) o nacional (11 de los casos) siendo una minoría los que se marcan el territorio de la provincia como marco espacial de su impacto.

Sin embargo el que un evento tenga un carácter internacional, nacional o provincial no viene solo determinado por la declaración o la voluntad de sus organizadores y si de otros aspectos como su poder de atracción, su alcance y difusión, el perfil de los autores que participan en ellos y las dinámicas relacionales que sean capaces de generar. Aunque muchas de estas iniciativas aspiren a ser consideradas como internacionales, el alcance real y su posicionamiento no siempre están en relación con dichas expectativas.



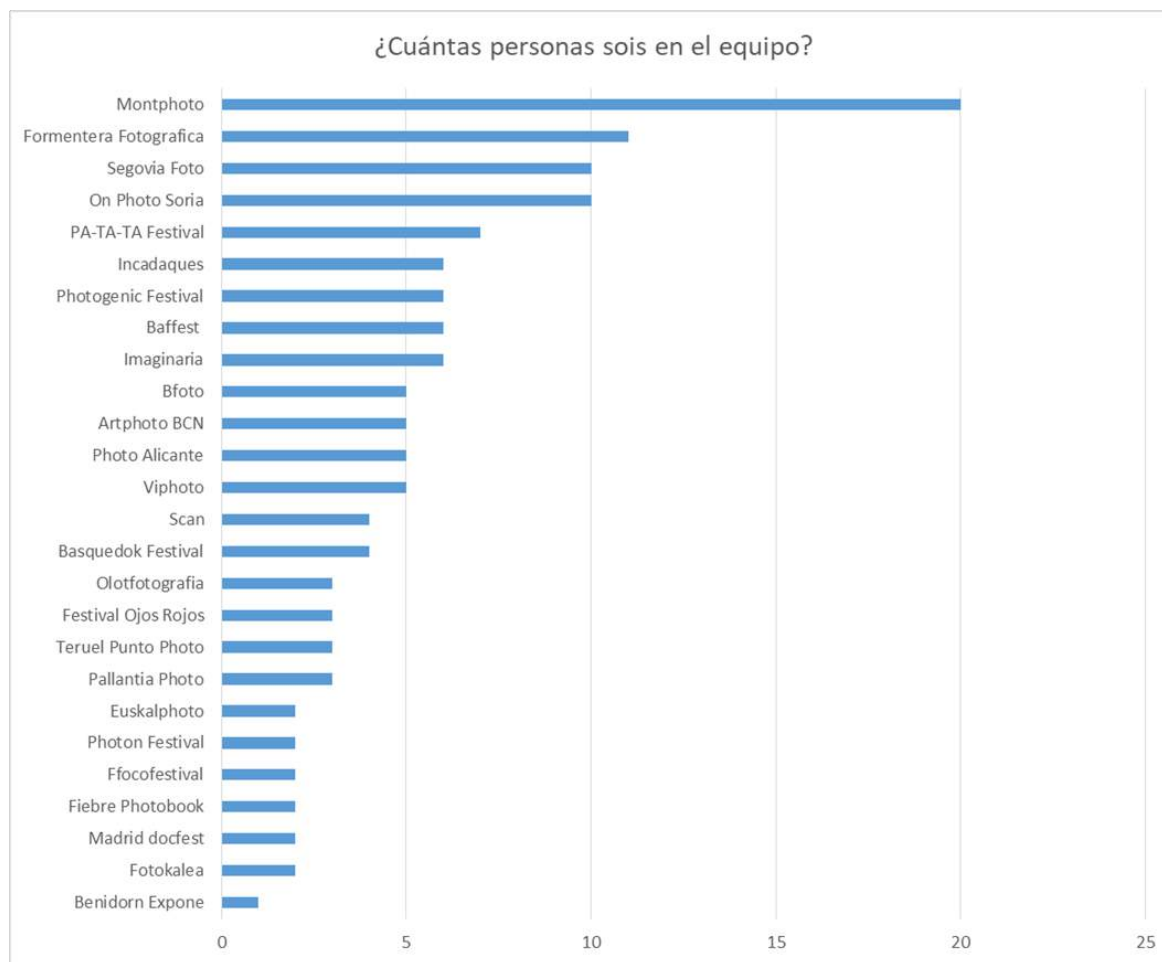
Vistas la temporalización dentro del calendario anual y la duración de cada uno de los eventos que participan en el estudio, vemos a continuación que la mayor parte de los mismos tienen un carácter temporal estacional, y que no realizan otro tipo de actividades fuera de las fechas en las que se organiza o desarrolla el evento. El proyecto, dada su naturaleza, características o recursos se circunscribe a un espacio temporal y a un marco espacial en el que se da. La mayor parte de los equipos de trabajo se centran anualmente en esa actividad y sea por las circunstancias que sea en ello quedan limitados.

Distribución de los eventos que participan en la encuesta por si realizan o no actividades fuera de las fechas en que se desarrolla cada evento



Si nos fijamos ahora en la cantidad de personas que participan en la gestión de las acciones que supone llevar a cabo cada uno de los eventos que participan en la encuesta vemos que la mayor parte de ellos son iniciativas que emplean a muy pocas personas de manera directa. 21 de las 26 iniciativas participantes en el estudio se llevan a cabo por un equipo conformado entre 5 y 1 persona. De los restantes sólo uno llega a depender del trabajo directo de 20 personas y dos lo hacen contando con un equipo de 10 personas.

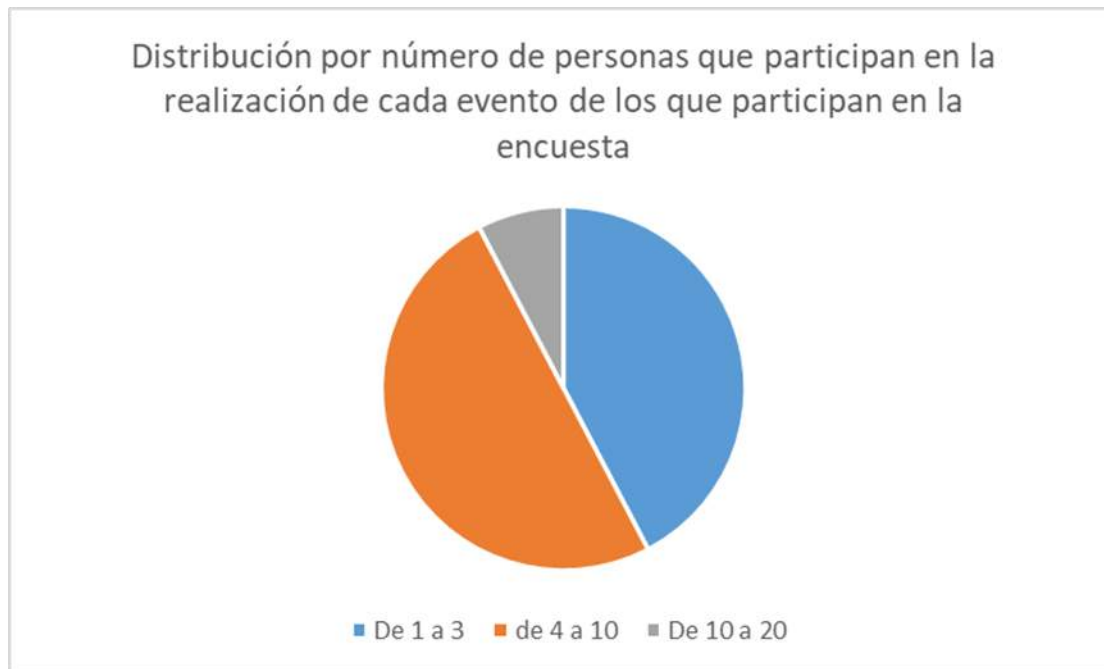
Los datos dejan en evidencia que la mayor parte de estas iniciativas son realizadas por dos o tres personas en la mayor de las ocasiones, lo que da muestra también de la precariedad del sector y de su dificultad para consolidar equipos de trabajo más grandes que puedan atender de manera más eficiente a los diversos aspectos organizativos que requieren este tipo de iniciativas.



