

INFORME

FOC 2023

FESTIVALES DE
FOTOGRAFIA EN
ESPAÑA

FOC
FOC
FOC

III FEM FOC

ENCUENTRO NACIONAL DE
DIRECTORES DE FESTIVALES
DE FOTOGRAFIA

SORIA 2023

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 sociedad. 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. Sin embargo, se observa, la cada vez más preocupante, falta de ayudas, y puesta en valor tanto de los profesionales de la fotografía como de los gestores que la promuevan y de una pedagogía de la imagen que permita su uso crítico.

Nos encontramos pues ante un necesario momento de reflexión y mucho más importante de acción. Es por ello por lo que desde FOC (Fotografía Observatorio Cultural) hemos actualizado la información que, sobre la situación del este sector, obteníamos en 2020, justo antes del confinamiento impuesto por la emergencia sanitaria de la COVID 19, con la presentación del I Informe FOC.

Este documento se hizo público en las jornadas que se desarrollaron en el Menador Espai Cultural de Castellón, gracias al apoyo de la Universitat Jaume I y al Consorcio de Museos de la Generalitat Valenciana a finales de febrero de 2020.

En la actualización de la información recabada entonces, han participado 23 festivales de fotografía que colaboran con la Plataforma FOC, aunque formalmente se invitó a participar en el estudio a cerca de 50 integradas o no en ella. En 2019 fueron 26 las iniciativas que participaron en la recogida de información, por lo que la actualización de datos que presentamos en este II Informe FOC, son consistentes entre sí y sin que puedan extrapolarse de forma automática a todos los festivales de fotografía de los que se llevan a cabo en el territorio nacional, si permiten que nos hagamos una idea sobre la situación del sector, atendiendo a la naturaleza y fin de este tipo de proyectos, sus características, modelo de gestión, naturaleza jurídica, conformación de sus equipos de trabajo, programa de actividades, vías de financiación, relación con el entorno y las dificultades que enfrentan a la hora de llevar a cabo sus propuestas.

Frente a la información recabada en el I Informe FOC (2020) hemos introducido ahora, una batería de preguntas relacionadas con el modo en que los festivales conocen e implementan en el diseño y desarrollo de sus actividades las indicaciones que se recogen en los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) recogidos en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, vinculados con el desarrollo cultural y muy especialmente con las indicaciones sobre: buenas prácticas profesionales, transparencia en la gestión, inclusividad social y sostenibilidad medioambiental, por entender que estas, marcan la forma en los festivales, en tanto que propuestas que tienen un impacto en las dinámicas sociocomunitarias y con su valor público, deben de atender en su modelo de gestión, y la forma en que diseñan y desarrollan sus actividades.

Para la realización del presente estudio, se diseñó un cuestionario de preguntas referidas al sector de los festivales, que fueron contrastadas y depuradas por un grupo de control formado por 12 personas responsables en la dirección de 12 de los 23 festivales que participan en él. El cuestionario a través de la app Formulario

de la plataforma Google y mediante correo electrónico se hizo llegar a los responsables de los diferentes festivales de fotografía o iniciativas similares que se desarrollan en España y de las que teníamos constancia o conocimiento, y que, a su vez, eran conocedoras del trabajo que venimos desarrollando desde FOC (Fotografía Observatorio Cultural).

La propuesta fue recibida por cerca de 50 iniciativas. Junto al cuestionario enviamos una carta en la que se explicara la naturaleza y el alcance del estudio que queríamos llevar a cabo y también una petición para que estas participaran de forma honesta y activa, remitiéndonos sus cuestionarios cumplimentados. El trabajo de campo se llevó entre los días 15 de octubre y 15 de diciembre de 2022. Los resultados del estudio se articulan gracias a la respuesta que recibimos por parte de 23 festivales de Fotografía, la mayoría de ellos integrados en la Plataforma FOC.

La relación de festivales que han participado en el estudio es la siguiente:

Art Photo Bcn. Barcelona. Cataluña.

Basquedokfestival. Bilbao País Vaco.

Bienal de Fotografía. Córdoba. Andalucía.

Emotiva, Festival Internacional de Fotografía Contemporánea. Tarrasa. Cataluña.

Experimental Photo Festival. Barcelona. Cataluña.

FestComarca Photo Fest. Huelva. Andalucía.

Festival Ojos Rojos (Festival Internacional de Fotografía Española e Iberoamericana). Jávea. Comunidad Valenciana.

FFoco Festival de Fotografía da Coruña. La Coruña. Galicia.

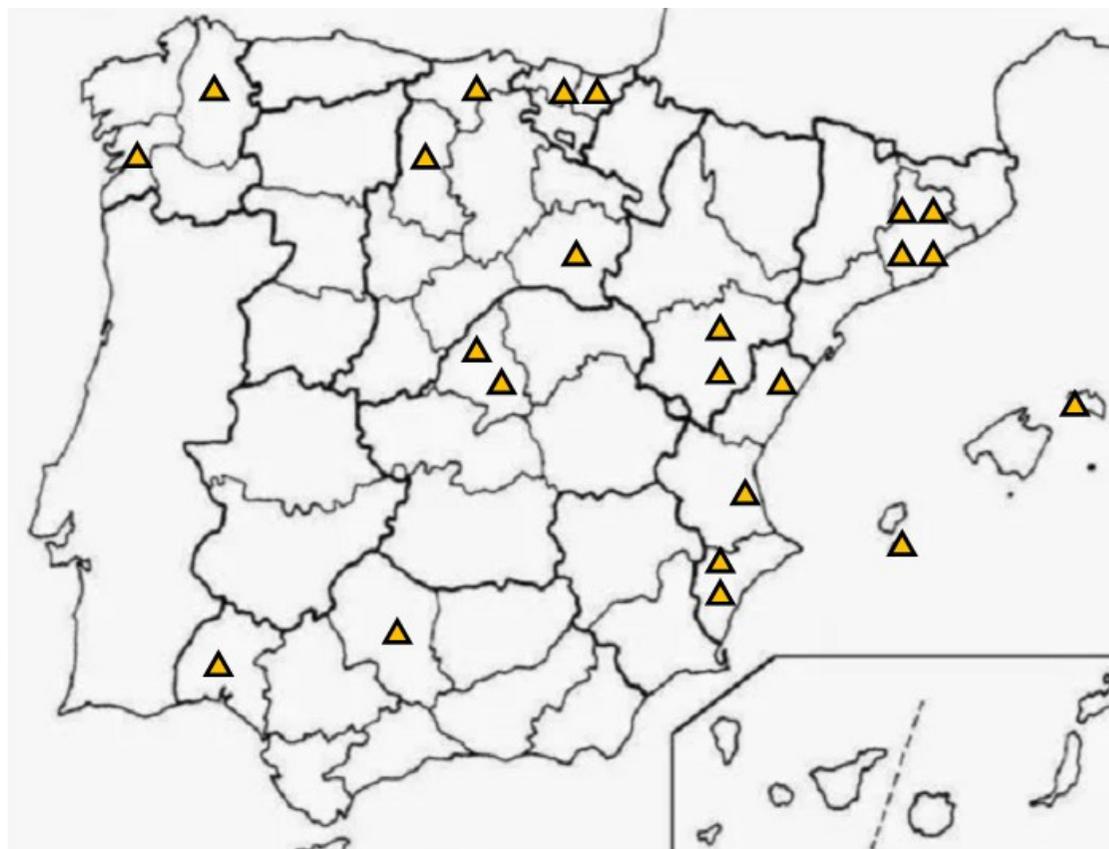
Fiebre Photobook Fest. Madrid. Comunidad Autónoma de Madrid.

Formentera Fotográfica. Formentera. Islas Baleares.

Fotomaton Festival. Orihuela. Comunidad Valenciana.

Getxophoto Festival Internacional de Imagen. Getxo. País Vasco.

Imaginaria Photo Festival. Castellón. Comunidad Valenciana.
Lumínic Festival de Fotografiá. Sant Cugat del Vallès. Cataluña.
Menorca Doc Fest. Menorca. Islas Baleares.
On Photo Soria. Soria. Comunidad de Castilla y León.
Outono Fotográfico / Premio Galicia de Fotografía Contemporánea. Galicia.
Pallantiaphoto. Palencia. Comunidad de Castilla y León.
Photo Art Festival. Torrelavega. Cantabria.
PhotoAlaquàs. Alaquas. Comunidad Valenciana.
QUIJOTE PHOTOFEST. Alcalá de Henares. Comunidad Autónoma de Madrid.
Seminario de Fotografía y Periodismo. Albaracín. Comunidad Autónoma de Aragón.
Teruel Punto Photo. Teruel. Comunidad Autónoma de Aragón



IMAGINARIA PHOTOGRAPHY FESTIVAL

Año de creación: 2003 | Numero de ediciones: 3

Última edición: 2022 | Castellón

Imaginaria Photo Festival es un festival generalista de fotografía orientado a la promoción y difusión de la fotografía, muy especialmente vinculada al territorio sobre el que trabaja la Universitat Jaume I de Castellón, organizadora del evento

FFOCO FESTIVAL

Año de creación: 2017 | Numero de ediciones: 6

Última edición: 2022 | La Coruña

FFoco es el escaparate de referencia en el que mostrar y conocer el estado actual de la fotografía documental gallega. Proyecciones, exposiciones, presentaciones, conversaciones, talleres prácticos y una feria editorial centran cada año la programación de Festival, el único festival de estas características que se celebra en Galicia.

QUIJOTE PHOTO FEST

Año de creación: 2020 | Numero de ediciones: 3

Última edición: 2022 | Alcalá de Henares

QUIJOTE PHOTO FEST es un festival híbrido. QUIJOTE PHOTO FEST, el primer festival de fotografía organizado en la ciudad de Alcalá de Henares con el objetivo de promocionar y difundir esta disciplina tan extendida en la sociedad. Promovido desde el Aula de Fotografía de la Fundación General de la Universidad de Alcalá, pretende poner en valor la fotografía documental y de reportaje a través de la mirada de nuestros profesionales, cuyo trabajo es reconocido tanto a nivel nacional como internacional, aunando a fotógrafos de distintas generaciones y estilos.

BASKETDOCFESTIVAL

Año de creación: 2017 | Numero de ediciones: 5

Última edición: 2022 | Bilbao

Basquedokfestival ofrece a través de conferencias y talleres prácticos dar a conocer e invitar a la reflexión y el debatesobre la fotografía documental, los nuevos retos a los que se enfrenta y su evolución y futuro con la llegada de las nuevas tecnologías.

EMOTIVA, FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOTOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA

Año de creación: 2018 | Numero de ediciones: 5

Última edición: 2022 | Terrassa

Festival internacional de fotografía contemporánea. Un festival con una apuesta fuerte por la calidad de las propuestas y que pretende ser un referente para público especializado sin dejar de ser accesible para el público general.

EXPERIMENTAL PHOTO FESTIVAL

Año de creación: 2020 | Numero de ediciones: 3

Última edición: 2022 | Barcelona

Más de 300 artistas internacionales y amantes de la fotografía se reunirán con el objetivo de generar un espacio común para compartir, aprender y debatir sobre la fotografía experimental en sus múltiples facetas: desde la creación de cámaras, ópticas y películas hasta los procesos de impresión, intervención y producción de copias, exposiciones y fotolibros. La Asociación sin ánimo de lucro Experimentaciónphotofestival se ha creado con el objetivo de hacer posible este evento a partir de la horizontalidad, la igualdad de género y la transparencia.

FESTIVAL OJOS ROJOS

Año de creación: 2019 | Numero de ediciones: 4

Última edición: 2022 | Jávea (Alicante)

Festival Internacional de Fotografía Española e Iberoamericana Ojos Rojos es un proyecto fotográfico nacido como revista digital gratuita (sigue estando disponible en la web), y convertido desde 2019 en festival. Ojos Rojos es fotografía autoral de España e Iberoamérica

MENORCA DOC FEST

Año de creación: 2019 | Numero de ediciones: 4

Última edición: 2022 | Menorca

Fusiona el cine y fotografía documental de como herramienta de divulgación, sensibilización y educación. Mediante exposiciones fotográficas, visitas guiadas, conferencias, proyecciones de cortos y largometrajes documentales, incide a través del arte audiovisual para reflexionar sobre los cambios que experimentan nuestras sociedades y cultura

ART PHOTO BCN

Año de creación: 2013 | Numero de ediciones: 9

Última edición: 2022 | Barcelona

Art Photo Bcn, Festival y Feria de Fotografía, es un punto de encuentro entre autores y autoras, el circuito artístico y amantes de la fotografía actual. Tras 9 años dinamizando el sector, el evento cumple con un doble objetivo: dar a conocer y afianzar el trabajo de nuevos valores creativos y apoyar a las galerías, salas de exposiciones, instituciones y comisarios independientes que apuestan por acercar la fotografía al público general y especializado. Hacia este punto señalan la feria, exposiciones, talleres y todas las actividades paralelas que se desarrollan dentro de la IX edición en 2022.

TERUEL PUNTO PHOTO

Año de creación: 2008 | Numero de ediciones: 15

Última edición: 2022 | Teruel

Festival que quiere acercar a Teruel grandes figuras de la fotografía y alentar a los nuevos talentos

FESTCOMARCA PHOTO FEST

Año de creación: 2020 | Numero de ediciones: 2

Última edición: 2022 | Huelva

Encuentro internacional de fotografía y artes visuales, que recorre las distintas comarcas de la provincia de Huelva. Es un lugar de diálogo, encuentro, intercambio de experiencias y, sobre todo, de convivencia fotográfica. Un paso más en el fomento de la cultura como generadora de turismo y posicionamiento de la provincia más allá de sus fronteras

FORMENTERA FOTGRÁFICA

Año de creación: 2013 | Numero de ediciones: 10

Última edición: 2022 | Formentera (Islas Baleares)

Formentera Fotográfica es fotografía en familia. Un espacio de conocimiento, reflexión y creación colectiva a través de sesiones prácticas y teóricas en formato reducido conducidas por grandes nombres de la fotografía y la cultura visual contemporáneas. El festival está dirigido a profesionales, estudiantes y / o aficionados de la imagen con ganas de intercambiar experiencias de tú a tú con todos los agentes del sector en un entorno idóneo como Formentera. Desde 2013 hemos contado con la pre-

PHOTOALQUÀS

Año de creación: 2019 | Numero de ediciones: 2 (bianual)

Última edición: 2022 | Alaquàs (Valencia)

PhotoAlaquàs es un festival de fotografía que pretende generar sinergias entre artistas de diferentes géneros fotográficos que muestran su obra y fomentar el encuentro y la reflexión artística, así como acercar la disciplina a la comunidad.

ON PHOTO SORIA

Año de creación: 2016 | Numero de ediciones: 7

Última edición: 2022 | Barcelona

On Photo Soria, ha nacido con la vocación de convertirse en una cita ineludible, promocionando Soria a nivel nacional y con la ambición de hacerse un hueco entre los grandes acontecimientos de las artes visuales del panorama español, una ocasión extraordinaria para conocer los proyectos fotográficos de los artistas visuales nacionales más destacados.

LUMINIC FESTIVAL

Año de creación: 2019 | Numero de ediciones: 4

Última edición: 2022 | Sant Cugat del Vallès (Barcelona)

LUMÍNIC es el festival de fotografía de Sant Cugat del Vallès, que desde el 2019 impulsa la fotografía de autor. En una semana de apertura y dos meses de recorrido, se despliega una programación completa que cuenta con exposiciones, charlas, talleres y mesas redondas. Vehiculado en un nuevo hilo conductor cada año, los visitantes podrán disfrutar de autores consagrados y emergentes, tanto nacionales como internacionales. LUMÍNIC es una plataforma que trabaja todo el año, generando sinergias con otros agentes culturales por la promoción de la fotografía.

BIENAL DE FOTOGRAFÍA DE CÓRDOBA

Año de creación: 1984 | Numero de ediciones: 17

Última edición: 2022 | Córdoba

Festival bianual con exposiciones, talleres, conferencias, revisión de portfolios y premios a foto libros. Organizada por el Ayuntamiento de Córdoba y con el apoyo de la Asociación AFOCO

OUTONO FOTOGRAFICO

Año de creación: 1983 | Numero de ediciones: 35

Última edición: 2017 | Galicia

El Festival: 35 ediciones desde el 83 hasta el 2017 (ambas inclusive). La Asociación Outono Fotográfico convoca el Premio Galicia de Fotografía Contemporánea que se celebra cada año desde 2013. Producen una exposición que itinera durante dos años en 10 ciudades de Galicia y Portugal y se edita un libro que se distribuye en librerías.

PHOTO ART FESTIVAL

Año de creación: 2013 | Numero de ediciones: 10

Última edición: 2022 | Torrelavega (Cantabria)

Ha evolucionado desde su creación en 2013. El festival se compone de dos tipos de muestras expositivas; Agosto Fotográfico y el Photo Art Festival . Las que proceden del Certamen de Portafolios, son 9 exposiciones, con una presencia de un 35% de autores de países de América Latina. En ocasiones el festival se hace mediante monográficos. En el mes de agosto exponen otros 9 autores. Ambos proyectos se encuentran bajo el paraguas del Photo Art Festival de Torrelavega. Al igual que los talleres, talleres de iniciación y conferencias.