En este gráfico podemos apreciar con mayor claridad lo que estamos comentando la escasa dimensión de los equipos de trabajo conformados en una buena parte de las iniciativas por entre 1 y 3 personas.

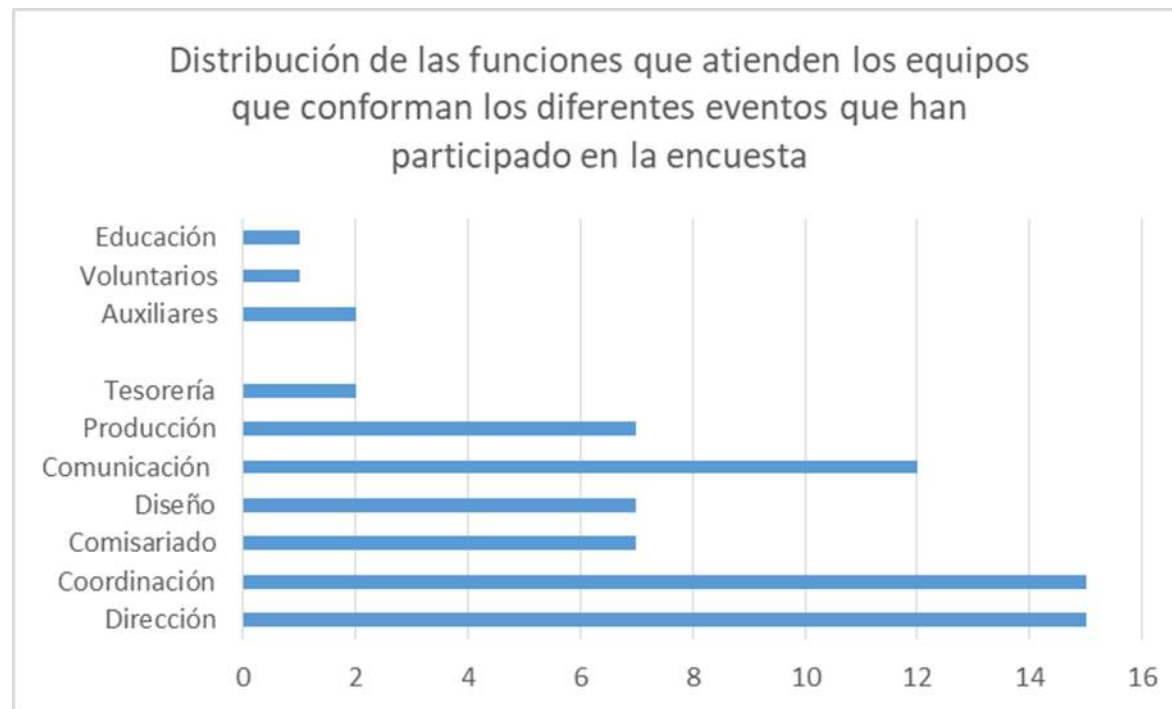
El bajo número de personas implicadas directamente en la gestión de las acciones que conducen al desarrollo de estos eventos son un síntoma de la precariedad del sector. En muchas de las ocasiones, los presupuestos de los que parten los organizadores de este tipo de iniciativa les obligan a trabajar con el número mínimo de personas posibles, la mayoría de las veces con escasa o ninguna retribución, apareciendo el activismo y la voluntariedad como una de las notas que marcan el desarrollo de las mismas.

La falta de disponibilidad de medios humanos para el desarrollo de estas iniciativas marca también su alcance, efectividad y limitan en muchos aspectos su viabilidad.



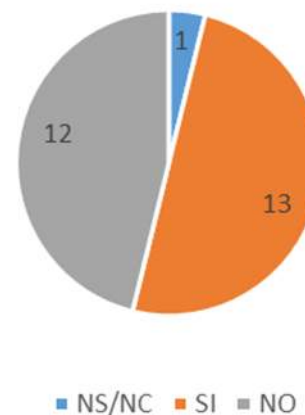
Teniendo en cuenta el bajo número de personas que integran de forma habitual los equipos que trabajan directamente en la organización de cada una de las iniciativas que participan en este estudio, nos fijamos ahora en la diversidad de funciones que deben de atender para que este se lleve a cabo. En una buena parte de los casos se atiende las labores de dirección, coordinación y comunicación, seguidas de las de producción, diseño y comisariado, siendo marginales las propias de tesorería (gestión económica), educación (pedagogía) labores subalternas y de voluntariado.

Sabiendo que en buena parte de los casos ,los equipos de trabajo están formados entre 1 y 3 personas, vemos que están deben de atender a todas y cada una de las áreas de trabajo que implican la gestión de la iniciativa. En muchas ocasiones, el perfil de “hombre orquesta” es el habitual en los equipo de trabajo, “el que todos hacemos de todo”, “hay que adaptarse” son proclamas habituales en la gestión de los eventos. Una vez más también una señal de la precariedad y las dificultades por las que atraviesa el sector.



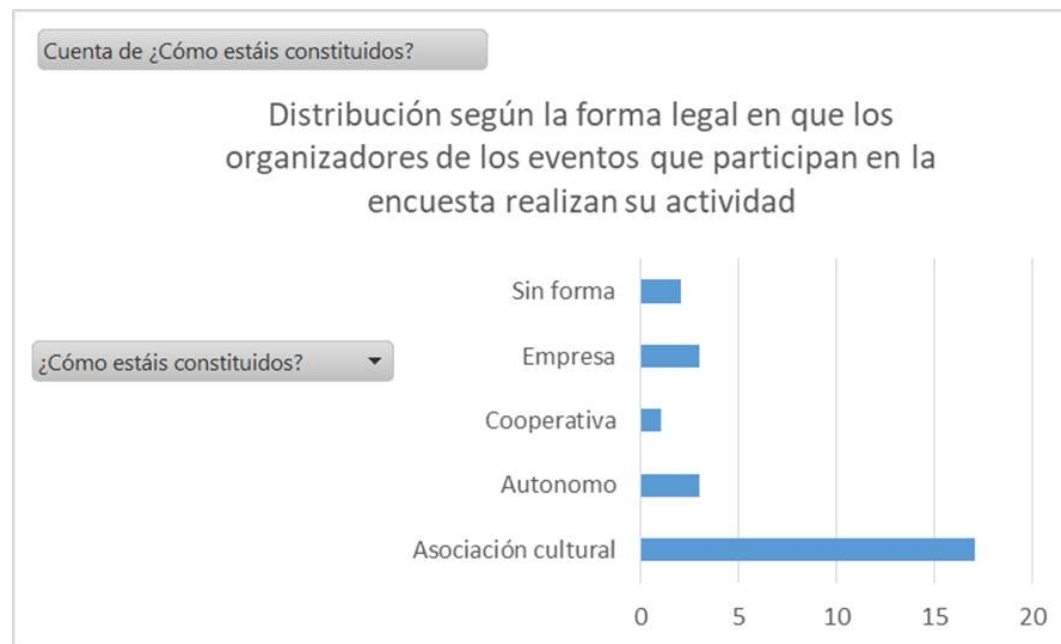
Esto último se refleja de manera evidente en el siguiente gráfico en donde podemos ver que la mitad de los eventos que participan en este estudio son realizados por personas que no perciben ninguna retribución económica por su trabajo, es decir que trabajan de forma voluntaria o a pérdidas. El dato habla por si solo, la precariedad es una constante en este tipo de iniciativas. En un buen número de casos, los organizadores de este tipo de iniciativas se ven en la tesitura de tener que destinar los recursos económicos de los que disponen al pago de los costes que suponen la realización de las actividades que organizan, sean estas del tipo que sean. En la mitad de los casos que participan en el estudio, el trabajo profesional de los responsables de los proyectos lo es a título oneroso, así que o bien es una propuesta que nace de una afición (en el caso de las asociaciones culturales) o bien los recursos económicos de los que dependen los organizadores de estos eventos tienen que surgir de una actividad profesional diferente, o ambas cosas, lo que influye a buen seguro en el alcance y viabilidad de estas iniciativas.

Distribución en relación a si reciben una remuneración económica por las actividades hacen para la realización de los eventos que participan en la encuesta



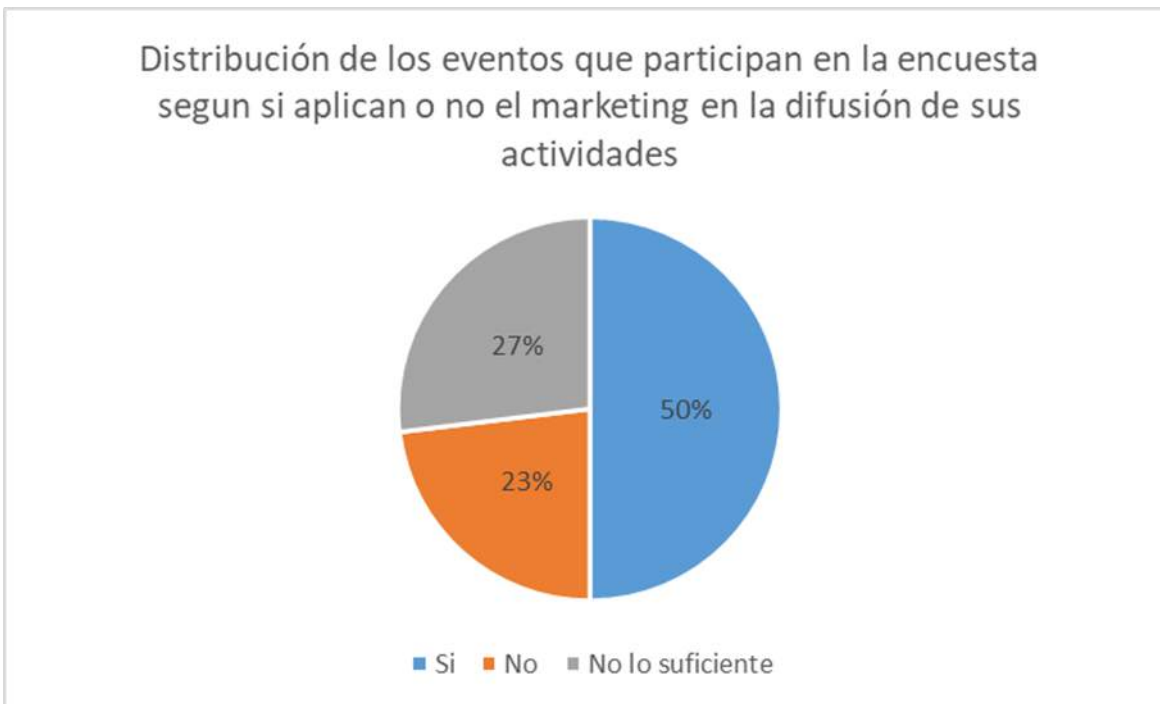
La idea de que este tipo de iniciativas son llevadas a cabo en muchas de las veces por personas que o bien trabajan de forma voluntaria o bien no tienen más remedio que hacerlo así ante la falta de recursos se ve reforzada por el modelo de gestión legal en el que se enmarcan las mismas. Para la mayoría de las iniciativas que participan en el estudio, la forma legal a través de la que articulan sus actividades, mantienen relaciones institucionales y se gestionan económicamente asumen la forma de asociaciones culturales. Un modelo de gestión cultural muy extendido en este país y en el que por su propia naturaleza suelen venir de la mano de la especialización, escasa profesionalidad y altos niveles de opacidad.

Si atenemos a los modelos de gestión de las organizaciones que participan con sus eventos en este estudio son marginales aquellos que se basan en las figuras laborales del autónomo, la pequeña empresa o la cooperativa laboral. Nuevamente la precariedad del sector va de la mano con el modo en que la gestión puede ser asumida: la asociación cultural.



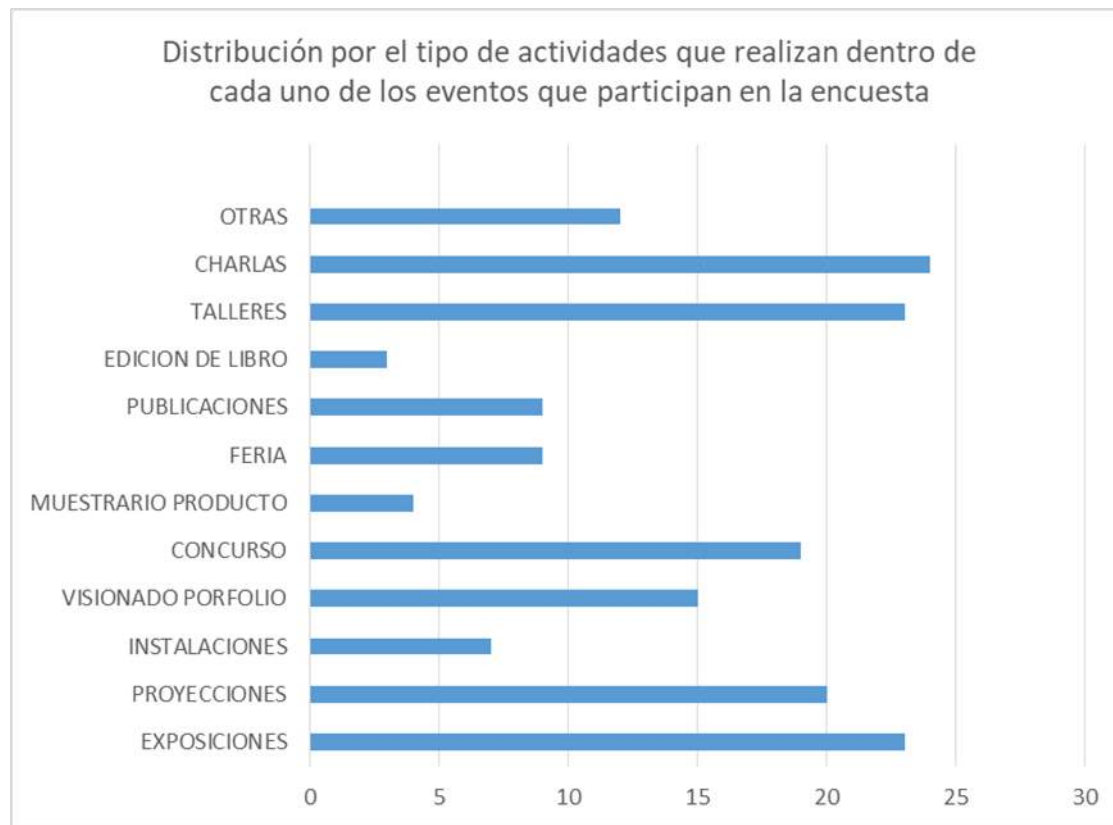
Si nos interesaba conocer la estructura de los equipos de trabajo y la distribución de tareas que ellos mismos se atribuyen para la realización de cada una de las iniciativas que forman parte de este estudio, también quisimos saber si específicamente atendían el área de marketing social/cultural en la ejecución de su proyecto.