PALLANTIA PHOTO

Año de creación: 2013 | Numero de ediciones: 10

Última edición: 2022 | Palencia

Pallantia Photo, iniciativa de la Asociación Fotográfica Palentina Contraluz, llega este año a su novena edición con el fin de promover actividades relacionadas con el mundo de la fotografía a lo largo de todo el mes de Junio

FIEBRE PHOTO BOOK

Año de creación: 2013 | Numero de ediciones: 10

Última edición: 2022 | Madrid

Fiebre es el primer festival dedicado al fotolibro en España. Fiebre se ha consolidado como un punto de encuentro anual dedicado a creadores, estudiantes, profesionales y nuevos públicos que comparten una gran pasión por descubrir, crear, producir y coleccionar fotolibros.

GETXO PHOTO

Año de creación: 2007 | Numero de ediciones: 15

Última edición: 2022 | Getxo (Vizcaya)

Getxophoto es un festival centrado en la imagen que transcurre en Getxo –País Vasco desde hace más de 15 años. Getxophoto se caracteriza por la defensa radical del espacio público (físico y online) como lugar de encuentro, de reconocimiento mutuo y como campo de experimentación, juego y celebración frente a su homogeneización y privatización. Por ello la mayor parte de su programación la componen instalaciones al aire libre, poniendo de relieve, por una parte, el vínculo entre la imagen y el entorno y, por otra, generando una relación más horizontal y participativa con los públicos.

FOTOMATON FESTIVAL

Año de creación: 2016 | Numero de ediciones: 7

Última edición: 2022 | Orihuela (Alicante)

Con el único objetivo de acercar la ‘fotografía en papel’ a todos los apasionados de esta disciplina, retomando el concepto de exposición como una forma de entablar un diálogo íntimo con el autor. Fotomatón combina desde las líneas más clásicas hasta las nuevas tendencias de la fotografía contemporánea, siempre otorgando la oportunidad a fotógrafos emergentes para la promoción de su obra.

SEMINARIO DE FOTOGRAFÍA Y PERIODISMO DE ALBARRACÍN

Año de creación: 2001 | Numero de ediciones: 21

Última edición: 2022 | Albarracín (Teruel)

Dirigido a profesionales o estudiantes en la materia, cuenta con un significativo colectivo de renombrados fotógrafos y periodistas de nivel nacional e internacional, que alternan en la programación diaria las sesiones teóricas con las prácticas, análisis de trabajos de los alumnos y proyecciones audiovisuales. Se trata de un intenso programa de trabajo que ha obtenido excelentes resultados desde su inicio y que está enfocado principalmente, al análisis de las experiencias de los grandes nombres de la fotografía para con ello ofrecer una visión clara de esta importante actividad artística y comunicadora.

De los Festivales que han participado en la encuesta vemos que el más antiguo, es el de Outono Fotográfico (Galicia) que inicia su actividad en 1983, seguido de la Bienal Fotográfica de Córdoba (1984).

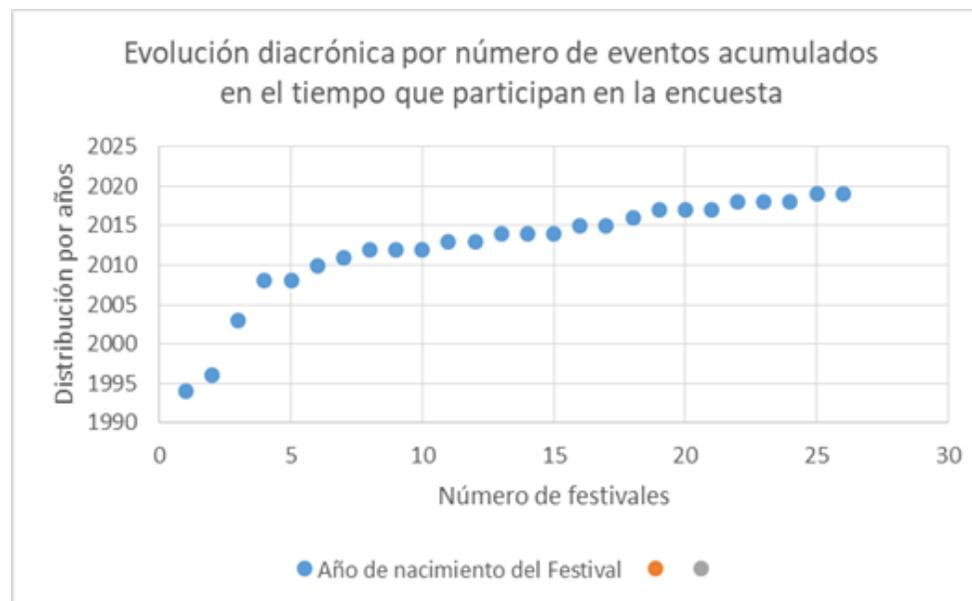
Los más recientes son el Quijote Photofest (Alcalá de Henares), el Experimental Photo Festival (Barcelona) y el Festcomarca Photofest (Huelva), que inician su actividad en el año 2020.

Viendo la curva que genera el gráfico observamos que el crecimiento de este tipo de actividades ha sido contante sobre todo a partir de los primeros años de los primeros años de la década de 2000 y que esa tendencia continua en la actualidad. Esta curva es muy similar a la que presentamos en el Informe FOC, del año 2020



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 asimila 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 su menor institucionalización, la ausencia de industrias culturales maduras, y a su todavía consideración como “arte menor” dentro de las prácticas culturales más consolidadas. A ello se suma la fuerte competencia por los recursos económicos, la mayor de las veces de procedencia pública que afecta a todo el sector cultura español y al mismo tiempo la falta de líneas específicas de apoyo a este tipo de iniciativas y lo magro de sus dotaciones. También es importante el impacto que las NTCIs y las redes sociales están teniendo a la hora de crear nuevos modos de producción y consumo cultural que impactan en el modelo tradicional de festival de fotografía



Tomando la correlación de meses en los que se distribuye el año natural, vemos que los festivales concentran su actividad en el período de septiembre a noviembre y en los de mayo y junio, siendo menos probable que se desarrollen en los meses de diciembre, enero y febrero. 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. También están sujetos a las limitaciones que impone la gestión de los fondos públicos de los que se nutren en la mayor de los casos.

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. Con la aprobación de presupuestos a principios de año y la gestión de los fondos en los meses de febrero y marzo, empiezan a celebrarse las convocatorias presenciales de este tipo de eventos.



Habitualmente, los presupuestos municipales se aprueban en el mes de febrero del año en curso, y la gestión de los contratos y de las subvenciones de las que depende la recepción de esos fondos reduce los márgenes de maniobra para el desarrollo de este tipo de evento. El que se concentren también en la época de otoño (septiembre/noviembre) guarda relación con esa disposición de fondos, pero condiciona la búsqueda de recursos, en la medida en que habitualmente es en estos meses cuando se negocian los apoyos que han de aprobar en el año siguiente.

De alguna forma, los tiempos en los que la Administración se conduce, afectan a los calendarios con los que trabajan los gestores de los proyectos, y se ven condicionados la mayor de las veces por la “urgencia” en la que aquellos se resuelven, limitando también, a consecuencia del modelo de gestión cultural con el que se trabaja, y que afecta por igual a Administraciones y gestores culturales, la viabilidad, de este tipo de iniciativas, las cuales tampoco, en la mayoría de los casos disponen, siempre, de suficientes recursos propios como para adelantar los costes de la realización de sus actividades, por lo que la opción más recurrente es planificar la celebración de estos eventos ajustándolo a los períodos en lo que resulta más sencillo adaptar la programación a los tiempos de gestión de la Administración, lo que suele coincidir con la aprobación de los presupuestos y la resolución de las convocatorias de ayudas y subvenciones o la firma de los contratos.



El alcance, la proyección y las líneas estratégicas de crecimiento y desarrollo que pueden permitirse los festivales queda así condicionada por la forma en que consiguen recursos, lo que a su vez determina la planificación e implementación de sus actividades dentro del calendario anual para Vemos que esta situación es muy similar a la recogida en el informe FOC de 2020.

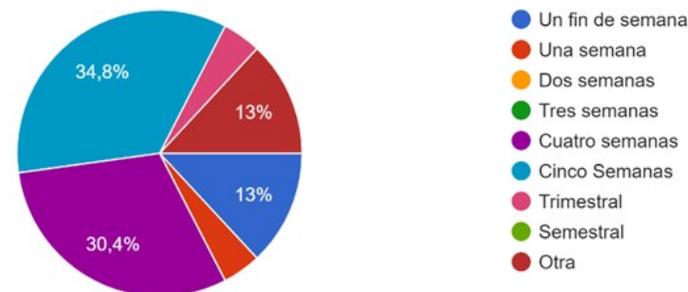
Lo más habitual es que los festivales desarrollen su actividad presencial a lo largo de cuatro semanas (30,4%) o en un período de cinco semanas (34,8%) concentradas a lo largo del año. En un 13% de los casos la duración es de un fin de semana, y otro 13% se desarrolla a lo largo de una semana. El resto de las categorías prácticamente no se dan.

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. 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 talleres 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. Los datos del I informe FOC representan (gráfico superior) se vuelven a dar en el Informe FOC 2023 (gráfico inferior).



¿Qué duración media tiene vuestro festival?

23 respuestas



En cuanto al ámbito de actuación en términos de territorio, en el 52,2% de los casos la actividad presencial se realiza en un solo municipio o ciudad, en un 17,4% de los casos la actividad se desarrolla en varios municipios de la misma provincia, para un 13% esta actividad tiene un carácter transfronterizo y para un 8,7% se actúa en varios municipios de la misma Comunidad Autónoma. El resto de las categorías tienen un valor residual.

Que el ámbito de actuación más habitual de los festivales de fotografía sea el que afecte fundamentalmente a un solo municipio, más allá del tamaño de este, depende fundamentalmente de la naturaleza “local” del equipo gestor del proyecto, habitualmente una asociación cultural, de la existencia o no de una sensibilidad positiva hacia este tipo de eventos por parte de la corporación municipal, de las que suelen ser muy dependiente los proyectos desarrollados por los gestores de las asociaciones y por el modelo de financiación de los propios festivales, que en la mayoría de los casos solo pueden acceder a ayudas o vías de financiación sujetas al municipio, casi siempre vía subvención o contrato menor municipal, con un apoyo a menudo testimonial por parte del sector privado.

¿Qué alcance tiene en términos de territorio? ¿se realiza solo en un municipio o su alcance es mayor?

23 respuestas



La fuerte dependencia del apoyo público para el desarrollo de la actividad propia del Festival también afecta al alcance territorial del mismo, ya que en la mayoría de los casos, viene determinada también, pero no solo, por la naturaleza local del ente gestor, de suyo, la asociación cultural local, encuentra dificultades para conseguir el apoyo de instituciones públicas supralocales, como puede ser las Diputaciones Provinciales o las áreas de cultura de los entes autonómicos, casi siempre ajenos en el apoyo de este tipo de iniciativas, salvo que estas se lleven a cabo en los centros territoriales de poder autonómico.

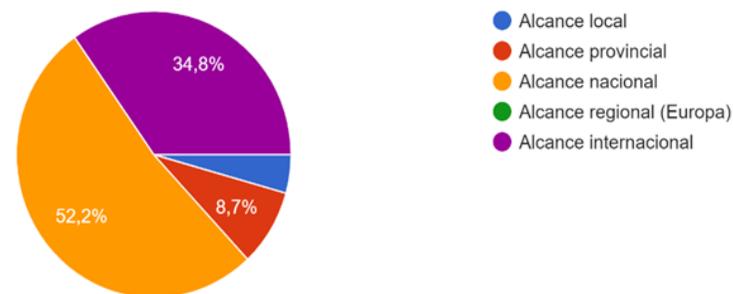
Lo mismo es aplicable a la financiación que proviene de las líneas abiertas por el Ministerio de Cultura, casi nunca al alcance de las asociaciones culturales que promueven los festivales de fotografía. Aquí la falta de conocimiento o pericia por parte de los gestores culturales, que perciben muy alejados de su realidad a un ente como el Ministerio de Cultura, también es un factor coadyuvante en el alcance territorial de los festivales.

A ello habría de sumar la falta de una cultura por parte de estos últimos, de trabajo en red con otros agentes culturales que trabajan en el mismo territorio o que experimentan la misma realidad en territorios que podrían articularse a través de un trabajo colaborativo, que palíe las limitaciones logísticas y de recursos que reconocen tiene la mayoría de los festivales que han participado en este estudio.

Atendiendo al alcance en el que se posicionan con respecto a la repercusión que perciben tiene su festival, para el 52,2% de los casos este tiene un alcance nacional, seguido del 34,8% que lo consideran internacional. Para un 8,7% de los casos esta repercusión percibida tiene un alcance provincial, y para un 4,3% este alcance es local.

¿Qué alcance en términos de repercusión, consideráis que tiene vuestro festival?

23 respuestas



Es interesante que ninguna de las opciones elegidas por los festivales en cuanto a la percepción que tienen de su alcance, venga definida por la discriminación regional del territorio, aquella que se refiere a la Unión Europea como referencia territorial en el ámbito de expansión de estas iniciativas. Se pasa de lo local a lo nacional y de este a lo internacional sin tener en cuenta la dimensión europea de nuestro territorio.

Es posible que la falta de consideración del área regional, la Unión Europea, como espacio en el que encuentran los festivales que pueden ser un referente, tenga que ver a su vez con los recursos y habilidades de los gestores responsables de cada proyecto.

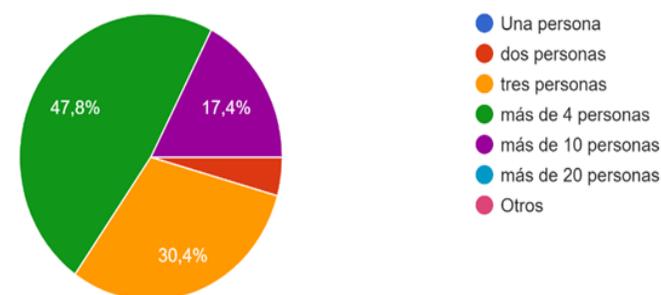
El alcance local en la implementación de las actividades, como el espacio más habitual de trabajo de los festivales, y que esto venía también determinado por la ausencia de redes de trabajo supralocal y por la dificultad de encontrar apoyos más allá del ámbito local. Esta misma dificultad se aplica cuando se busca la proyección del festival en el espacio europeo, la realidad es que en la mayoría de las ocasiones los gestores de estos proyectos carecen de conocimiento y habilidades para activar o formar parte de una red de apoyo regional.

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, muchos de ellos aspiran a que esta tenga un carácter nacional (52,2%) o internacional (34,8%) siendo una minoría los que se marcan el territorio de la provincia como marco espacial de su impacto (8,7%) o el de la localidad donde se desarrolla (4,3%). Pero ese alcance nacional e internacional se ve necesariamente condicionado por las relaciones que se establecen con los territorios que se pretende alcanzar, bien por que se cuenta o no con recursos vinculados a ese ámbito territorial, bien por que se participa o no en redes de apoyo en ese ámbito.

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.

¿Cuántas personas conforman el equipo de trabajo de la última edición?

23 respuestas



El número de personas que atienden la gestión de las actividades que desarrolla la organización de los festivales, comprende un equipo de trabajo de entre 4 y 10 personas en un 47,8% de los casos. En un 30,4% de ellos vemos que este equipo se reduce a 3 personas, y para un 17,4% de los casos los equipos de trabajo agrupan a entre 10 y 20 personas. En un 4,3% de los casos el equipo estaba constituido solo por dos personas.

Atendiendo a estos datos, podemos afirmar que la organización, la gestión y el desarrollo de las actividades que implica la realización de un evento como un festival de fotografía, viene realizándose en la mayoría de los casos a través de pequeños equipos de trabajo, conformados en 83,6% de los casos, por menos de 10 personas, y con un fuerte peso el grupo que representa a equipos de gestión de 3 miembros (30,4%). El pequeño tamaño de estos equipos de trabajo y la diversidad de tareas a las que deben atender y que conlleva la realización del evento, indican también las dificultades que conlleva su desarrollo.

Posiblemente, en la falta de recursos económicos o en lo ajustado de los presupuestos con los que se desarrollan las actividades programadas en cada uno de los festivales estribe también, la razón de que estas sean gestionadas por pequeños equipos de trabajo. Los presupuestos de los que parten los organizadores de este tipo de iniciativas, les obligan a trabajar con el número mínimo de personas posibles, la mayoría de las veces con escasa o ninguna retribución, limitan las posibilidades de acción de estos equipos en cuanto a la gestión integral del proyecto, su alcance y proyección. Condicionan también sus posibilidades de crecimiento al reducir su capacidad de especialización por tareas y muy especialmente aquellas que se dirigen a la adquisición de nuevos recursos económicos con los que respaldar sus proyectos.

Hay que sumar a esto el que, en muchos de los casos, los equipos de gestión de este tipo de iniciativas son desarrolladas por personas que no tienen una dedicación exclusiva, si no que esta actividad la compaginan con un trabajo a tiempo completo y es asumida en su tiempo de ocio.