Dadas las características de los equipos de trabajo, su situación precaria, y la dificultad para acceder a recursos económicos suficientes, no es de extrañar que también en este campo se aprecien deficiencias significativas, así de las 26 iniciativas estudiadas, el 23% no tienen una estrategia de marketing en su proyecto, un 27% la consideran insuficiente y el 50% restante si afirma tener un plan de marketing y que lo aplican.



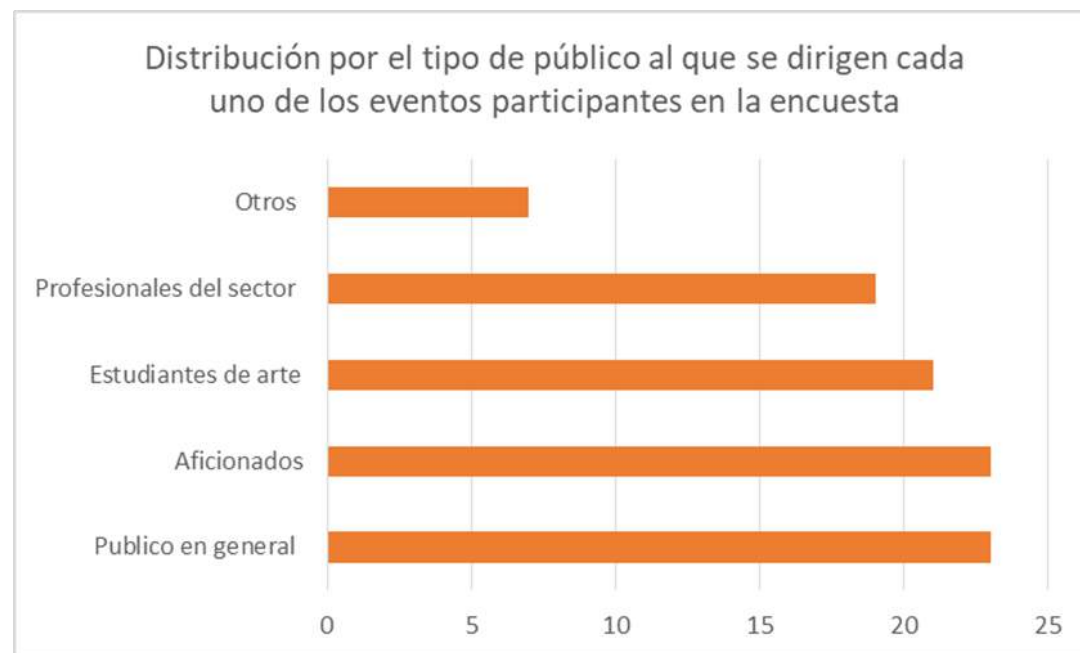
Los tipos de actividades sobre los que se articulan los eventos que participan en el estudio se basan fundamentalmente para la mayoría de los casos en la relación de charlas, talleres y exposiciones, seguidos de concursos, proyecciones y visionado de portfolios, y en menor medida por la celebración de ferias comerciales la venta de publicaciones y las instalaciones. Tienen un carácter marginal la edición de libros y el muestrario de productos comerciales .

La tipología de actividades que se realizan marca una cierta homogeneidad en los contenidos de los eventos, en la mayor parte de los casos parece existir un modelo tipo de evento que se articula sobre la realización de muestras expositivas, charlas y talleres, teniendo un menor papel otras que sin embargo han adquirido relevancia recientemente como la edición de libros y la atención al mercado editorial.



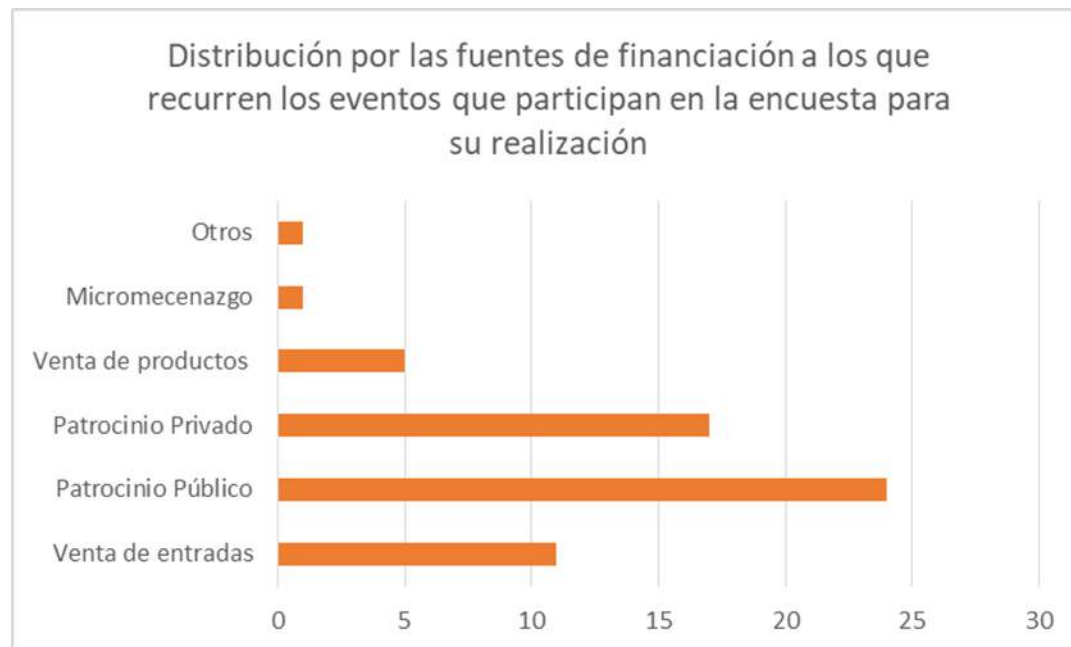
Si en el ámbito de las actividades que se programan vemos que parece existir un modelo habitual, también se da este si atendemos al tipo de público objetivo al que se dirigen la mayor parte de los eventos que participan en el estudio. El público en general y las personas aficionadas a la fotografía están presentes en la mayor parte de las propuestas, seguidos muy de cerca por los estudiantes de arte y los profesionales del sector.