La dificultad para consolidar equipos de trabajo profesionales y más grandes que puedan atender de manera más eficiente a los diversos aspectos organizativos que requieren este tipo de iniciativas, son un obstáculo para su consolidación y crecimiento y señalan la precariedad en la que se mueve el sector.

Viendo a la forma en que los equipos de trabajo se distribuyen las tareas que garanticen el correcto desarrollo de las actividades en el 65,2% de los casos existen áreas de trabajo unipersonal, que se apoyan en el equipo, de una manera horizontal. En un 21,7% existen equipos de trabajo que asumen áreas de gestión diferenciadas pero interconectadas. En un 8,7% de los casos existen áreas de trabajo unipersonal que coordina el equipo de manera vertical, y en un 4,3% de los casos, todas las personas de la organización hacen de todo en la gestión de las actividades que soportan la materialización del festival.

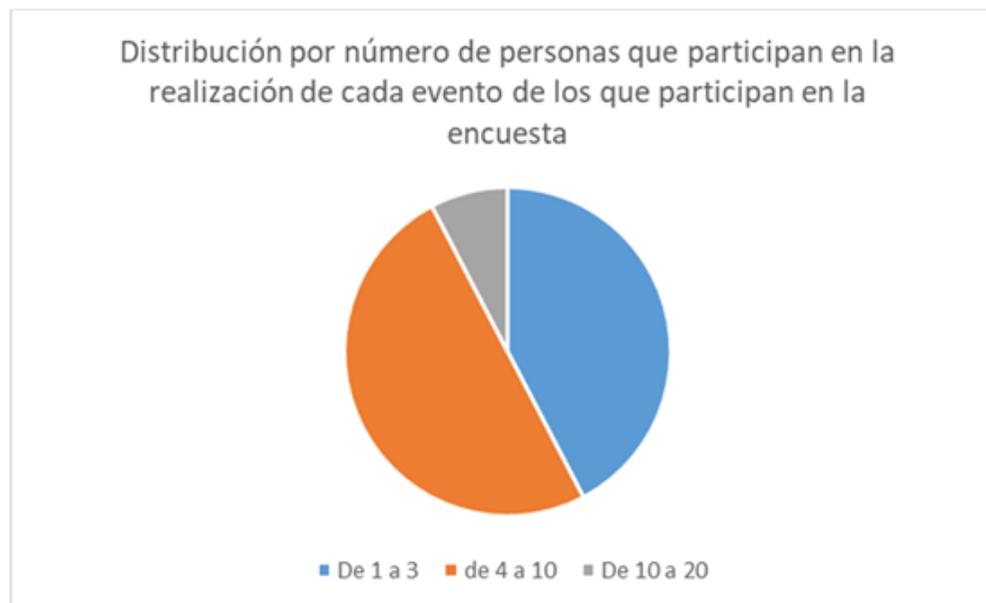
Junto a lo reducido de los equipos de trabajo, el estudio destaca una característica de los mismos a la hora de atender a las tareas que supone la gestión de la actividad, que podríamos definir como positiva, y es que en la mayoría de los casos la fórmula siempre pasa por la interconexión y relaciones de horizontalidad entre las personas que desarrollan las tareas.

Este elemento de red horizontal de trabajo en la que prima la negociación y el consenso, refuerza y consolida los equipos de trabajo y seguramente es la razón por la que estos consiguen los objetivos que se marcan y posibilita la continuidad de los proyectos. La existencia de una dinámica horizontal en la determinación de objetivos, la planificación de tareas y su implementación, refuerza también una cultura de grupo solidaria, empática y reforzada por relaciones de igualdad y simpatía mutua, elementos fundamentales en la viabilidad y la vitalidad de los equipos de trabajo.

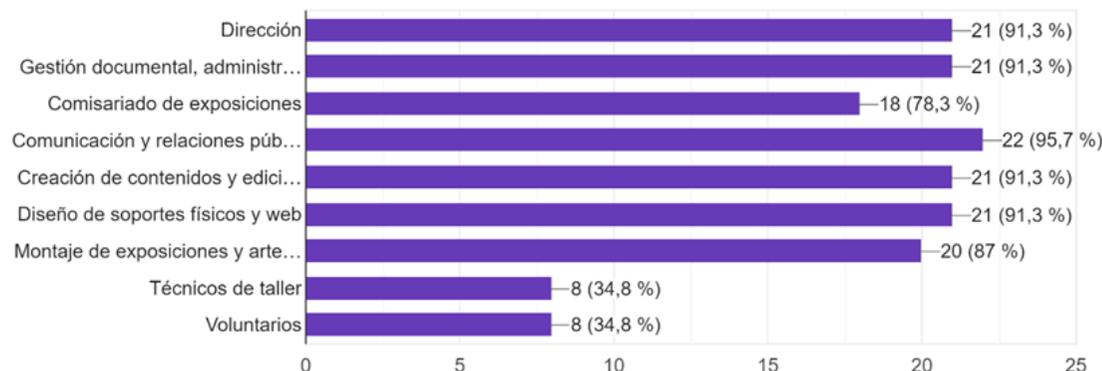
En la medida en que estos se consolidan, con el paso del tiempo, estas señas de identidad, refuerzan el compromiso que los miembros del equipo tienen con respecto a los objetivos que definen su empeño, mejoran su versatilidad y pese a las dificultades que pueden experimentar en la realización del evento, siempre y cuando se consigan los recursos económicos para que este siga haciéndose, estimulan a las personas que forman parte de los equipos de gestión a sentirse realizados en el desempeño de sus tareas y alcanzar sus metas. Es a través de esa cultura horizontal en la gestión de las actividades, que las personas se identifican con el equipo y labran su compromiso y también recogen los frutos de su trabajo, consolidan la iniciativa y apuntalan su supervivencia. Igualdad, identidad, compromiso y simpatía mutua definen la naturaleza de los equipos de trabajo, valores que nos permiten entender su continuidad en el tiempo y como dijimos son un elemento muy positivo para la viabilidad de este tipo de eventos.

Con respecto al tipo de tareas que desarrollan, en la mayoría de los casos implican las de comunicación y las de relaciones públicas (95,7% de los casos), dirección (91,3%) gestión documental, administrativa y fiscal (91,3%), creación de contenidos y edición de materiales (91,3%), diseño de soportes físicos y web (91,3%), montaje de exposiciones y arte final del diseño expositivo (87%), comisariado de exposiciones (78,3%) y con una incidencia menor las derivadas de técnicos de taller (34,8%) o aquellas desarrolladas por voluntarios (34,8%).

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, sientos marginales, educación (pedagogía) labores subalternas y de voluntariado.

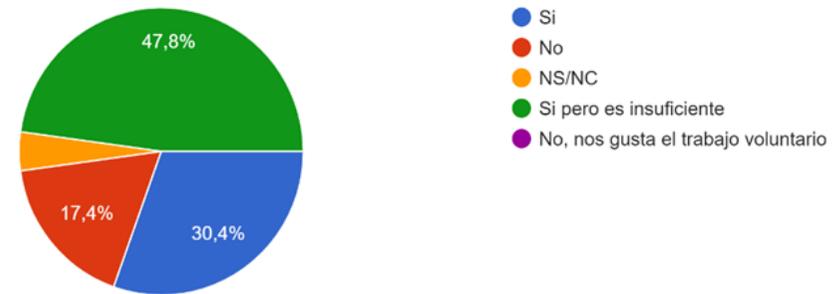


¿Qué áreas atendéis en la gestión de la actividad? La repuesta puede ser múltiple.
23 respuestas



Con respecto al tamaño de los equipos de trabajo, sin embargo, los datos que presenta el estudio en comparación con el que hicimos en 2020 muestran que estos han crecido relativamente en el número de sus integrantes con respecto a los datos recogidos en el primer estudio. Lo que también es una señal positiva, ya que permite una cierta especialización por parte de las personas que integran los equipos de trabajo en la atención de áreas específicas de tareas involucradas en el desarrollo de la actividad. Se reduce en ese sentido la necesidad de que “todos hagan de todo”, porque los equipos de trabajo se vuelven más funcionales y por tanto más eficientes y eficaces y mejora con ello las dinámicas internas de gestión.

¿Recibís remuneración económica por la labor de gestionar, crear y coordinar el festival...?
23 respuestas

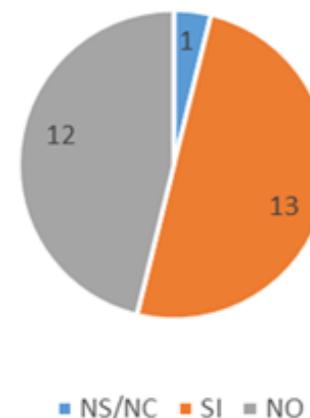


Con respecto a si existe o no una remuneración económica por las tareas que desarrollan los equipos de trabajo que organizan las actividades del festival, vemos que en un 47,8% de los casos si existe una remuneración, pero esta es percibida como insuficiente por el trabajo que se desarrolla. En un 30,4% si existe una remuneración económica que es percibida como suficiente y en un 17,4% de los casos no existe remuneración económica alguna por el trabajo realizado.

El gráfico anterior presenta en términos de porcentaje de cómo se distribuyen los festivales en función de si reciben o no remuneración económica por el desempeño de su trabajo. Este presenta esta misma distribución en términos absolutos con relación a los festivales que formaron parte del primer Informe FOC, y vemos que afortunadamente, aquí si se da un pequeño cambio en positivo, ya que se ha reducido la significativamente la proporción de equipos de gestión que no reciben remuneración alguna por el desempeño de su trabajo.

No obstante, y aunque sea menor el número de personas implicadas en los equipos de gestión que no reciben remuneración alguna por su trabajo, los datos recogidos ahora señalan que, para casi la mitad de estas personas, la retribución económica que perciben es considerada como insuficiente. Solo el 30,4% de los casos consideran que la remuneración percibida es aceptable, aunque sigue existiendo casi un 20% de los casos en los que los equipos de gestión de los festivales no reciben ningún tipo de contraprestación económica por su dedicación.

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



El que para cerca del 70% de las personas implicadas en la realización de estos eventos, no reciban remuneración económica alguna por su trabajo o que esta sea valorada como insuficiente nos conduce directamente al tema de la precariedad que afecta en particular al sector de los festivales de fotografía pero que es general en el sector cultural español. Los recursos que consigue o de los que depende el sector, no cubre o lo hace de forma precaria, las necesidades monetarias que el mismo sector demanda. Se trabaja en precario, a coste de los equipos de gestión de los proyectos.

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 un 20% de los casos el trabajo profesional de los responsables de los proyectos lo es a título oneroso, y en un casi 50% la retribución percibida es considerada como insuficiente.

Con estos datos es evidente de que el sector de los festivales de fotografía en el país dista mucho de ser una actividad definida en términos económicos como profesional, ya que el 70% de las personas que desarrollan tareas en la gestión de este de iniciativas no cobran o lo hacen de forma marginal.

Es verdad que muchas de estos proyectos surgen desde el ámbito de la animación sociocomunitaria y no siempre tienen un carácter lucrativo, pero también es cierto que su viabilidad, se ve condicionada por los magros retornos que en términos monetarios reciben por su trabajo las personas que los hacen posible y que con este modelo de gestión se antoja difícil su profesionalización y la creación de una industria

cultural capaz de procurar el desarrollo adecuado del sector de la creación, la investigación y la difusión de productos, servicios y prácticas culturales que tengan como base a la imagen fija.

Al mismo tiempo, este tipo de iniciativas son las que, sin ninguna duda, hoy por hoy en España están permitiendo y facilitando el desarrollo de carreras profesionales a muchas personas que intentan a partir de la fotografía crearse un sustento y permitirse un medio de vida, o mejor dicho, su manera de vivir. La idea de pasión está en el centro del proceso, todas las personas implicadas en el sector lo están porque en su mayoría les mueve la pasión por la fotografía y su valor cultural, por las cosas que les ofrece y les permite sentir, por los encuentros y los retornos que en términos de bienestar emocional les procura, pero esto con ser muy bueno, no puede ser todo y es necesario buscar la forma de que una buena parte de estas personas y de estos proyectos logren su profesionalización y una solvencia que en términos económicos genere una industria capaz de procurar recursos y realidades con las que seguir alimentando esa pasión.

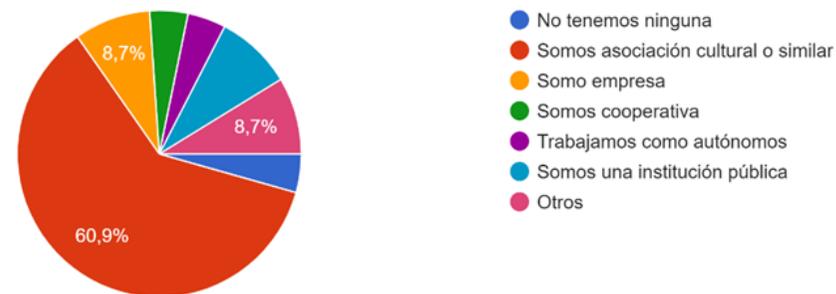
Es necesario crear contextos donde sea posible el desarrollo de carreras profesionales que repercutan a su vez en el crecimiento del sector, por lo que puede ofrecer y porque puede aprender y crear nuevas oportunidades y espacios para la adquisición de conocimientos y universos simbólicos de sentido social.

En muchos sentidos el sector todavía no ha hecho más que empezar, y son muchos y muy diversos las áreas de trabajo y desarrollo a los que debe de atender: alfabetización visual, mediación cultural, investigación, I+D+I, formación, conservación, patrimonialización, más allá de la producción y exhibición de colecciones fotográficas esperan ser entendidas y atendidas y deben formar parte de los proyectos y los procesos que implican y llevan a término la figura de los festivales de fotografía.

Es posible que los festivales, no porque sean los que más recursos tienen, pero si por ser los más idóneos, por su versatilidad, capacidad de maniobra y porque están en el día a día, en contacto directo, a través de las personas que lo hacen posible, con los que crean contenidos y con los que disfrutan y procuran contenidos.

¿Bajo que formula jurídica/fiscal/laboral lleváis a cabo el Festival

23 respuestas



Con respecto a la fórmula jurídica bajo la que se organizan los equipos de trabajo encargados de la gestión de las tareas que implica la realización del festival, en un 60,9% de los casos esta reviste la forma de asociación cultural o similar, y solo en un 8,7% esta es empresarial. Para otro 8,7% es una institución pública la fórmula y no se define en otro 8,7% de los casos, y son casos inexistentes las que se articulan a través de cooperativas, autónomos o sin fórmula jurídica.

El que la fórmula de la asociación cultural o la agrupación fotográfica este en el germen de más del 60% de los festivales que participan en este estudio, y lo fuese en 17 de los 26 que participaron en el primer Informe FOC es congruente con la realidad del sector y con las característica que hasta ahora nos ha venido mostrando: ámbito territorial local (municipal), fuerte dependencia del apoyo institucional público (corporaciones), equipos de gestión pequeños, propuestas sociocomunitarias, nula o escasa retribución, dificultades para la profesionalización, voluntarismo cultural, debilidad estructural, todas ellas presentes en el modelo asociativo español y también una constante en el modelo de gestión cultural en el que se apoyan las políticas culturales desarrolladas desde los poderes públicos, Pero es que en la mayoría de las ocasiones, solo a través de la figura jurídica de la asociación cultural es posible acceder a la financiación pública, fundamentalmente a través de la estrategia de la subvención, una fórmula que condiciona y determina en lo positivo y en lo negativo la viabilidad, la realidad y la supervivencia de este tipo de iniciativas, lastrando en muchas ocasiones su potencial de desarrollo y la articulación en el corto, medio y largo plazo de sus logros

El gráfico que sigue presenta los datos que recogimos sobre la forma jurídica a través de la cual se promueven los festivales de fotografía en el año 2020. Prácticamente la misma que reproducen los datos que arroja el nuevo estudio.



El hecho de que solo aproximadamente algo más del 17% de la gestión de este tipo de eventos sea llevado a cabo por formas jurídicas más cerca de una actividad empresarial propiamente dicha; el 8,7% son empresas, un 4,3% lo hacen a través de la fórmula de trabajo cooperativo y un 4,3% a través de la fórmula del trabajo por cuenta propia, apareciendo un 8,7% gestionando directamente por la institución pública refuerza la idea de las dificultades que encuentra el sector para sostener un suelo en donde sea posible la participación de la empresa privada, con un interés de lucro y sosteniendo una actividad profesional a tiempo completo.