Esto significa que la mayor parte de las actividades que se programan tienen un carácter generalista y en cierto sentido no especializado, orientadas hacia un público en general y la categoría de “aficionadxs a la práctica fotográfica” y también que de alguna manera las propias características del sector señala una escasa sectorización de los productos culturales que genera y una falta de vertebración de esos mismos productos. El sector de alguna manera está poco especializado y de alguna forma delimitado por una programación que intenta ser inclusiva pero también poco diferenciada.



También en el ámbito de las fuentes de financiación de los eventos que participan en el estudio vemos que el modelo financiero se repite conformando un modelo base. La mayoría de los eventos depende del apoyo institucional siendo el sector público a través de patrocinio, subvención o ayuda el recurso más empleado para la financiación de los eventos. Le sigue el patrocinio privado, la venta de entradas y de productos y de forma muy marginal la utilización de fórmulas como el micromecenazgo.

Salvo raras excepciones, la financiación pública es el elemento fundamental en la concreción de recursos económicos para la celebración de este tipo de eventos, lo que también apunta a su alto grado de dependencia, o a su escasa independencia o falta de autonomía con respecto a las decisiones y dictámenes de esas instituciones públicas, habitualmente circunscritas al ámbito de las corporaciones municipales. Una dependencia que en muchas ocasiones no solo condiciona si no que determina la viabilidad de los propios eventos.



Prestemos ahora atención al volumen presupuestario que manejan los eventos que participan en este estudio. Vemos que la media presupuestaria de los mismos es de alrededor de los 30.000 euros, si bien existen extremos entre los 5000 y los 100000 euros. Ninguno de ellos supera esta cantidad.

La suma de los presupuestos de las 25 iniciativas (de una no tenemos datos) que forman parte de este estudio alcanzan los 750.000 euros para el año 2019

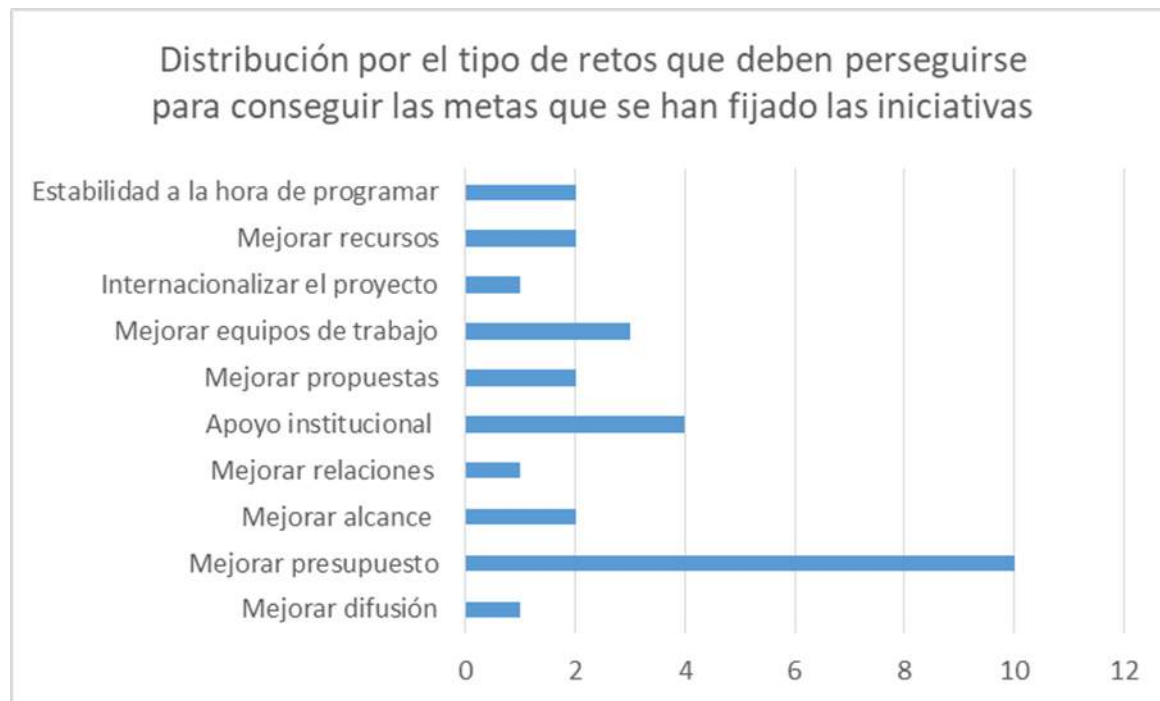
Los presupuestos de los que disponen estas iniciativas podríamos calificarlos de modestos y están en consonancia con la precariedad que muestra el sector, pensemos que según la a Federación de Usuarios y Consumidores Independientes (FUCI), casarse en España tiene un coste de 16.534 euros si la boda es para 100 invitados.



A la hora de valorar cuales son los retos a los que deben enfrentarse las iniciativas que participan en el estudio a la hora de alcanzar los objetivos que se dan entienden que la mejora del presupuesto es su primera urgencia, seguida de obtener más apoyo institucional, mejorar las condiciones de los equipos de trabajo y tener estabilidad a la hora de programar.

En menor medida consideran necesario mejorar sus propuestas, las relaciones con el sector, el alcance de la iniciativa, su difusión y la internalización de la misma.

La necesidad de contar con más recursos, las demandas de estabilidad en la programación y de un mayor reconocimiento por parte de instituciones y empresas serían también las demandas más urgentes que se realizan desde el sector. E indican la fuerte dependencia que sufren de las corporaciones locales y sus agendas culturales.



Preguntados acerca de la relación que mantienen con el sector de la cultura de su ámbito de actuación los eventos que han participado en el estudio mantienen en líneas generales una buena relación con el entorno cultural más cercano, procurando una relación colaborativa con el mismo. Esto se da para 18 de las 26 iniciativas analizadas. Las otras 8 o tienen una buena relación con el entorno, aunque no mantienen relaciones de colaboración entre sí, o no tienen relación o no han contestado a la pregunta.

Un sector tan precario como el que representan los festivales de fotografía que participan en el estudio, necesariamente tienen que ser activos y colaborativos con el sector de la cultura visual más cercano a fin de crear sinergias positivas y mejorar las posibilidades de supervivencia en el tiempo.

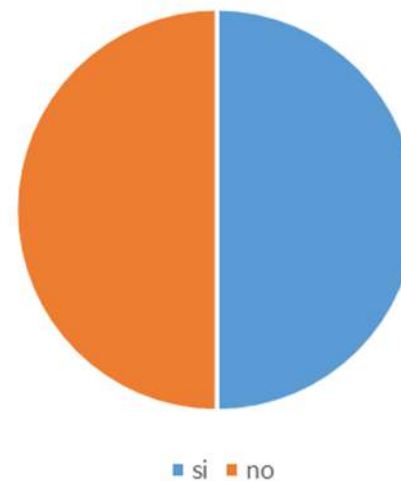
Distribución por el tipo de relación que mantienen cada uno de los eventos que participan en la encuesta con el sector de la cultura visual dentro de su ámbito de actuación



Si bien la mayoría de las iniciativas que participan en el estudio mantienen relaciones de colaboración con otras propuestas de la cultura visual que se realizan en su entorno más cercano, no parece ser esta la situación que se da a la hora de colaborar con otras iniciativas como los festivales de fotografía a nivel nacional. Así tan solo la mitad de ellas han realizado colaboraciones entre sí.

Una vez más las debilidades del sector se hacen visibles por la débil línea de colaboración que se establece entre este tipo de eventos. Sigue a día de hoy sin existir proyectos que vinculen a las diferentes iniciativas entre como podría ser la coproducción de productos culturales vinculados a la fotografía, el préstamo de colecciones fotográficas, el intercambio de información, la prestación de servicios, o propuestas similares.

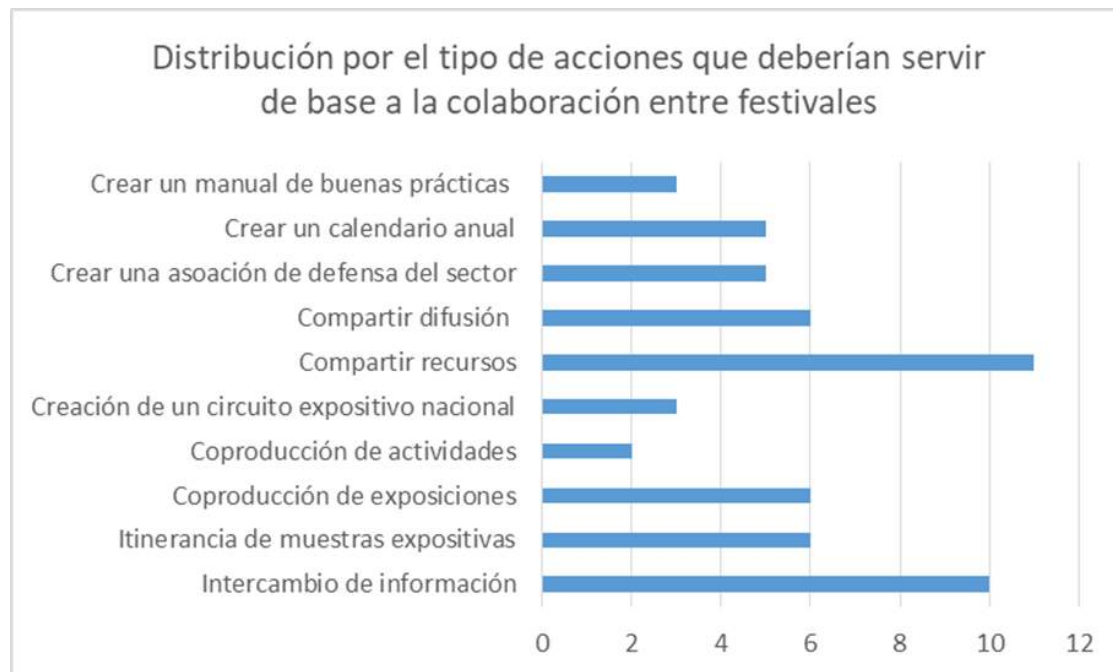
Distribución según si han realizado o no colaboración con otros festivales los eventos que participan en la encuesta



Con respecto al tipo de acciones que las diferentes iniciativas proponen podrían servir de base a la colaboración entre festivales destaca la de compartir recursos, el intercambio de información, la itinerancia de muestras expositivas, la coproducción de exposiciones y el compartir la difusión de las diferentes iniciativas.

Menor peso tienen la creación de un calendario anual común, la creación de una asociación que defienda los intereses de las distintas iniciativas y pueda servir para su representación delante de instituciones y posible patrocinadores, crear un manual de buenas prácticas o la creación de un circuito expositivo anual.

El tipo de acciones que se pretende sean colaborativas en este momento son aquellas que suponen una menor carga de trabajo para los responsables de las diferentes iniciativas. Lo cual es comprensible dado el volumen de trabajo al que deben atender para la gestión de las mismas.



En la misma línea las iniciativas que participan en el estudio presentan una baja o nula orientación hacia el exterior, su entorno más cercano la UE o incluso a la hora de participar en programas o proyectos de alcance internacional. El gráfico nos muestra como la mayor parte de estas iniciativas a día de hoy no han participado en líneas de actuación específicas como los programa de Europa Creativa o Europa para los Ciudadanos. Aunque la mayoría de ellas dependen de la financiación pública esta la consiguen habitualmente a través del ámbito local, provincial o como mucho a nivel o autonómico en el menor de los casos, desconociendo o no articulando la búsqueda de recursos públicos a través de instituciones de carácter nacional o supranacional.

También aquí el sector muestra una cierta debilidad porque no son capaces de aprovechar este tipo de iniciativas, algunas veces por desconocimiento, pero la mayor de las veces por falta de personal cualificado para la gestión de las mismas. El idioma y la burocracia se convierten aquí en barreras.

Distribución por los eventos que participan en la encuesta según se hayan presentado o no a subvenciones internacionales como Creative Europe, Europe for Citizens, etc



La misma situación que se daba a la hora de medir el grado en que las iniciativas que participan en este estudio a la hora de medir su grado de participación en programas como Europa Creativa, nos la encontramos cuando atendemos a la línea de subvenciones directamente dependientes del Ministerio de Cultura. Una vez son escasas las ocasiones en las que las iniciativas del estudio han recurrido o han podido optar a las ayudas ministeriales, bien por no cumplir los requisitos, bien por no poder gestionar el procedimiento de solicitud de las mismas o bien por desconocimiento de estas líneas de financiación.

Distribución de los eventos que han participado en la encuesta y se hayan presentado a las subvenciones del Ministerio de Cultura



■ Si ■ No

Vistos los resultados de los datos que arrojan la encuesta que se ha llevado a cabo con la colaboración de 26 iniciativas diferentes vinculadas al sector de la difusión cultural a través de los festivales de fotografía nos queda una imagen fija acerca de las características que presenta el sector y que pueden resumirse en una sola palabra: precariedad. Esta viene dada por:

La reducida dimensión de los equipos de trabajo, que deben de atender de forma simultánea a un conjunto heterogéneo de funciones si quieren asegurar la realización de la iniciativa. Es habitual que equipos de trabajo de entre 1 y 3 personas asuman el conjunto de tareas implicadas en la realización de evento: dirección, coordinación, comisariado, producción, diseño, comunicación, gestión económica, asistencia técnica, proyecto pedagógico, relaciones públicas, y un largo etc de tareas. La diversidad de tareas a las que deben responder implica en mu-

chas ocasiones la falta de especialización y una gestión modesta de algunas de estas actividades.

Además en una buena parte de los casos, los equipos de trabajo que gestionan la actividad, lo hacen de forma onerosa, no percibiendo un rendimiento económico por ello. Es decir es trabajo voluntario que se realiza al margen de la actividad profesional que las personas que integran esos equipos de trabajo deben realizar para asegurarse su supervivencia. El carácter marginal y voluntario en la gestión de estas iniciativas también limita el alcance de las mismas.