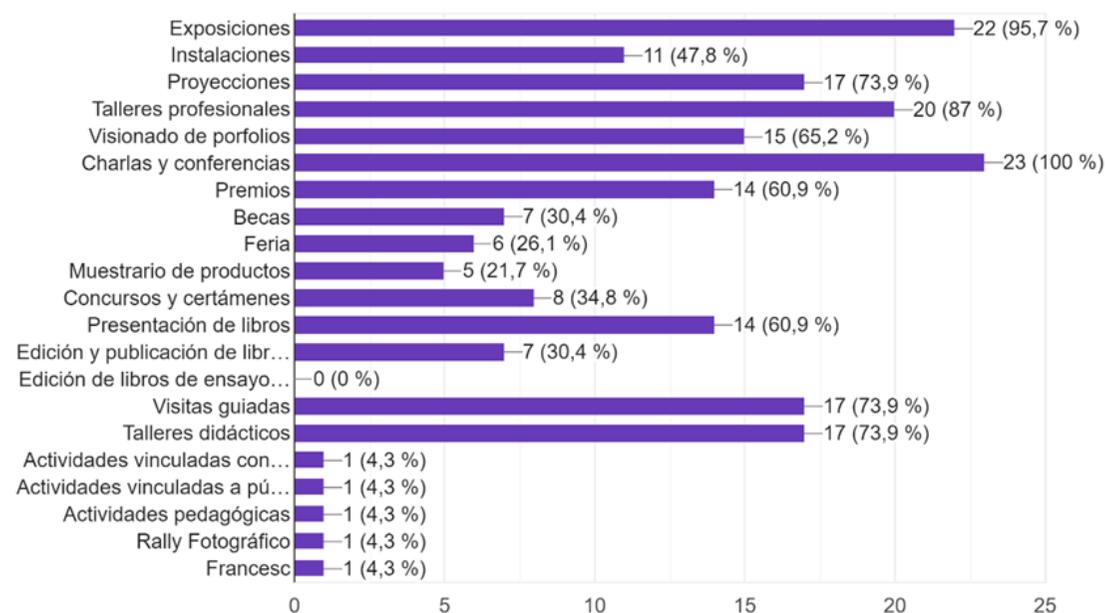
La falta de recursos económicos, la inexistencia de industrias culturales maduras, la fuerte dependencia de la financiación pública, la dificultad para generar recursos económicos a partir de la venta de servicios y productos dentro del sector cultural de la fotografía de este país, junto con el modelo de gestión de políticas culturales fuertemente dependientes de ayudas y subvenciones y muy vinculada a una idea de desarrollo cultural no lucrativo que se soporta sobre la sociedad civil a través de la figura de las asociaciones culturales, sin desmerecer su labor, articulan la realidad del sector.

Esta se muestra por una parte, como incapaz de generar atracción que justifique la existencia de un tejido empresarial capaz de poner en valor económico y rentabilizar productos y esfuerzos basados en la fotografía, y en el espacio que esta tiene en la cultura, es decir la ausencia de un mercado. Y por otra, sujeta a un modelo de desarrollo basado en la idea de subsidiariedad del Estado que debe atender demandas sociales que se canalizan a través de la sociedad civil mediante la fórmula de las entidades sin ánimo de lucro.

Esto deja en tierra de nadie a las personas creadoras de contenido, los propios fotógrafos y fotógrafas, creativos y creativas artistas y autores. Estos necesitan encontrar el espacio y la fórmula para crear desde su trabajo una forma de vida sostenible en términos económicos. Lo mismo vale para las personas que asumen la figura de gestores o productores culturales.

¿Qué tipo de actividades realizáis? La repuesta puede ser múltiple.

23 respuestas



Con respecto al tipo de actividades que programan como contenido en la realización del festival, se hacen charlas y conferencias (100%), exposiciones (95,7%), talleres profesionales (87%), proyecciones (73,9%), visitas guiadas (73,9%), talleres didácticos (73,9%), presentación de libros (60,9%), visionado de portfolios (65,2%), premios (60,9%), instalaciones (47,8%), certámenes y concursos (34,8%), edición y publicación de libros (30,4%), becas (30,4%), feria (26,1%), muestrario de productos (21,7%). El resto de las categorías tienen una escasa incidencia en las programaciones que se desarrollan

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 profesionales, proyecciones, visitas guiadas, talleres didácticos, lectura de portfolios, premios y presentación de libros.

En mucho menor medida edición de libros, ferias de productos, muestrario de productos o becas, y de forma casi inexistente actividades vinculadas con el desarrollo sociocomunitario, vinculadas al público infantil o actividades pedagógicas. La edición de libros de ensayo sobre materias que afectan a la fotografía como producto cultura, relacionadas con la investigación y su divulgación no se da en ningún caso.

La existencia de un modelo que se dirige fundamentalmente al público especializado a través de la realización de talleres profesionales y a un público genérico a través de la fórmula de la exhibición de colecciones fotográficas como notas distintivas del proyecto tipo de festival de fotografía es el que se sigue de los datos recogidos.

Tanto en 2020 como en 2023 el repertorio de actividades que planifican la mayoría de los festivales deja de lado actividades o propuestas que repercutan en el binomio fotografía e investigación y resulta clave aquí la inexistencia de publicaciones o la creación de jornadas o charlas que pongan el foco en el valor que la fotografía y su práctica tienen en la patrimonialización de una cultura que desde lo visual y a través de la imagen fija, refuerce su papel como creadora de sentido, planteamiento de problemas y crecimiento de nuestros universos simbólicos sociales.

La orientación a la exhibición de colecciones fotográficas y el desarrollo de talleres formativos específicamente orientados a la práctica de la fotografía, dejan fuera una propuesta más holística e integradora sobre la capacidad que la imagen tiene en la actualidad para crear conocimiento, comunicación social y espíritu crítico.

Igualmente, también sería necesario reforzar el papel que los festivales tienen en la difusión de la fotografía como producto y practica de alto valor cultural a través del desarrollo de actividades orientadas a la participación del público más joven, el que se esta formando en nuestras escuelas y en donde casi es nula la educación visual.

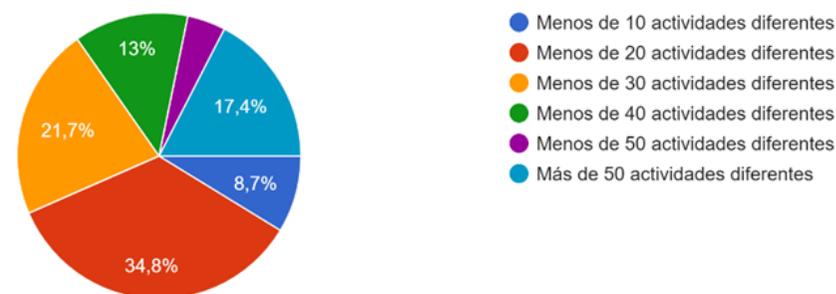
En un mundo donde las imágenes a través de las redes sociales, el uso de smartphones, y plataformas digitales, son el principal medio de comunicación social, es también el del analfabetismo visual.

Problemas como el rastro digital, la Net-Etiqueta, la cosificación social a través de la imagen corporal, el acoso a través de las redes sociales, está relacionado directamente con la falta de una pedagogía de la imagen que forme críticamente en su uso y gestión a las personas expuestas diariamente a ese canal masivo de comunicación y por qué, no también de ruido iconográfico.

Lo mismo podría decirse acerca del desarrollo de actividades con una orientación sociocomunitaria e inclusiva que permita crear nuevos públicos y también el papel basal que la imagen y a fotografía tienen en nuestra realidad cotidiana. Con ello además el sector se alinearía con algunas de las recomendaciones que en ese sentido plantean los ODS de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

¿Cuántas actividades realizáis en el marco del festival, contando con cualquiera de ellas, es decir incluyendo exposiciones, presentaciones, proyecciones, charlas, talleres ... ?

23 respuestas



Atendiendo al número total medio de actividades que organizan los festivales en el desarrollo de sus programaciones, atendiendo a cualquiera que sea su tipología, en un 8,7% de los casos se organizan menos de 10 actividades diferentes, en un 34,8% se organizan menos de 20, en un 21,7% se organizan menos de 30 actividades diferentes, en un 13% son menos de 40, en un 4,3% son menos de 50 y en un 17,4% son más de 50 las diferentes actividades que se organizan.

El número de actividades que un festival desarrolla de forma habitual es también indicativo de su tamaño y a menudo de su capacidad de generar recursos. Siguiendo esta regla a mayor cantidad de actividades mayor alcance y capacidad de generar recursos, vemos que en líneas generales una buena parte de los festivales que han formado parte del estudio pueden ser considerados como festivales de formato medio (los que realizan entre 30 y 50 actividades diferentes dentro de su programación).

Estos representan cerca del 40%, Junto a ellos nos encontraríamos los que podríamos definir como grandes festivales (los que realizan más de 50 actividades diferentes en cada edición) que representan cerca del 20% del total, junto a ambos tipos nos encontraríamos con los festivales pequeños (aquellos que organizan menos de 20 actividades diferentes) que representan algo más de 40%.

Sin embargo, el número de actividades programadas, aunque puede ser un indicador del alcance y capacidad de cada una de estas iniciativas, no nos permite hablar de otro factor que también es fundamental a la hora de valorar su alcance, y este tiene que ver con el grado de especialización de las actividades que propone cada evento.

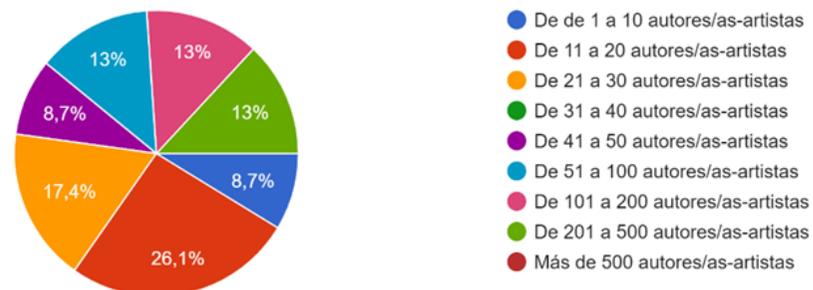
La fórmula más habitual es el festival generalista, aunque suele ser también muy usada la fórmula de la programación por temática. Cuando hablamos de géneros aquí la cosa cambia. Cada vez aparecen propuestas más especializadas en ese sentido, las que definen su naturaleza atendiendo a un tipo de fotografía en concreto, como puede ser el Experimental Photo Festival de Barcelona, que trabaja con fotografía experimental, o el Revelart de Barcelona también que lo hace sobre fotografía analógica y procedimientos antiguos, o el Monphoto de Girona especializado en fotografía de naturaleza o el Baffest de Vitoria que se fija en la fotografía realizada por mujeres para generar su oferta.

Con respecto al número de creadores de contenido que participaron en la última de las ediciones celebradas en cada uno de los festivales, con independencia del tipo de actividades programada, en un 8,7% participaron entre 1 y 10 creadores, en un 26,1% participaron entre 11 y 20, en un 17,4% entre 21 y 30, en un 8,7% entre 41 y 50, en un 13% entre 51 y 100 creadores, en un 13% entre 101 y 200, en un 13% de 201 a 500 creadores.

Aquí también el número de creadores que participan en las diferentes convocatorias que abren los festivales en el desarrollo de sus actividades nos habla de su tamaño medio, alcance y capacidad para generar recursos. Si establecemos un corte entre aquellos y definimos como pequeños festivales a aquellos en los que colaboran hasta 20 autores, 8 de los 23 festivales que participan en el estudio entrarían dentro de esta categoría. Aquellos que se encuentran entre los 21 y los 100 autores participantes sumarían 9 de los 26 y podríamos considerarlos como festivales de formato medio y si tomamos en consideración los que convocan entre 101 y 500 autores en su última edición tendríamos 6 festivales.

¿Cuántos autores y autoras en actividades individuales o colectivas han participado en la última edición que celebrasteis del festival?, teniendo en...s abiertas (concursos y similares) que organizáis.

23 respuestas



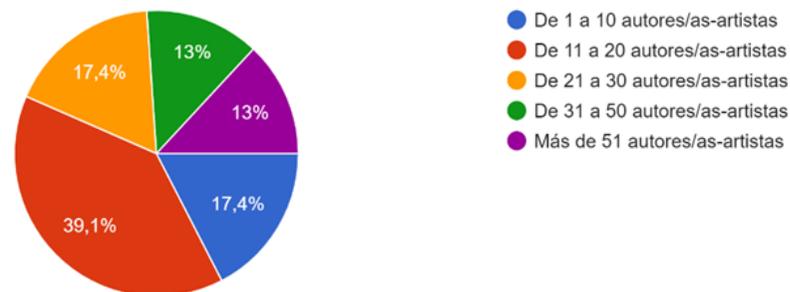
La distribución de los festivales respecto de su tamaño en función de los autores que logran convocar se parece mucho a la distribución que resultaba de aplicar el criterio del número de actividades organizadas en la última edición en la que se llevaron a cabo los festivales que participan en el estudio.

Si sumamos el número de autores que participaron en alguna de las convocatorias abierta en alguna de las actividades organizadas por el conjunto de los festivales participantes en la última edición de los mismos, tenemos una horquilla de participación que en el menor de los casos suponen 1293 autores y en el mayor de los casos 2780, el punto medio sería el de 1715 autores han participado en alguna de las diferentes actividades organizadas por estos 23 festivales en su última edición. Un número considerable de creadores se aglutinan en torno a este tipo de eventos, y es indicativo del papel que juegan a la hora de ofrecer y crear oportunidades profesionales a las personas que hacen de la fotografía un modo de vida en algunos casos y de aprendizaje en todos.

Con respecto al número de creadores que participaron en actividades individuales de cualquier tipo, programadas en la última edición del festival, un 17,4% contaron con la participación de entre 1 y 10 creadores, un 39,1% con entre 11 y 20, un 17,4% con entre 21 y 30, un 13% con entre 31 y 50 creadores, y un 13% con más de 51 creadores en actividades individuales.

¿Qué número de autores/as participaron con actividades individuales? (exposiciones, proyecciones, talleres, charlas o similares)

23 respuestas



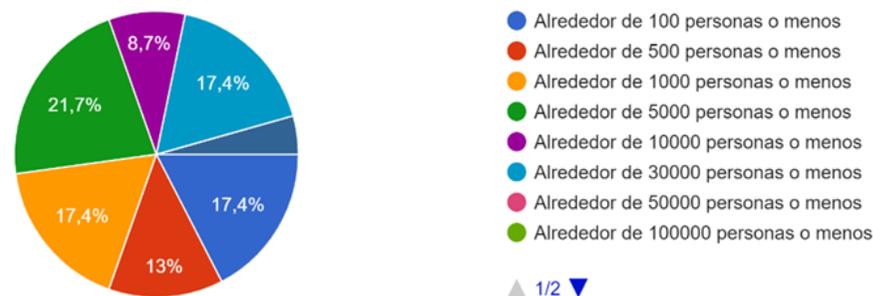
Cuando valoramos la participación de autores en actividades individuales (exposiciones, talleres, conferencias...) vemos que la distribución modifica un poco la distribución que manteníamos con respecto al tamaño de los festivales, en función del número de actividades que programan, y del número de autores que participan en convocatorias de actividades colectivas e individuales, si vemos solo la participación de autores en actividades individuales, tenemos 4 festivales de tamaño pequeño, aquellas que organizan entre 1 a 10 actividades de autores individuales, 9 de tamaño medio, aquellos que organizan hasta 20 actividades diferentes con autores individuales y 7 que podríamos catalogar de grandes, aquellos que organizan entre 30 y 50 actividades de autores individuales y 3 muy grandes aquellos que organizan más de 51 actividades desarrolladas de forma individual por los autores participantes.

La cifra de autores que han realizado actividades individuales en alguno de los 23 festivales participantes en el estudio en su última edición nos da un valor medio de 503 actividades desarrolladas de forma individual por los autores participantes. Un número alto y que una vez más pone a las claras la labor desarrollada por este tipo de eventos en la promoción y la difusión y el reconocimiento profesional del trabajo que vienen desarrollando estos autores.

El número estimado de personas que participaron en las actividades programadas dentro de la última edición de cada festival, teniendo en cuenta las que visitaron las exposiciones programadas suponen menos de 100 personas en un 17,4% de los casos, 500 personas o menos en el 13%, 1000 personas o menos en el 17,4%, alrededor de 5000 en el 21,7, sobre 10000 en el 8,7% y más de 30000 en el 17.4% de los casos

¿Cuántas personas participaron en alguna de las actividades que programaste en la última edición que celebrasteis del festival ? (se entiende tambi...tas o participantes a las actividades programadas)

23 respuestas



En su conjunto la suma de personas que participaron en alguna de las actividades programadas por los 23 festivales que participan en el estudio arroja una cifra que supera las 170.000 personas, en la mayoría de los casos visitantes de las muestras expositivas realizadas o asistentes a las charlas, conferencias o talleres profesionales.

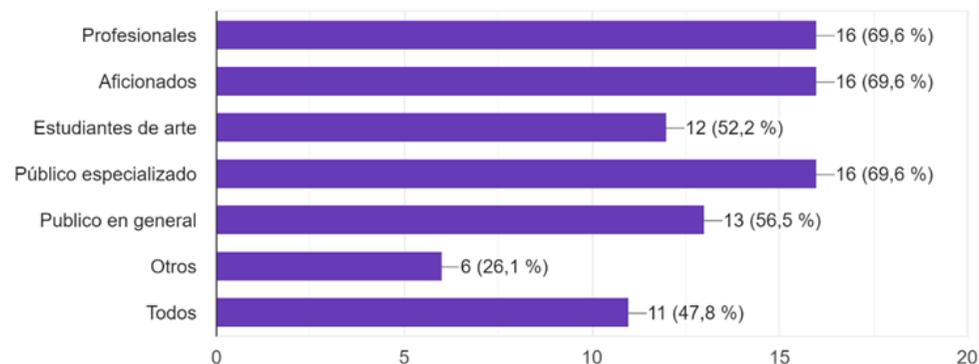
Por su capacidad de atraer a público, es evidente que más allá del tamaño del festival, de las actividades que programen o de los recursos económicos que son capaces de movilizar, el tamaño del municipio en el que se organiza el evento es aquí clave y condiciona ese poder de convocatoria del festival concreto.

A tenor de los datos 4 de 23 festivales calculan en alrededor de 100 personas el número de sus usuarios, 3 de 23, los cifran en 500 personas, 4 de 23 hablan de 1000 usuarios, 5 de 23 estiman que son unas 5000 personas las que asisten a sus actividades, 2 de 23 hablan de 10000 asistentes y 4 de 23 valoran en esa participación en unos 30000 participantes.

Por su capacidad de atracción y teniendo en cuenta el factor determinante que es el tamaño del municipio en el que se desarrolla el evento, volvemos a tener una distribución de tamaños de los festivales por su poder de convocatoria en el que 11 de 23 entrarían en la categoría de pequeño festival, es decir aquellos que estiman entre 100 y 1000 el número de personas asistentes, 7 de 23 de tamaño medio, los que calculan entre 1001 y 10.000 el número de usuarios y 4 de 23 definidos como grandes festivales al estimar ellos entre 10.001 y 30.0000 el número de personas asistentes

¿A qué público dirigís vuestro festival? La respuesta puede ser múltiple.

23 respuestas



El público objetivo al que se dirigen las actividades que se programaron en la última edición de cada uno de los festivales atiende a las categorías de: profesionales (69,6%), aficionados (69,6%), público especializado (69,6%), público en general (56,5%), estudiantes de arte (52,2%), otros (26,1%) y todas las categorías (47,8%)

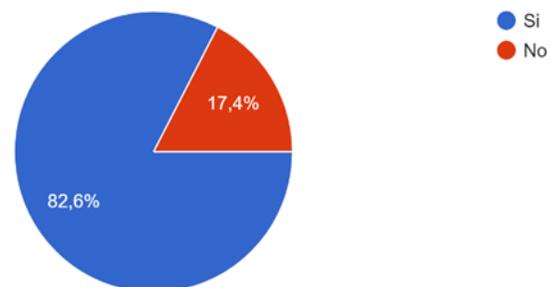
Vemos que para la mayoría de los casos (16 de 23) el público objetivo al que se pretende llegar desde los festivales son los grupos entendidos como: profesionales, aficionados y público especializado y en menor medida al público en general (13 de 23), a los estudiantes de arte (12 de 23), a todos los grupos establecidos en el gráfico (11 de 23) y a otro tipo de público (6 de 23).

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 especializado (profesionales y aficionados) está presentes en la mayor parte de las propuestas, seguidos muy de cerca por el público en general y los estudiantes de arte.

Esto significa que la mayor parte de las actividades que se programan tienen un carácter especializado y orientado a públicos concretos relacionados con la práctica fotográfica”. A diferencia de lo que ocurría en el Informe FOC 2020 respecto de los públicos objetivo, se esta creando una oferta cultural cada vez más especializada

¿Realizáis otras actividades fuera de la fecha del festival?

23 respuestas



El 82,6% festivales realizan actividades fuera de la fecha habitual en la que se desarrolla el festival, frente al 17,4% que solo organizan las actividades específicas relativas al periodo de tiempo en que se desarrolla el festival en cuestión. La distribución de los equipos de gestión que desarrollan otro tipo de actividades fuera de la fecha del festival es diametralmente opuesta a la que recogíamos en el Informe FOC 2020, allí la mayoría de los estos solo realizaban su actividad en el marco exclusivo del festival. Ahora vemos que desarrollan otras actividades, seguramente complementarias a lo largo del año.

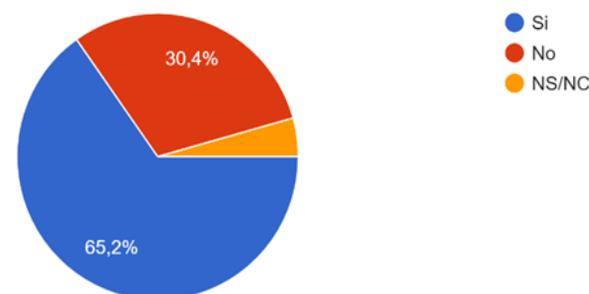
En un 65,2% de los casos, los equipos de trabajo que constituyen la organización del Festival tienen formación específica en el campo de la gestión cultural. En un 30,4% esta formación no está presente en los equipos de trabajo.

El que un porcentaje tan alto de personas con formación específica en gestión cultural, conformen los equipos de trabajo, es otra de las fortalezas de estos y da cuenta de cómo a pesar del reducido tamaño de estos, pueden alcanzar sus objetivos y son capaces de crear dinámicas de trabajo que faciliten la continuidad en el tiempo de las iniciativas, siempre y cuando económicamente sean viables y se mantenga el compromiso dentro del grupo.

La formación juega un papel importante en la resolución de las tareas que implica el desarrollo del evento, al procurar estrategias y metodología específica en el campo de la gestión cultural, imprescindible para la consecución de los objetivos que se pretenden alcanzar.

¿Tenéis formación específica en el campo de la gestión cultural?

23 respuestas



Aporta los recursos técnicos necesarios y facilita el trabajo de los equipos de gestión al dotarles de herramientas para concretar fines, medios y procesos y también para permitir la evaluación de los resultados y la adecuación de las líneas estratégicas y tácticas para la consecución de los objetivos a la realidad dinámica y cambiante que define el entorno en el que los eventos se llevan a cabo.

El uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información para el desarrollo de las actividades que realizan los festivales se aplican en un 65,2% de los casos básicamente para la difusión de información a través de las redes sociales. Un 21,7% las utilizan para la creación y difusión de contenidos creativos y formativos, un 8,7% las utilizan para crear contenidos de formación en línea y un 4,3% las utilizan para crear contenidos específicos de uso virtual.

Pese al papel cada vez más importante que tiene la WEB 2.0 y las redes sociales en la difusión de contenidos digitales, un papel reforzado por las dinámicas que en este sentido supuso el impacto de la COVID 19, especialmente en los momentos en que duro el confinamiento (marzo-julio 2020) y mientras se mantuvieron restricciones por razones de prevención sanitaria, en los aforos máximos posibles aplicados a eventos culturales (hasta julio de 2021), la mayor parte de los equipos de gestión de los festivales utilizan las NTICs básicamente para la difusión de su oferta de programación en redes sociales, y solo de forma minoritaria para la creación y difusión de contenidos

El uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (NTICs) en el desarrollo de las actividades de la iniciativa se aplican a:

23 respuestas



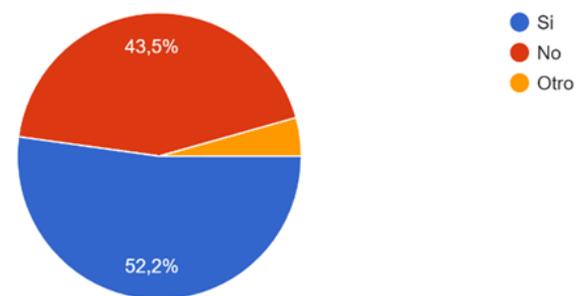
creativos y formativos, distintos a los soportes publicitarios de las actividades del festival en línea. Solo un 8,7% utiliza esta tecnología y las redes sociales para realizar formación en línea y prácticamente es poco menos que testimonial los que realizan contenidos específicos para su uso en este tipo de soporte (proyecciones, net-art).

Es quizás la falta de personal especializado en la creación de este tipo de contenidos, el tiempo y los recursos que necesita y también el que sean percibidos en una escala de prioridades como secundarios con respecto a las actividades presenciales, como ya hemos visto, los motivos que podemos encontrar para justificar el que las NTICs se utilicen básicamente como instrumento de difusión de las actividades que se programan y las redes sociales sean el canal para esa difusión y de momento la mayoría de los festivales no estén creando contenido para incentivar la formación y la creación de productos culturales netamente digitales, es decir, no ven o no pueden, por falta de recursos técnicos y económicos, desarrollar estrategias digitales para su difusión en línea que complementen lo que si están haciendo en el espacio presencial.

No debemos desatender los campos en los hábitos de consumo y prácticas culturales de las generaciones nativas digitales alejadas cada vez más de un modelo de disfrute cultural basado en la visita a museos, visita de exposiciones y la lectura de libros.

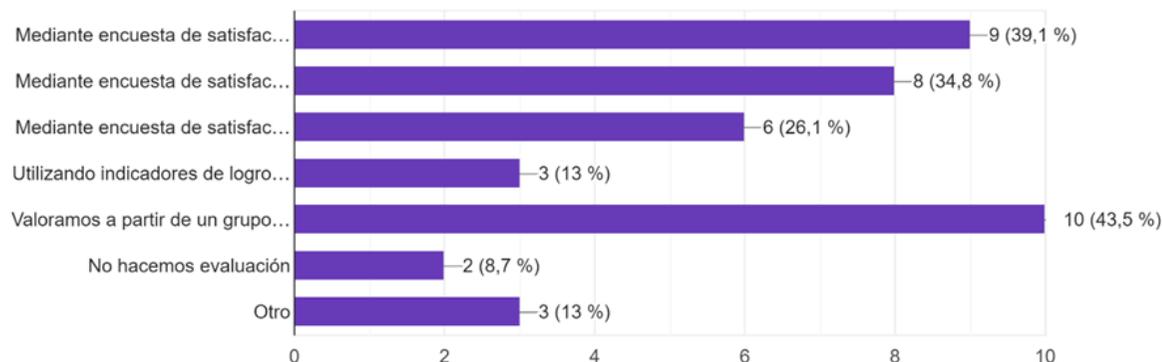
A la hora de evaluar vuestra actividad, en relación a vuestras metas, ¿aplicáis la técnica DAFO (Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades...o que os ayude en la visualizar vuestra situación

23 respuestas



¿Cómo evaluáis el desarrollo de la última edición del Festival?. La repuesta puede ser múltiple.

23 respuestas



El 52,2% de los festivales aplican la técnica DAFO en la evaluación de su empeño y para la orientación de su desarrollo, frente a un 43,5% que no aplica esta técnica.

Igualmente a la hora de evaluar el desarrollo de la última edición recurren a su valoración a través de grupos de discusión, un 39,1% se sirven de encuestas de satisfacción de los propios usuarios, un 34,8% lo hacen también con la encuesta de satisfacción de los creadores participantes, un 26% aplican al mismo tiempo encuestas de satisfacción con colaboradores y equipo, un 13% aplican indicadores de logro fijados previamente, un 13% establecen otras fórmulas para evaluar su desempeño y un 8,7% no evalúa su trabajo.

¿Cómo definirías vuestra relación con el sector de la cultura visual de vuestro ámbito de actuación en el desarrollo de la propuesta?

23 respuestas



Atendiendo a la relación que la organización de cada uno de los festivales mantienen con el sector cultural de su ámbito dentro de su ámbito territorial de actuación, en un 13% de los casos se reconocen como los únicos actores que desarrollan propuestas en ese territorio en ese campo específico de actuación, un 30,4% admiten conocer otros colectivos que desarrollan actividades en ese territorio de ámbito similar, pero no existe colaboración mutua, un 30,4% conocen colectivos que desarrollan actividades similares dentro de ese territorio y colaboran puntualmente entre sí y para un 26,1% de los casos la organización que crea el festival, trabajan con cualquier colectivo dentro de su ámbito sectorial y territorial de acción, siempre y cuando compartan objetivos.

En un sector tan precarizado como el de la creación y la difusión cultural, tan dependiente además de los recursos públicos y tan condicionado por el ámbito territorial en el que se despliega, fundamentalmente el local, y pese a la insistencia en la necesidad de crear redes de trabajo colaborativo y de soporte mutuo, no deja de ser curioso que casi la mitad de los equipos de gestión implicados en la realización de sus festivales, que han participado en este estudio o bien sean los únicos que desarrollan ese tipo de propuestas en el territorio específico en el que trabajan (13%) es decir no existen colectivos de su mismo índole e interés, o bien si estos existen en el territorio, no hay colaboración mutua entre los equipos de gestión de los festivales y otros colectivos afines (30,4%).

En un 30,4% si existe una colaboración al menos puntual entre los equipos de gestión de los festivales y colectivos similares dentro del territorio y solo en un 26,1% de los casos los equipos de gestión quieren y pueden colaborar con cualquier tipo de colectivo que este trabajando en el mismo territorio siempre y cuando compartan los intereses y objetivos.

El que se busque una colaboración activa entre colectivos que en el mismo territorio mantienen intereses y objetivos comunes, refuerza la capacidad de los equipos de gestión en el cumplimiento de sus objetivos, ya que esto genera una red de apoyo y refuerzo mutuo asociada a potenciar recursos y el alcance de los propios equipos.

Además consolida una cultura de trabajo en red que beneficia al tejido social dentro del sector cultural, además de fuente de información y recursos, el trabajo en red supone tiene un fuerte impacto en la percepción que sobre si y sus capacidades tienen los equipos de gestión.

En un entorno a menudo complejo y problemático, las redes de trabajo colaborativo y soporte mutuo potencian la motivación y el compromiso dentro de los equipos de gestión y son una estrategia positiva para los mismos, el tejido social de referencia y el territorio ya que indican la existencia de una cultura sociocomunitaria cooperativa que facilita y refuerza la labor que desarrollan estos equipos y les protegen en cierta medida de los problemas y los contratiempos tan habituales en la gestión cultural, de procesos, productos y practicas culturales, en un sector precarizado, y sometido a una fuerte presión por la necesidad de conseguir unos recursos la mayor de las veces públicos, sujetos en muchos casos a las buenas relaciones y la complicidad que pueda existir entre sus administradores (responsables políticos de programas públicos y técnicos de cultura vinculados a instituciones públicas) y los equipos gestores de los festivales.

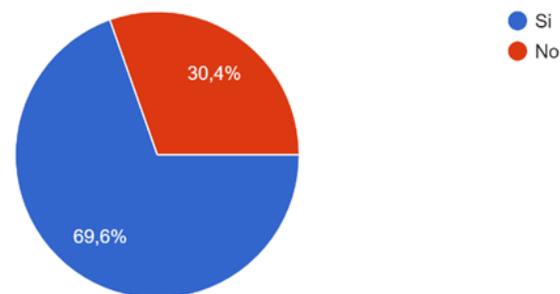
El que para algo más del 40% de estos equipos, que han participado en el estudio, no existan relaciones de colaboración, aunque sea puntual, con colectivos que tienen similares objetivos e intereses dentro del mismo territorio, pone el foco en la existencia de dificultades para el desarrollo de estrategias de apoyo mutuo, la desconfianza, la fuerte competencia por los recursos, la atomización desde la que se trabaja dentro del sector y la falta de estrategias dentro de su cultura profesional orientadas a incentivar el trabajo colaborativo.

El 69,6% de las organizaciones que dirigen festivales de fotografía afirman tener como referentes de su trabajo a otros festivales nacionales o internacionales frente a un 30,4% que afirma no tener referentes a los que seguir o emular.

De los festivales que se marcan como referencia aparecen como los más citados a nivel europeo: los Encuentros Fotográficos de Arles y el Unseen Amsterdam, a nivel nacional destaca el Getxo Photo, el Seminario de Fotografía y Periodismo de Albarracín, Photo España, Photon Festival y el Imaginaria Photography Festival.

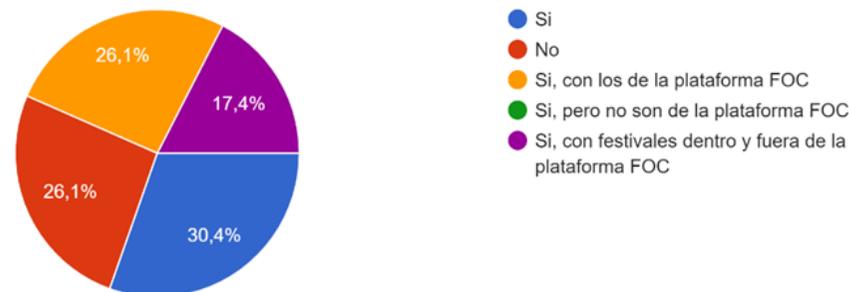
¿Tenéis algún festival nacional o internacional como referente?

23 respuestas



¿Has realizado alguna colaboración ya con otros festivales?

23 respuestas



Con respecto a si han mantenido o realizado colaboraciones con otros festivales, un 26,1% no lo ha hecho, frente al resto, un 74,9%, de los que un 26,1% lo ha hecho con festivales que participan en la plataforma FOC, un 17,4% que lo han hecho con festivales dentro y fuera de la plataforma FOC. Otro 30% afirman haber realizado colaboraciones sin más especificaciones.