La falta de recursos económicos esta en la base de esta precarización de los equipos de trabajo, y también determina la fórmula de gestión económica de las iniciativas basada fundamentalmente en la figura de la asociación cultural.

Bajo este paraguas frente a otras alternativas como la pequeña empresa, el trabajador por cuenta propia o las cooperativas laborales, la asociación cultural aparece como la estructura organizativa más viable para la gestión de la actividad, pero también y aún siendo la más socorrida este modelo por sus características esta sujeta a una serie de dificultades que deben de ser tenidas en cuenta, una estructura organizativa poco eficaz y ágil en la toma de decisiones, que puede ser bloqueada en función de la predisposición de los socios, y que a menudo no puede garantizar a medio y largo plazo la viabilidad de los proyectos por el cansancio de las juntas directivas que por norma general son cubiertas por las personas más implicadas y motivadas, pero también sobre las que recae toda la responsabilidad, no solo frente a terceros, si no en muchas ocasiones frente a los propios socios menos activos, pero no por ello menos críticos.

Es también habitual el desconocimiento por parte de las personas que gestionan las asociaciones culturales de la forma en que estas deben de gestionarse en términos laborales, contables y fiscales, lo que dificulta aún más su labor, que en estos breves queda muchas veces en mano de un asesor externo con escasa o nula relación con la singularidad que presenta el sector de la gestión cultural.

Además los cambios introducidos por la Ley de Contratos Administrativos de reciente aprobación limita en muchas ocasiones los márgenes de maniobra que este tipo de figura jurídica tiene para el desarrollo de sus actividades. Hay que pensar que tampoco en la asociaciones culturales suelen existir personas que por su formación profesional puedan manejarse con soltura en estas lides.

La casi inexistencia de verdaderos profesionales en la gestión de estos eventos, es decir de personas que perciben la suficiente contraprestación económica por las tareas que realizan para la adecuada consecución de la iniciativa, la casi inexistencia de un sector empresarial o al menos de trabajadores por cuenta propia vuelve a indicarnos la precariedad del sector.

Junto a ello hay que tener en cuenta que la mayor parte de las iniciativas que han formado parte de este estudio surgen a partir de los años 2008 en adelante, es decir, cuando se produce la crisis financiera global del Lehmann Brothers y su réplica en el 2012, que impacta de forma severa de forma general al conjunto de la economía y de forma especial al sector cultural. En un entorno de crisis, reducción de presupuestos, pauperización y precarización es cuando surgen este tipo de iniciativas, tal vez por la propia madurez del sector, o tal vez porque en algu-

nos casos son una alternativa a la precariedad laboral, pensemos en la cantidad de fotógrafos profesionales que a consecuencia de la crisis vieron desaparecer sus trabajos en prensa generalista y especializada, y también en aquellas otras personas con formación artística y que utilizaban la fotografía como medio de expresión que tuvieron que buscar otra forma de salir adelante. Quizás en este sentido el vapuleado sector cultural se convirtió en un cajón de sastre, destartado, precarizado, pero aún viable.

Lo que sí es cierto es que estas iniciativas surgen en una situación poco halagüeña marcada por las dificultades económicas, la crisis del sector, el desbaratamiento de líneas de financiación pública y privada y de contracción del mercado que han limitado sus posibilidades de desarrollo y su capacidad de crecimiento. La cultura se hace precaria y desde lo precario.

En esta situación no es de extrañar que los presupuestos con los que cuentan esas iniciativas sean la mayor de las veces modestos e insuficientes para asegurar la continuidad de las mismas. En el caso de las que participan en este estudio, la media de presupuesto por iniciativa es de 30.000 euros anuales para la realización de la actividad, muy lejos de los que manejan otros festivales como los musicales, o los de teatro que suelen recibir una mayor atención por parte de las instituciones públicas y de las empresas privadas a la hora de conseguir patrocinio o sponsorización.

En la provincia de Castellón por poner un ejemplo la Diputación aportó en el 2019 en ayudas a los festivales de música que aquí se realizan más de 500.000 euros. La suma de los presupuestos de las 26 iniciativas que recoge este estudio es de 750.000 euros anuales, es decir que la aportación de una sola

institución en una sola provincia para festivales de música supuso las dos terceras partes del presupuesto tal con el que cuentan las 26 iniciativas que venimos comentando.

Como dato curioso en el 2017 el gasto medio de una boda para 100 invitados se cifraba entorno a las 15.000/20.000 euros según la Federación de Usuarios y Consumidores Independientes (FUCI), la comparación traída de aquellas maneras nos deja bien claro que de alguna forma una boda media privada cuesta la mitad que un festival medio de fotografía en este país.

Pero no solo los festivales de fotografía parten con unos presupuestos más bien modestos, sino que además frente a otro tipo de eventos como los festivales de música, de teatro o el cine, también por lo general disponen de menores fuentes para financiarse.

Según los datos del estudio una parte fundamental de los recursos económicos que consiguen las iniciativas que participan en el estudio dependen del patrocinio público, que aparece en forma de prestación de servicio (contrato), subvención (monetaria) o ayuda (cesión de espacios) y en menor medida del patrocinio privado (esponsorización) siendo marginal los recursos que se consiguen por la venta de servicios (talleres y charlas), te productos (feria, publicaciones, o merchandising), el micromecenazgo o por la venta de entradas.

Esta ultima la venta de entradas para asistir a las muestras expositivas que suelen ser la actividad preponderante en los festivales de fotografía es casi inexistente dentro del panorama nacional. Aquí también la falta de una cultura de consumo privado pagado , que si aparece en el caso de los espectáculos de música, teatro, danza o cine limitan las posibilidades para financiar el sector cultural de los festivales de fotografía o de

eventos vinculados al mundo de la imagen fija.

Tampoco la edición y venta de libros o catálogos o la venta de obra a coleccionistas, que podrían ser fuentes directas de financiación, se presentan a día de hoy como alternativas reales para este tipo de iniciativas.

Lamentablemente el sector es muy dependiente del apoyo institucional público fundamentalmente del que reciben de las corporaciones municipales, habitualmente las áreas de cultura de los ayuntamientos, en menor medida de las Diputaciones y puntualmente de las que dependen de las Comunidades Autónomas. La financiación a partir de ayudas por parte del Ministerio de Cultura casi no existen, y tampoco alcanzan estas iniciativas a financiarse a través de proyectos europeos o internacionales

En este sentido la mayor parte de las iniciativas que forman parte de este estudio no han accedido a los programas de apoyo a la cultura dependientes del Ministerio de Cultura y Deportes o a los que dependen de la UE como Europa Creativa o Europa para los Ciudadanos, en algunos casos por desconocimiento, en otros por falta de capacitación técnica para afrontar la gestión administrativa que supone la tramitación de estas ayudas, y en los más por que se perciben como lejanas estas instancias. Hay que pensar en el actor institucional público de referencia para este tipo de iniciativas son las concejalías de cultura municipales de las respectivas poblaciones donde tienen lugar los eventos. Ni si quiera el interlocutor es la propia corporación municipal en su conjunto, lo que facilitaría la participación de otras áreas de gestión municipal en la provisión de recursos económicos a través no sólo del área de cultura, si también de otras como pueden ser: turismo, educación, igualdad, servicios sociales, etc.