La existencia de algún tipo de colaboración entre festivales a nivel nacional se da en algo menos del 75% de los festivales que han participado en el estudio. Un dato positivo, ya que en el Informe FOC 2020, lo habían hecho el 50% de los festivales que participaron en aquel estudio. La Plataforma FOC que comienza su andadura en 2020 aparece como un elemento que ayuda a la vertebración del trabajo colaborativo entre festivales, ya que al menos para un 43,5% de las colaboraciones que se han establecido desde entonces entre los festivales que participan en el estudio lo han hecho a través de esta Plataforma.

Si cuando hablábamos del espacio de proximidad, donde los equipos gestores de los festivales desarrollan su trabajo, defendíamos la necesidad de que estos colaboren con otros equipos que tienen los mismos intereses y objetivos a nivel local, porque esto refuerza su motivación, capacidad y recursos, lo mismo aplicamos al trabajo colaborativo que deberían mantener entre si los festivales que trabajan a nivel de territorio nacional o en el espacio europeo. Afortunadamente este camino estaba abierto antes de la emergencia de la Plataforma FOC, y no era extraño ver aunque tampoco tan común la existencia de relaciones de colaboración interfestivales, normalmente uno a uno.

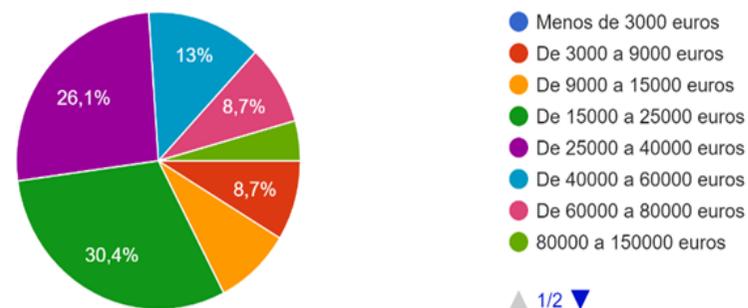
La novedad radica ahora en que la Plataforma FOC permite el trabajo en red de al menos 30 festivales a nivel nacional, que participan de forma activa en la misma, y lo hacen además de mediante la colaboración en proyectos bilaterales o multilaterales, es decir contactándose entre ellos para compartir información, recursos, productos e incluso plantearse acciones como la coproducción de colecciones fotográficas, por la participación de forma presencial de una buena parte de ellos en las dos líneas de acción sobre las que esta trabajando actualmente FOC, el Encuentro Nacional de Directores de Festivales de Fotografía FEM FOC (Valencia 2019, Castellón 2021, Soria 2023) que reunió de manera presencial entre 15 y 20 festivales en los espacios donde se celebros y la Feria Profesional de la Fotografía de Castellón FER FOC (2021, 2022, 2023) al que asisten habitualmente 13 festivales nacionales y 2 festivales europeos.

Un 8,7% de los festivales, realizaron su última edición con un presupuesto económico monetario de entre 3000 y 9000 euros, un 8,7% este representaba entre 9000 y 15000 euros, un 30,4% disponían de entre 15000 y 25000 euros, un 26,1% entre 25000 y 40000 euros, un 13% entre los 40000 y los 60000 euros, un 8,7% entre los 60000 y los 80000 euros, y solo un 4,3% entre los 80000 y los 150000 euros. Por encima de esta cifra, ninguno de los festivales que han participado en la encuesta se han podido posicionar.

Las aportaciones monetarias directas con las que han trabajado en su última edición los festivales que han participado en el estudio se cifran entre los 3000 y los 150000 euros, una horquilla lo suficientemente amplia como para hacer emerger de ella situaciones muy diferentes entre este tipo de eventos, según sean los recursos económicos con los que cuentan para el desempeño de sus actividades.

¿Con qué presupuesto trabajáis? por favor responded de manera aproximada, valorando las aportaciones monetarias concretas, es decir el dinero "contante y sonante" con el que trabajáis

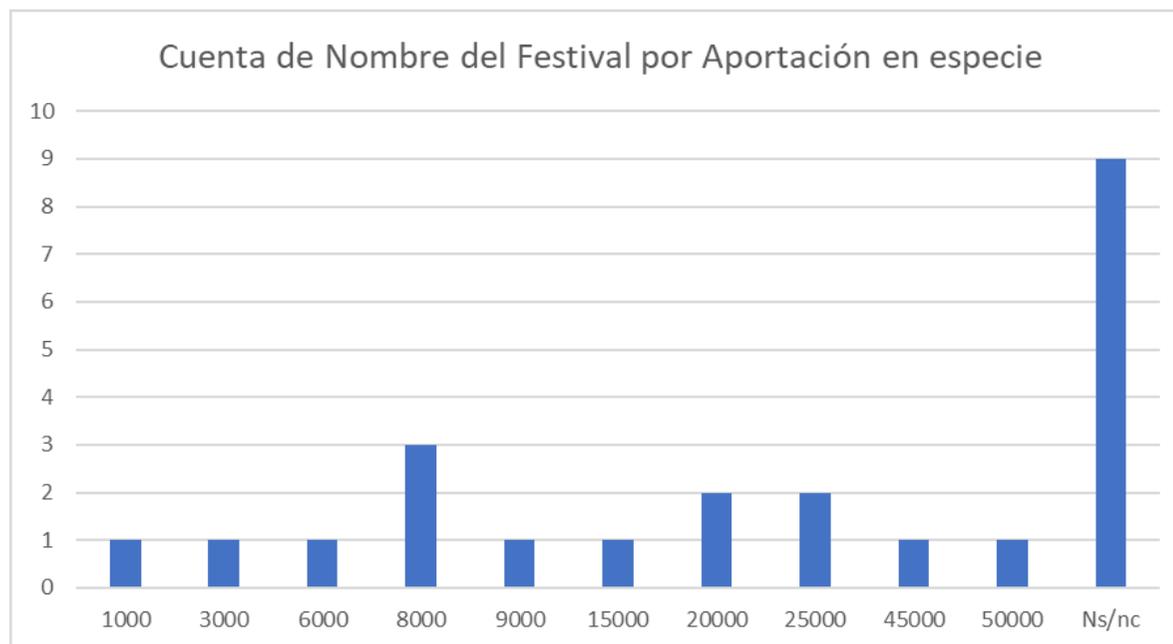
23 respuestas



Vemos que cerca del 50% de ellos trabajan con presupuestos que están entre los 15000 y los 40000 euros, lo cual reduce el tamaño de la horquilla presupuestaria y crea una imagen más homogénea en la configuración de un modelo de festival atendiendo a sus recursos económicos monetarios.

Por debajo, un 17,4% de los festivales trabajarían con un presupuesto que ronda entre los 3000 y los 15000 euros. Por encima un 21,7% que representa a este tipo de eventos que cuenta con un presupuesto de entre 40000 y 80000 euros, y sólo un 4,3% manejaría una dotación económica monetaria situada entre los 80000 y los 150000 euros.

Si tenemos en cuenta el monto total de la dotación económica monetaria sumadas las aportaciones de cada uno de los 23 festivales que participan en el estudio, en su última edición hablaríamos de una inversión entre los 530.000 y los 953.000 euros, según tomamos la referencia más baja y más alta en la que hemos distribuido las aportaciones que han recibido (entre 3000 y 150000 euros). La media del total de los presupuestos económicos en términos monetarios se sitúa en los 776.000 euros, una cifra muy similar a la recogida en el Informe FOC 2020, en las que el dato para los 25 festivales participantes arrojaba en 2019 una inversión total de 750.000 euros. El presupuesto medio por festival sería de algo más de 33.000 euros



A la hora de valorar la aportación que definida en “especie”, es decir aquellas que inciden en la realización de las actividades programadas, y las posibilitan pero no tiene un asiento contable dentro de los presupuestos económicos monetarios con los que trabajan los festivales y que implican colaboraciones, descuentos, prestamos, o trabajo no remunerado, destacar que 9 de los 23 festivales que han participado en la encuesta no han sabido valorar o cuantificar este apartado, para uno de ellos esa aportación se cifra en 50.000 euros, para otro suponen 45.000 euros adicionales, en dos casos se cifra en 25.000 euros, en otros dos se calcula este tipo de aportación en 20000 euros, 15000, y 9000 euros para otros dos, 8000 para tres de los festivales participantes y entre 6000 y 1000 euros para otros tres de ellos.

Es habitual que para la realización de las actividades programadas en los festivales, dado lo justo de los presupuestos monetarios con los que cuentan, que los equipos de gestión deban optimizar sus posibilidades a través de la puesta en marcha de recursos no monetarios pero utilizables en la realización de sus objetivos programados, como pueden ser el trabajo voluntario, descuentos, dotación en especie, intercambios y demás. Recursos y estrategias que permiten poner en marcha las actividades comprometidas, sumando estos recursos a los estrictamente monetarios que consiguen fundamentalmente a través de patrocinio, subvenciones, ayudas, o la venta directa de productos y servicios propios.

Sin embargo a la hora de traducir en valor monetario lo que suponen las aportaciones que reciben a través de esos recursos en especie o de otro tipo, que no son directamente monetarios, es difícil asignarles una medida concreta. En el estudio que presentamos, 9 de 23 festivales participantes en él han sido incapaces de calcular que supone dentro de su presupuesto general este tipo de recursos, tal y como se recoge en el cuadro superior.

A la hora de valorar la aportación que definida en “especie”, es decir aquellas que inciden en la realización de las actividades programadas, y las posibilitan pero no tiene un asiento contable dentro de los presupuestos económicos monetarios con los que trabajan los festivales y que implican colaboraciones, descuentos, prestamos, o trabajo no remunerado, destacar que 9 de los 23 festivales que han participado en la encuesta no han sabido valorar o cuantificar este apartado, para uno de ellos esa aportación se cifra en 50.000 euros, para otro suponen 45.000 euros adicionales, en dos casos se cifra en 25.000 euros, en otros dos se calcula este tipo de aportación en 20000 euros, 15000, y 9000 euros para otros dos, 8000 para tres de los festivales participantes y entre 6000 y 1000 euros para otros tres de ellos.

El monto total de lo que supondría estos para el conjunto de los festivales, en su última edición, según los datos recogidos, sería de 243.000 euros, que distribuidos entre los 14 festivales que si han cuantificado esa aportación supone que los recursos no monetarios con los que trabajan, en término de dinero contante y sonante suponen algo más de 17.000 euros de aportación, que generan los equipos gestores de los festivales mediante diversas estrategias que les proveen de esos recursos no cuantificados en términos monetarios reales

Según esto, una buena parte de los recursos que permiten la realización del conjunto de actividades que realizan los festivales, no tienen un carácter estrictamente monetario, pero su valoración en términos de dinero constante y sonante, es decir lo que deberían pagar ellos por este tipo de recursos se acerca a la mitad del presupuesto medido en términos monetarios reales con los que cuentan.

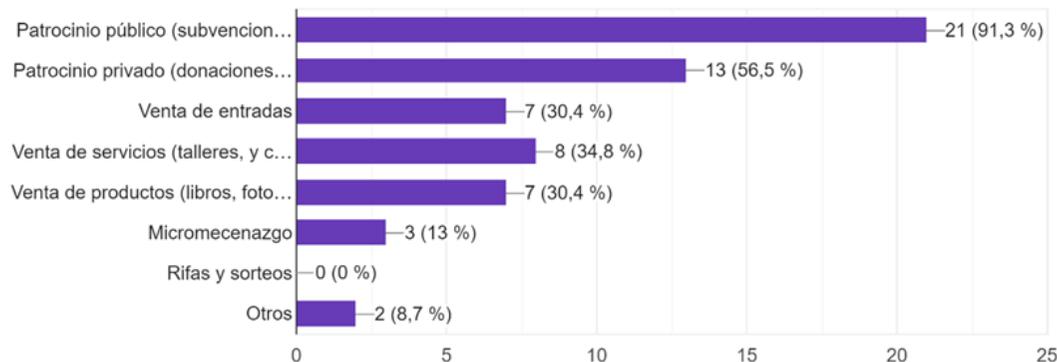
Así si a partir de los datos recogidos, queda claro que la media de los recursos en dinero contante para cada festival es de algo más de 33.000 euros. Los recursos que consiguen por otras vías, tendrían un precio de coste de alrededor de 17.000 euros, lo que supone una aportación de esa cantidad que llega a los festivales en forma de pago en especie, descuentos, trabajo voluntario, o otros recursos que no tienen un reflejo contable en su presupuesto general, de alguna forma se crean a través de la propia labor de los equipos de gestión y en su negociación con proveedores y colaboradores

Esto también supone que el presupuesto medio real con el que juegan los festivales que participan en el estudio, valorado en términos de costes de mercado arrojan una cifra media de 50.000 euros. La mitad de los recursos que los festivales deben implementar para el desarrollo de sus actividades, no son percibidos en términos de dinero contable, pero suponen, teniendo en cuenta su coste en el mercado, que consiguen movilizar recursos que tendrían un valor monetario igual a la mitad de los recursos en dinero contable que consiguen.

Por otro lado, esos recursos deberían de ser considerados además como aportación propia por parte de los equipos de gestión de los festivales, es decir, que estos generan al menos a través de diferentes estrategias recursos por un valor monetario de al menos la mitad de lo que reciben gracias al dinero contable que les llega vía patrocinio, ayuda, subvención, micromecenazgo o venta de productos y servicios y por tanto deberían de aparecer en sus memorias y evaluaciones, ello permitiría hacer aún más visible cual es su aportación real a la comunidad a través del desarrollo de sus programas y también de cara a los responsables de los patrocinios y ayudas que reciben, que estos pusieran en valor lo que aportan estos equipos de gestión de los festivales, en este tipo de iniciativas, con respecto a lo que reciben en dinero contante a través de estos medios.

¿Cuáles son vuestras fuentes de financiación? La repuesta puede ser múltiple.

23 respuestas



Las fuentes de financiación con las que los festivales intentan hacer frente para realizar la labor que desarrollan proviene para estos en un 91,3% de patrocinio público, subvenciones, ayudas y aportaciones del sector público, en un 56,5% patrocinio privado, donaciones y esponsorizaciones, en un 30,4% se nutren también de la venta de entradas, un 34,8 % se financian también a través de la venta de servicios, talleres y cursos, un 30,4% recurren al mismo tiempo a la venta de productos, un 13% también buscan financiación a través del micromecenazgo, y un 8,7% encuentran recursos monetarios en otro tipo de acciones que no quedan especificadas.

Vemos que en el caso de los equipos de gestión que participan en el estudio, 21 de 23 consiguen fondos a través de instituciones públicas, que la mitad de ellos, 13 de 23 lo hacen además gracias a la aportación de patrocinio privado, y que a su vez la mitad de ellos consigue además recursos a través de la venta de entradas, la venta de servicios y la venta de productos propios. Y que solo 2 de 23 lo hacen mediante opciones como la del 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. Al mismo tiempo, no olvidemos que también en la mayoría de las ocasiones, para que los festivales puedan llevarse a cabo, además de la dependencia que este tipo de iniciativas tiene de la financiación a través de instituciones públicas, fundamentalmente las concejalías de cultura de las corporaciones municipales, y de la precariedad profesional desde la que abordan su trabajos, los equipos de gestión de este tipo de iniciativas, tienen que generar recursos a través de donación en especie, descuentos o trabajo voluntario para poder cubrir los costes asociados a la realización de sus eventos.

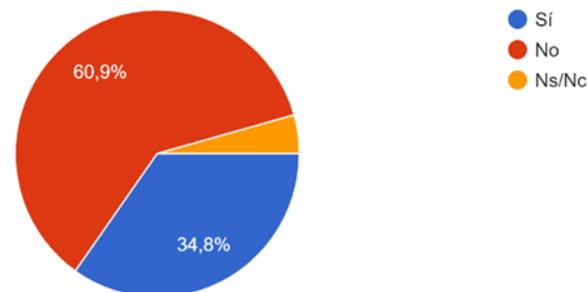
Este tipo de recursos que necesariamente han de implementar para lograr sus objetivos suponen como hemos visto al menos la mitad en términos monetarios de los recursos en dinero contable que consiguen a través de las diferentes vías de financiación que buscan, supone también la existencia dentro del sector de prácticas cercanas a la economía sumergida, son aportaciones que consiguen los equipos de gestión, pero que no se traducen en asientos contables específicos dentro de sus presupuestos, sencillamente porque no están contemplados en ellos este tipo de aportaciones, y sin embargo sin ellas, sería casi imposible realizar este tipo de eventos.

Esto último debería de servir para repensar el modelo de gestión económica que desde la Administración Pública y desde las Políticas Culturales Institucionales se está practicando en la actualidad en nuestro país y de como desde una visión básicamente subsidiaria la supervivencia económica del sector cultural es cada día pueda en cuestión. En demasiadas ocasiones, todo el peso recae sobre la pasión, el compromiso y el voluntarismo de los equipos de gestión de los proyectos y de las personas que los llevan a cabo.

La fórmula solo permite la profesionalización de los menos y fomenta la precariedad laboral de todos. Sigue manteniéndose una visión filantrópica con respecto a las personas que dedican buena parte de su tiempo a la creación y el desarrollo cultural, y fomentándose un modelo de fomento de la cultura que genera dependencias, y limita las posibilidades de crecimiento del sector.

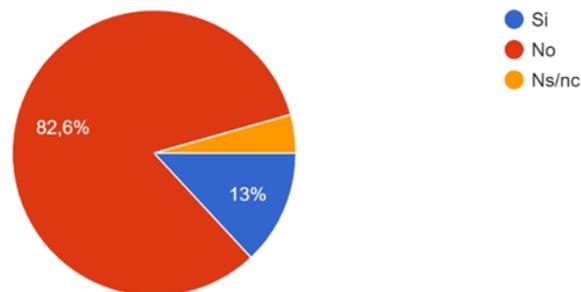
¿Os habéis presentado a subvenciones del Ministerio de Cultura?

23 respuestas



¿Os habéis presentado a subvenciones internacionales como Creative Europe, Europe for Citizens, etc?

23 respuestas

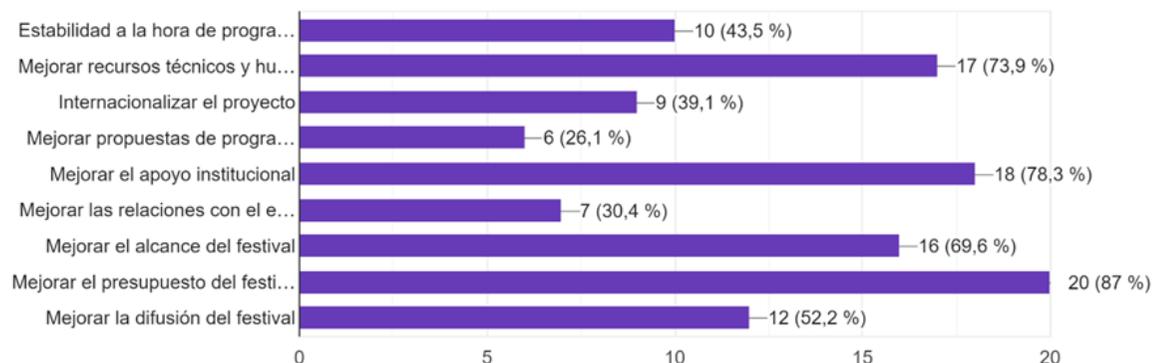


Dentro del apoyo público al sector de los festivales, el 60,9% de los festivales que participan en la encuesta se han presentado alguna vez a las líneas de financiación abiertas por el Ministerio de Cultura, frente a un 34,8% que no lo ha hecho. Con respecto a otro tipo de convocatorias como las que se derivan de programas como Europa Creativa, Europa para los Ciudadanos o similares, el 82,6% de los festivales que han participado en la encuesta nunca han optado por concurrir a este tipo de vía de financiación, frente a un 13% que si lo ha hecho.

La búsqueda de recursos monetarios con los que financiar sus actividades hace que los equipos de gestión de los festivales más allá de las aportaciones que consiguen a través del patrocinio o las subvenciones y ayudas de instituciones públicas de proximidad, locales, provinciales y autonómicas, hace que muchos de ellos intenten conseguir financiación a través de las líneas que tiene abiertas el Ministerio de Cultura, algo más del 60% de ellos han buscado en esta fórmula un medio con el que aumentar sus recursos. Sin embargo, esta cifra cae hasta el 13% cuando la búsqueda de financiación se dirige hacia las líneas abiertas dentro de la Unión Europea.

¿Cuáles son los retos para alcanzar vuestras metas? La repuesta puede ser múltiple.

23 respuestas



Con relación a las metas que se proponen a corto plazo para la mejora en la consecución de sus objetivos, esto pasa por mejorar el presupuesto de su festival (87%), mejorar el apoyo institucional que reciben (78,3%), mejorar en recursos técnicos y humanos (73,9%), mejorar el alcance del mismo (69,6%), mejorar la difusión (52,2%), estabilidad a la hora de programa (43,5%), internacionalizar el proyecto (39,1%), mejorar las relaciones con el entorno (30,4%), y mejorar su propuesta de programa (26,1%).

Con todo lo anterior, cuando les preguntamos a los equipos de gestión de los festivales que participan en el estudio de cuales son sus retos a corto plazo para alcanzar los objetivos que se han propuesto, vemos que en la mayoría de los casos, sus respuestas guardan estrecha relación con muchas de las cosas que reflejan los datos que hasta ahora hemos presentado.

Así para la mayoría de ellos, 20 de 23 aumentar sus recursos económicos, mejorar su presupuesto es un reto que se plantean, junto a este, en 18 de los 23, mejorar el apoyo institucional es una meta, como también les es para 17 de 23 mejorar sus recursos técnicos y humanos o para 16 de 23 el mejorar el alcance del festival.

En menor medida vendría mejorar la difusión del festival (12 de 23), la estabilidad a la hora de programar (10 de 23), internacionalizar el proyecto (9 de 23), mejorar las relaciones con el entorno (7 de 23) o mejorar la propuesta de programación del festival (6 de 23)

Vemos que para las personas que integran los equipos de gestión de los festivales que participan en el estudio, la consecución a corto plazo de sus objetivos pasa por incrementar las dotaciones económicas de sus presupuestos, y aumentar el apoyo institucional que perciben. De ello depende la mejora de sus recursos técnicos y humanos, el aumento del alcance y mejorar la difusión del festival. Estos son los retos que perciben como más importantes.

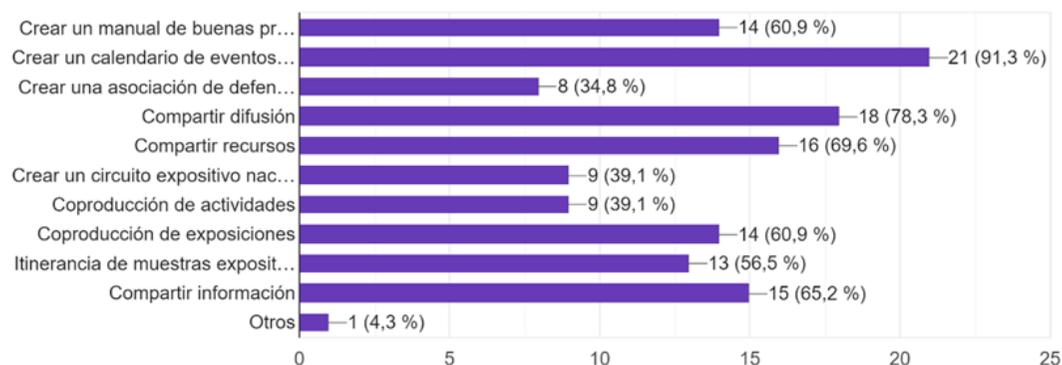
Otro tipo de retos, como la internacionalización del festival, la mejora de su programa o mejorar las relaciones con su entorno más cercano se perciben como menos importantes o necesarios en ese corto plazo.

La imagen que presenta el festival medio que se desprende del estudio deja muy claros sus condicionantes, los focos en los que centran su atención y los problemas que perciben como más acuciantes. También marcan la línea de sus aspiraciones y los límites de su planteamiento en términos de relación con el entorno y alcance territorial de sus programas.

Se programa desde lo local, se busca un alcance nacional, se tiene en poca consideración las posibilidades de internacionalizar la propuesta y no se tiene muy en cuenta el entorno de trabajo más cercano. Se requiere más apoyo institucional y más recursos económicos.

¿Qué líneas de actuación necesarias que crees que deberíamos llevar a cabo en común? La respuesta puede ser múltiple.

23 respuestas



Por lo que hace a de qué forma los festivales entienden que pueden mejorar su desempeño a través de la colaboración interfestivales y/o redes de trabajo colaborativo, los participantes en la encuesta consideran que sería necesario: crear un calendario de eventos anual (91,3%), compartir difusión (78,3%), compartir recursos (69,6%), compartir información (65,2%), coproducción de exposiciones (60,9%), crear un manual de buenas prácticas profesionales (60,9%), itinerancia de muestras expositivas (56,5%), crear un circuito expositivo nacional (39,1%), coproducción de actividades (39,1%), y crear una asociación de defensa y representación del sector (34,8%).

La idea del trabajo en red va tomando forma a través de un modelo mínimo de colaboración basado en crear un calendario anual de eventos (una demanda de 21 de los 23 festivales que participan en el estudio), compartir difusión de las actividades (18 de 23), compartir recursos (16 de 23), compartir información (15 de 23), crear un manual de buenas prácticas profesionales (14 de 23), coproducir exposiciones (14 de 23), la itinerancia de muestras fotográficas (13 de 23)

En menor medida aparecen crear un circuito expositivo a nivel nacional (9 de 23), la coproducción de actividades (9 de 23) y crear una asociación de defensa de los intereses del sector (8 de 23)

Las demandas que se hacen dentro de la red tienen un carácter básicamente de apoyo a las actividades que desarrollan cada uno de los equipos de gestión de sus respectivos eventos, basado en la difusión de información y la promoción de las actividades que realiza cada festival a través de la red y contando con la colaboración de los festivales

La petición de crear un calendario de eventos anuales, así como la creación de un Manual de Buenas Prácticas Profesionales al que puedan acogerse los festivales aparecen como demandas que tienen un carácter más estructural.

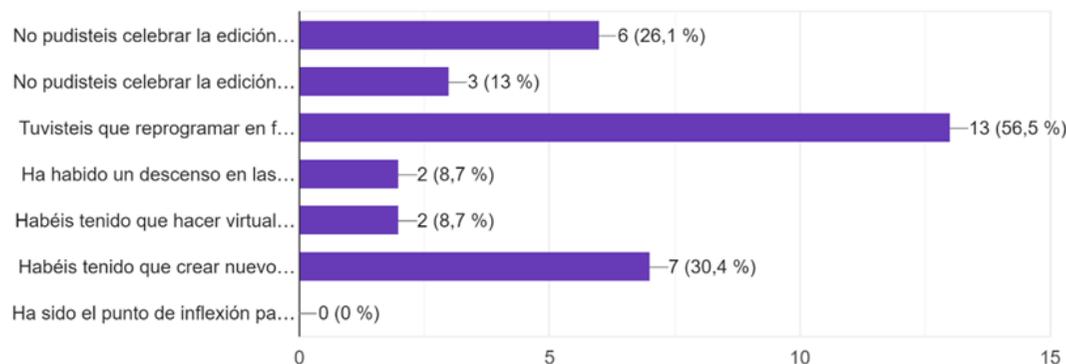
La coproducción de exposiciones y su itinerancia tienen un valor operacional porque permite una mejor gestión de los recursos, la amortización de los costes y una mejor promoción del trabajo de los autores de las colecciones fotográficas coproducidas e itineradas.

Para el 26,1% de los festivales que participan en la encuesta fue imposible celebrar la edición del 2020, y el 13% no pudieron hacerlo tampoco en el 2021. En el 56,6% de los casos fue necesario reprogramar la agenda de trabajo por el impacto de la COVID19, un 30,4% tuvieron que crear nuevos contenidos orientados a la interacción digital y la web 2.0. Para el 8,7% la incidencia de la COVID también ha supuesto un descenso en las aportaciones que recibían antes de la pandemia y un 8,7% tuvieron que realizar una edición virtual de su festival, afortunadamente ninguno manifiesta que la incidencia COVID suponga un punto de inflexión para terminar una etapa.

Pese a los cambios que ha supuesto en la creación, el consumo y las prácticas culturales la incidencia de la COVID19 desde 2020, el 52,2% de los festivales siguen programando actividades orientadas fundamentalmente a la presencialidad y un 30,4% crea contenidos orientados en menor medida al entorno virtual. Sin embargo, un 17,4% desarrollan contenidos orientados a entornos virtuales y presenciales en proporciones similares. Ninguno de los 23 festivales crea contenidos fundamentalmente virtuales.

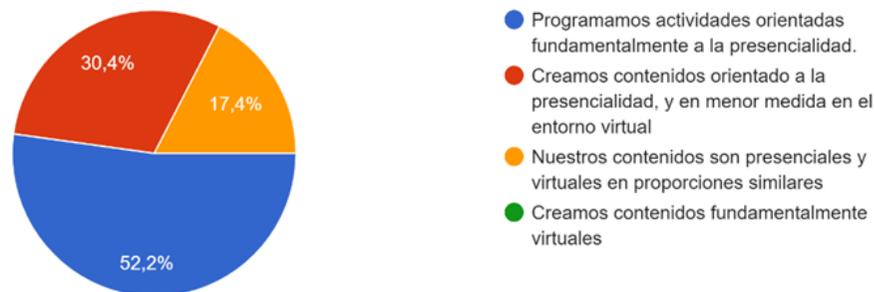
Después de dos años de incidencia de la COVID 19 en qué medida os ha afectado:

23 respuestas



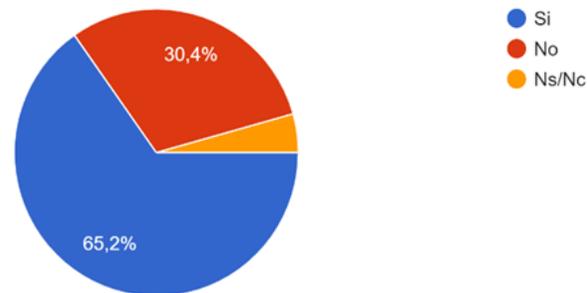
Tras la emergencia COVID 19 ha habido un impulso en la creación de contenidos digitales. ¿En vuestra iniciativa qué papel juegan?

23 respuestas



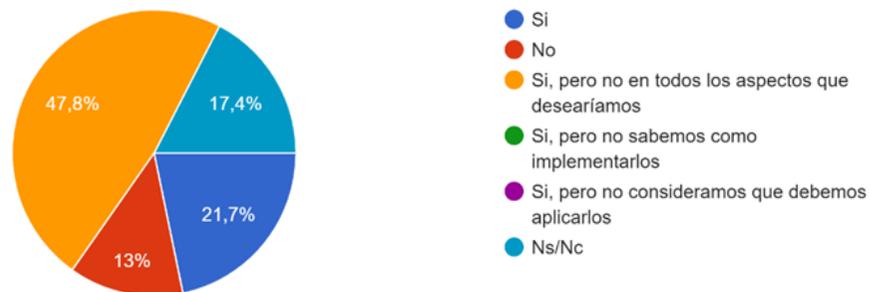
El 65,2% de los festivales que participaron en el estudio afirman conocer los contenidos de la Agenda 2023 de las Naciones Unidas para lograr los Objetivos del Desarrollo Sostenible, frente a un 30,4% que desconoce los contenidos de este documento.

¿Conocéis el contenido de la Agenda 2030?
23 respuestas



A la hora de tener en cuenta las recomendaciones que en materia de creación, practica y gestión cultural recogen los ODS de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, el 13% de los festivales que participaron en el estudio no tienen en cuenta estas recomendaciones a la hora de diseñar y ejecutar las actividades que programan, un 47,8% si las tienen en cuenta pero no en todos los aspectos que consideran necesarios, un 21,7% afirma tenerlos en cuenta y un 17,4% no sabe o no contesta a la pregunta.

De ella se desprende los Objetivos para el Desarrollo Sostenible mundial que afectan en muchos aspectos al desarrollo de iniciativas culturales, es...ma estos Objetivos para el Desarrollo Sostenible?
23 respuestas

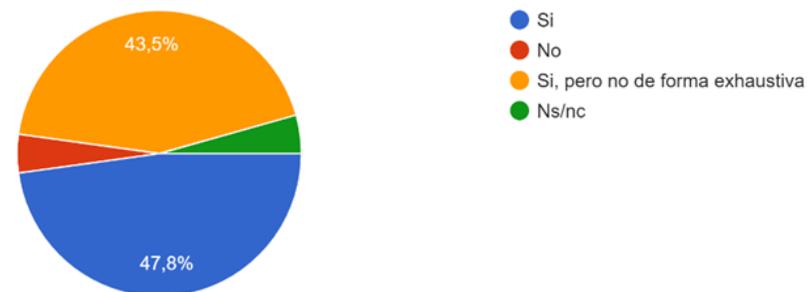


El 92,4% de los festivales afirman tener en consideración la aplicación de las Buenas Prácticas Profesionales en la gestión de las actividades que implican su iniciativa, y al mismo tiempo un 43,5% afirman hacerlo, pero no de forma exhaustiva, un 4,3% no las aplica y un 4,3% no sabe o no contesta a la pregunta.

De la misma forma el 13% de los festivales afirman que las entidades o instituciones que apoyan sus iniciativas de forma económica mantienen hacia estos, en sus practicas de gestión Buenas Practicas Profesionales, para un 34,8% esto es así pero no siempre de forma exhaustiva, para un 26,1% estas instituciones que soportan económicamente los festivales no mantienen con ellos las adecuadas Buenas Prácticas Profesionales y un 26,1% no sabe o no contesta a la pregunta formulada.

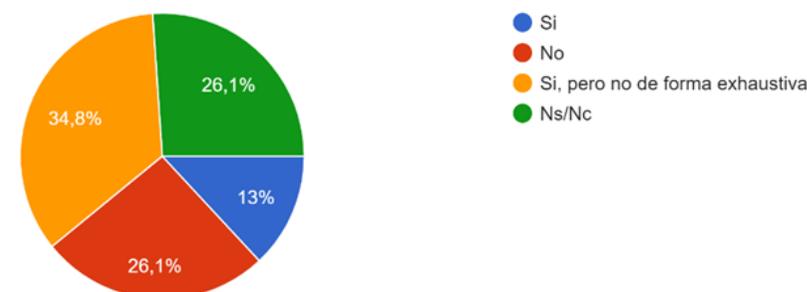
Entre esos objetivos se señalan entre otros los de Buenas Prácticas Profesionales, ¿aplicáis dichas prácticas en la gestión de las actividades que implican vuestra iniciativa?