El tipo de actividades hacia las que se orientan las iniciativas que participan en el estudio a la hora de alcanzar sus objetivos determina también la duración del evento. Si se articulan en base a charlas, talleres, clases magistrales, presentación de libros o feria de productos suelen tener una duración de entre 2 y 3 días, programándose fundamentalmente durante el fin de semana.

Si se articulan en base a la exhibición de muestras fotográficas, proyecciones o instalaciones la duración más típica es la de 30 días, período en el que las salas expositivas cedidas habitualmente por la corporación municipal o por fundaciones sociales están abiertas al público.

Lo habitual no obstante es un mix en el que se den al mismo tiempo exposiciones, charlas, talleres, visionados, proyecciones, concursos, proyecciones, y presentación de libros.

La celebración de las actividades programadas por las iniciativas a las que nos referimos está marcada por el calendario escolar, y los meses en los que la climatología es más propicia, los meses de abril, mayo, junio, septiembre y octubre.

La dependencia de las agendas culturales municipales también patente, no programándose durante los meses de diciembre (cierre de presupuestos) enero y febrero (aprobación de los presupuestos municipales).

Esta dependencia introduce un elemento perturbador que condiciona la viabilidad y la planificación a largo plazo de las iniciativas, ya que anualmente es necesario volver a negociar con las instituciones públicas que la apoyan el montante de las ayudas, y fechas y condiciones en las que se pueden disponer los espacios que son cedidos. Aunque la valoración de la actividad sea positiva su mantenimiento en el tiempo fluctúa con las

deriva de la propia corporación municipal, su lógica, tiempos y disponibilidades. Esta situación se agrava de una forma importante en períodos electorales y con los cambios en los equipos de gobierno después de una elección. También están a menudo condicionados por la temporalidad de los mandatos de los partidos políticos de las diferentes corporaciones supeditados a programas cortoplacistas de cuatro años.

Existe además una fuerte competencia por los recursos públicos municipales entre los diferentes actores culturales que participan en la agenda cultural municipal. Es habitual que las iniciativas vinculadas a la defensa y difusión de la producción cultural y la práctica cultural de la imagen fija sea una más de las que existen en la parrilla de actividades anuales del Ayuntamiento..

Dadas las condiciones en las que se desarrollan las iniciativas que forman parte del estudio, la mayor parte de sus organizadores no desarrollan otras actividades que supongan la deses-tacionalización del proyecto en sí, es decir, se centran a lo largo del año en la realización de esa única actividad, por lo que en muchas ocasiones la posibilidad de crear sinergias y externalidades positivas con otros proyectos es mínima y eso aún cuando en la mayor parte de los casos las relaciones que se establecen entre los organizadores de estas y otros actores culturales del sector visual cercanos al entorno de los primeros son consideradas como buenas y colaborativas.

En algunos casos, aunque la relación con otros agentes culturales del entorno próximo a los colaboradores sea buen no mantienen colaboraciones específicas en el campo de proyectos comunes o el reforzamiento entre sí de las diferentes propuestas que ven la luz.

Resulta igualmente llamativo en este sentido que solo el 50% de las iniciativas estudiadas hayan realizado o realicen colaboraciones con los festivales de fotografía que existen en el país, hayan o no participado en este encuentro. La situación de aislamiento en la que se encuentran buena parte de estas propuestas, la falta de una red de colaboración o simplemente la incapacidad o la desafectación por parte de sus organizadores para trabajar de forma colaborativa vuelve a introducir un elemento de debilidad en el sector.

No obstante una de las conclusiones a las que se llegó en los dos eventos realizados desde la plataforma FOC y que dan sentido a este estudio fue la necesidad de crear instrumentos que faciliten la colaboración entre festivales, su apoyo mutuo e incluso el desarrollo de actividades y acciones conjuntas que refuercen su capacidad y sus recursos.

En una primera aproximación las iniciativas que participaron tanto en los encuentros, como en la realización del presente estudio entienden que es necesario trabajar de forma más unida, compartiendo recursos. En una primera etapa y dadas las dificultades de gestión que tiene unos equipos reducidos de trabajo, mal o no remunerados, ante la carga de trabajo que supone el desarrollo de líneas de colaboración más sólidas plantean que esta se de en un primer acercamiento a través de fórmulas como compartir información, apoyar en la difusión de cada uno de los eventos, y favorecer la itinerancia de colecciones fotográficas ya producidas a través de su cesión entre festivales

En menor medida se plantean como viables otras iniciativas como la coproducción de muestras expositivas y de actividades, crear un calendario anual de eventos a fin de evitar contra programaciones y facilitar la itinerancia de las muestras, o

incluso de las actividades que se programen como charlas o clases magistrales, la creación y aplicación de un manual de buenas prácticas dentro del sector, el compartir recursos (contactos, posible patrocinadores, relaciones institucionales, proyectos y/o programas) , la creación de un circuito expositivo a nivel nacional valiéndose de los espacios al alcance de cada uno de los organizados o la creación de una figura que les represente de forma conjunta para el alcance de nuevos recursos y medios o para la interlocución con otros actores en la defensa de sus intereses y propuestas.

A raíz de la celebración de los dos encuentros facilitados por FOC se esta empezando a trabajar en este sentido, estudiando fórmulas que permitan líneas de colaboración y respaldo entre estas iniciativas culturales que tienen a la fotografía y la imagen fija como denominador común.

Con respecto a las expectativas y los retos que tienen por delante a fin de mejorar sus posibilidades de alcanzar sus objetivos mediante las iniciativas que llevan a cabo tres son fundamentalmente los que esperan conseguir.

Primero mejorar su financiación a través del aumento de presupuestos y de los posibles patrocinadores institucionales bien sea públicos o privados.

Segundo y a continuación, esto les permitiría mejorar los equipos de trabajo, asegurar una remuneración adecuada y la viabilidad de los propios proyectos, incluso su profesionalización, algo muy necesario para el sector.

Tercero y no menos importante reducir la dependencia orgánica con respecto a las corporaciones municipales. Para muchas de estas iniciativas la forma en que se gestionan las agendas

municipales de cultura desde las propias áreas de cultura de las corporaciones municipales les hace estar siempre en una situación incierta o merced de presupuestos, ayudas, plazos, límites, disponibilidades lo que merma la propia autonomía de estas iniciativas, les resta estabilidad y capacidad de planificación en el tiempo. De alguna manera son prisioneras de la forma en que se articulan las políticas y las estrategias culturales en este país.

Junto a estos retos se marcan otros como la mejora de recursos, el conseguir un mayor reconocimiento y apoyo por parte de las instituciones, la mejora de sus propuestas y el alcance de las mismas o la internacionalización de sus iniciativas.

Estos son algunos de los retos que tiene por delante y también marcan la futura evolución del sector que esperamos sea buena.

INFORME FOC |
| ENCUENTRO
NACIONAL DE
DIRECTORXS DE
FESTIVALES DE
FOTOGRAFÍA

FOC
FOC
FOC

CCCC. VALENCIA
NOVIEMBRE
2019|
MENADOR EC.
CASTELLÓN DE
LA PLANA
FEBRERO 2020|