23 respuestas



De la misma forma, en relación con las instituciones o entidades que apoyan vuestra iniciativa económicamente (patrocinio o subvención, público... vosotros esas Buenas Prácticas Profesionales?

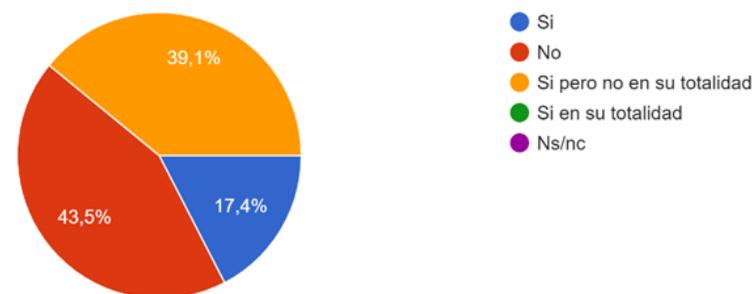
23 respuestas



En este mismo orden de cosas, el 43,5% de las personas que gestionan los festivales que participan en el estudio afirman no conocer el Decálogo y el Manual de Buenas Prácticas Profesionales publicado por la Unión de Asociaciones Visuales (UAAV) en 2006, un 39,1% afirma que si lo conoce pero no en su totalidad y un 17,4% afirma que si lo conoce.

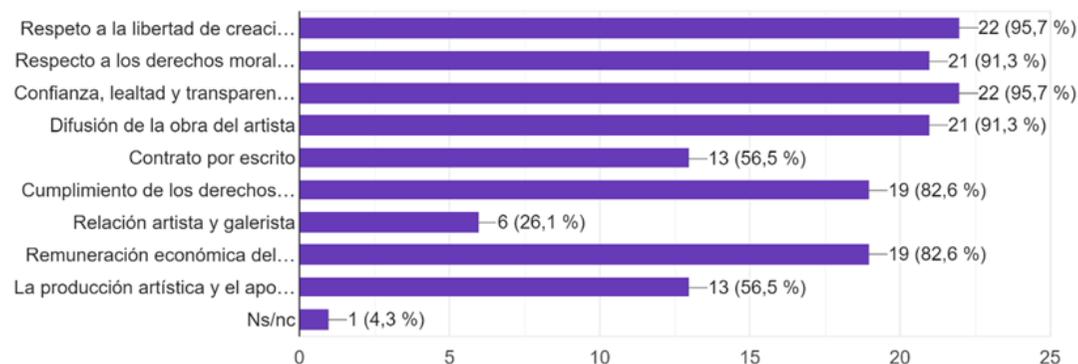
Con respecto a las indicaciones que en términos de Buenas Practicas Profesionales establece el Decálogo de la UAAV, los festivales que participan en el estudio tienen en cuenta: el respeto a la libertad de creación y expresión del autor (95,7%), la confianza, la lealtad y la transparencia entre las partes (95,7%), el respeto a los derechos morales del artista (91,3%), difusión de la obra del artista (91,3%), cumplimiento de los derechos económicos del artista (82,6%), remuneración económica del artista (82,6%), contrato por escrito (56,5%), producción artística y apoyo a la investigación (56,5%), relación artista/galerista (26,1%).

Siguiendo con la gestión de las de Buenas Practicas Profesionales en las artes visuales, conocéis el decálogo y el Manual de Buenas Prácticas publ...Asociaciones de Artistas Visuales (UAAV) en 2006
23 respuestas



El Decálogo de Buenas Prácticas Profesionales establece las siguientes: (Podáis indicarnos cuales tenéis en cuenta. La respuesta puede ser múltiple).

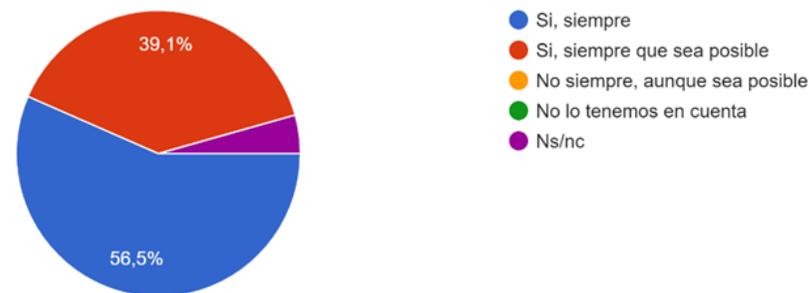
23 respuestas



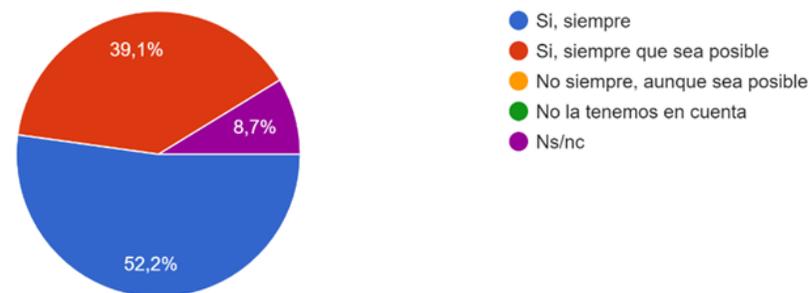
Con respecto a la inclusividad y la igualdad de género, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, establece en artículo 26.c) la necesidad de promover la presencia equilibrada de mujeres y hombres en la oferta artística y cultural pública. El 56,5% de los festivales aplican en el diseño y el desarrollo de su actividad esa obligación, frente a un 39,1% que afirman aplicarla siempre que sea posible, un 4,3% no sabe o no contesta.

Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, establece en artículo 11 establece e insta a los poderes públicos, pero también a las personas física y jurídicas a adoptar medidas específicas en favor de las mujeres para corregir situaciones patentes de desigualdad de hecho respecto de los hombres. El 52,2% de los festivales que participan en el estudio afirman tener en cuenta en el diseño y en el desarrollo de su actividad esta recomendación, un 39,1% lo hace siempre que es posible y un 8,7% no sabe o no contesta.

Con respecto a la inclusividad y la igualdad de género, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, establece en artículo 26.c) la necesidad de promover la presencia equilibrada de mujeres y hombres en la oferta artística y cultural pública. ¿desarrollo de vuestra actividad esta obligación?
23 respuestas



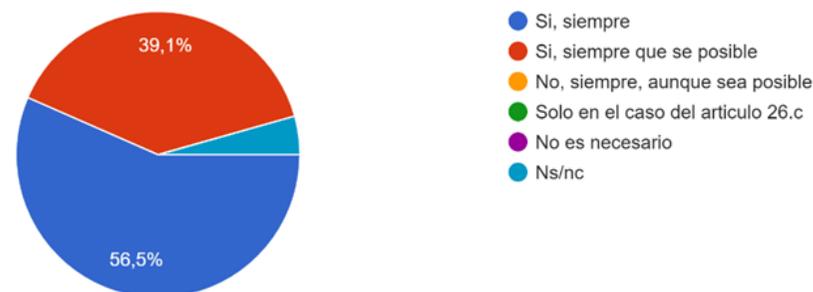
Igualmente Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, establece en artículo 11 establece e insta a los poderes públicos, pero también a las personas física y jurídicas a adoptar medidas específicas en favor de las mujeres para corregir situaciones patentes de desigualdad de hecho respecto de los hombres. ¿diseño y desarrollo de vuestra actividad esta norma?
23 respuestas



Para el 56,5% de los festivales que participan en el estudio, ambos aspectos deben de ser tenidos en cuenta en el diseño y en el desarrollo de las actividades que se planeen, mientras que un 39,1% admite esto siempre y cuando sea posible, un 4,3% no sabe o no contesta a la pregunta.

Consideráis que en el diseño y desarrollo de vuestra actividad o de cualquier actividad que desarrolle un Festival de Fotografía deben de tenerse en cuenta y respetarse ambos artículos?

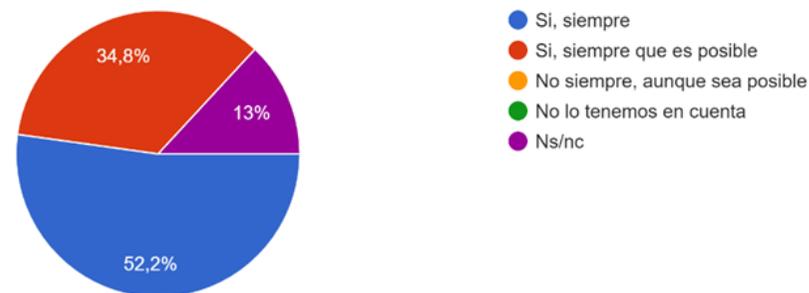
23 respuestas



Según la UNESCO la inclusión es un enfoque que responde positivamente a la diversidad de las personas y a las diferencias individuales, entendiendo que la diversidad no es un problema, sino una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, en general en todos los procesos sociales, culturales y en las comunidades. Teniendo esto en cuenta, el 52,2% de los festivales afirman tener esto presente en el diseño y el desarrollo de sus actividades, frente a un 34,8% que afirma que lo tienen en cuenta siempre y cuando sea posible. Finalmente, un 13% no sabe o no contesta

Pero la inclusión va más allá de la igualdad de genero, según la UNESCO la inclusión es un enfoque que responde positivamente a la diversidad...estas actividades tienen en cuenta ese principio

23 respuestas

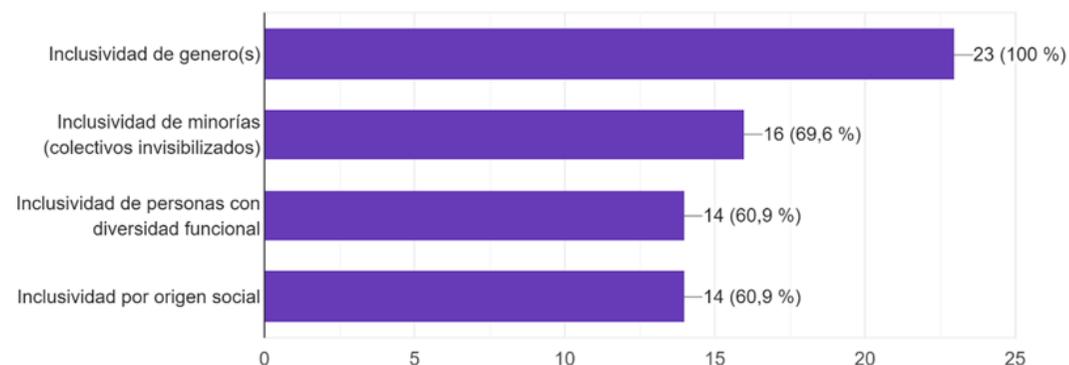


En el diseño y el desarrollo de sus actividades, y atendiendo a los espacios especialmente sensibles a la inclusión social, los festivales afirman tener en cuenta la inclusividad de género(s) (100%), la inclusividad de minorías (colectivos invisibilizados) (69,6%) la inclusividad de personas con discapacidad funcional (60,9%) y la inclusividad por origen social (60,9%).

El 43,5% de los festivales afirman no tener dificultades para implementar medidas orientadas a promover la inclusión en el diseño y desarrollo de sus actividades, frente a un 39,1% que dice tenerlas en ocasiones y un 4,3% que afirma tenerlas. Un 13% de ellos no sabe o no contesta a la cuestión.

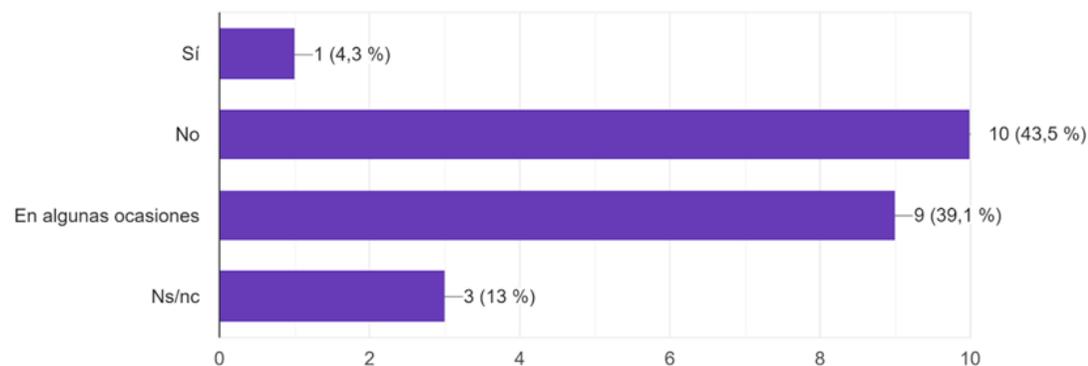
A la hora de implementar el diseño y desarrollo de vuestras actividades, que área de inclusión tenéis en cuenta. La respuesta puede ser múltiple

23 respuestas



Tenéis dificultades para implementar medidas orientadas a promover la inclusión en el diseño y desarrollo de vuestras actividades

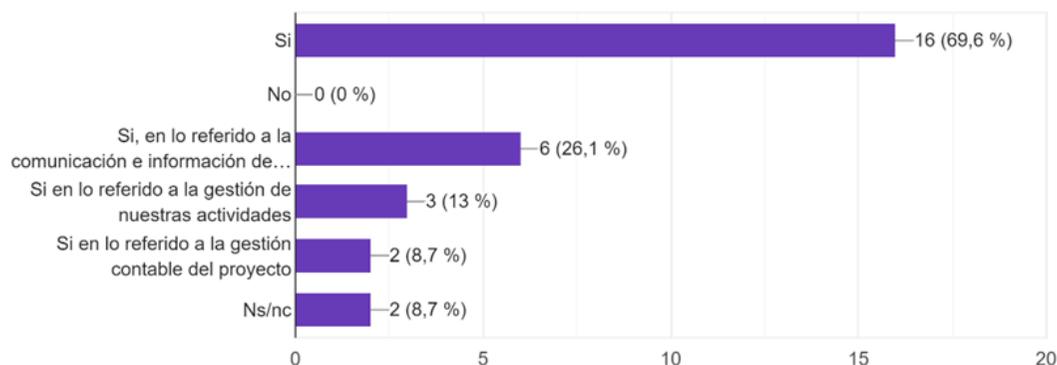
23 respuestas



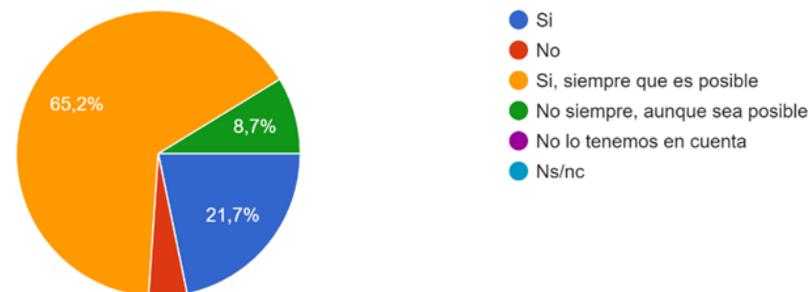
En la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible 2015, la ONU establece la transparencia en la gestión pública como uno de los Objetivos para él mismo y los festivales en tanto que desarrollan actividades participadas por lo público son conscientes de que la transparencia debe de ser una seña de su identidad, esto es así para el 69,6% de ellos, un 26,1% afirma que sí, pero en lo referido a la comunicación y la información de sus actividades, un 13% lo aplica a la gestión de sus actividades, un 8,7% incluyen también la gestión contable del proyecto y un 8,7% no sabe o no contesta a la pregunta

Igualmente cuando tenemos en cuenta si los festivales tienen en cuenta aspectos relacionados con la sostenibilidad y la huella ecológica en el diseño y desarrollo de sus actividades, el 65,2% dicen tenerlo presente siempre que sea posible, un 8,7% dicen que no siempre, aunque esto sea posible, un 21,7% dicen que siempre lo tienen en cuenta y hacen que sea posible, y un 4,3% admiten que no tienen en cuenta esta cuestión.

En la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible 2015, la ONU establece la transparencia en la gestión pública como uno de los Objetivos para él...instrumento a implementar en nuestros proyectos?
23 respuestas



Igualmente se insiste en la necesidad de reducir la huella ecológica con cambios en los medios de producción y consumo de bienes y recursos. ¿Tené... aspectos relacionados con esta sostenibilidad?
23 respuestas



Vistos los resultados de los datos que arrojan la encuesta que se ha llevado a cabo con la colaboración de 23 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 pequeños 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 muchas 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.

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.

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 esponsorización.

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 23 iniciativas que recoge este estudio es de 766.000 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 23 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, como pueden ser la venta de entradas.

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 es patente, no programándose durante los meses de diciembre (cierres 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 las 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 desestacionalización 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 buena 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 2023

**FESTIVALES DE
FOTOGRAFIA EN
ESPAÑA**