



Capacitación



Organización de Ferias

Sembrar Cultura

Dirección de Promoción de Cultura en Cercanía
Dirección Provincial de Promoción y Producción Cultural en Territorio
Subsecretaría de Industrias Creativas e Innovación Cultural

INSTITUTO
CULTURAL



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE
BUENOS AIRES

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1

Historia y contexto sociopolítico. Diálogos vecinales y configuración de una red barrial para una cultura viva 3

PRESENTACIÓN	3
SOBRE LA PUESTA EN ESCENA	4
CONCEPTOS CLAVES GLOSARIO.....	5

MÓDULO 2

Gestión organizativa. Convocatoria. Curaduría. Selección de participantes 6

GESTIÓN ORGANIZATIVA.....	7
CONVOCATORIA. CURADURÍA. SELECCIÓN DE PARTICIPANTES.....	7

MÓDULO 3

Difusión. Publicidad y medios de comunicación 8

PROMOCIONAR UN EVENTO ES COMUNICAR ANTES, DURANTE Y DESPUÉS	8
---	---

MÓDULO 4

Puesta en escena. Decisiones estéticas. Equipos de trabajo. Políticas de cuidado del espacio público 9

POLÍTICAS DE CUIDADOS.....	9
----------------------------	---

Este cuadernillo funciona como complemento de la capacitación “Gestión Cultural y Formación para Organización de Ferias”, brindada en el marco del Programa de Formación en Industrias Creativas LAB.IC, del Instituto Cultural de la provincia de Buenos Aires.

Para acceder a estos contenidos, ingresar en:

<https://www.youtube.com/watch?v=NyCz2XX7J7s&list=PLTzRO-Kx1pr04Sjber5p0rHu-v7qpasMI&pp=iAQB>

Historia y contexto sociopolítico. Diálogos vecinales y configuración de una red barrial para una cultura viva

PRESENTACIÓN

En el Barrio Meridiano V de La Plata, se organiza *La Noche de las Ferias*. Cuando en 2018 surgió la posibilidad de unirnos entre cuatro espacios para organizar un evento como este no lo dudamos. Estos espacios autogestivos son protagonistas del cotidiano barrial: Espacio Prisma, Feria Persa, Feria del playón y Escala vagón. Nos reunimos para fortalecer la producción y la circulación de productos y economías alternativas, fomentar el consumo consciente y accesible y, a la vez, ofrecer a la comunidad la posibilidad de disfrutar de diferentes intervenciones artísticas.

La Noche de las Ferias se trata de la **gestión** y la **organización** de dos ediciones anuales de un predio ferial en calles y veredas que contiene más 300 puestos de **productoras y productores de bienes culturales** de la región. Hasta el momento, mayo del 2023, hemos organizado 9 ediciones. Hacemos una edición en marzo, con la impronta de acompañar y promover el movimiento de los feminismos y las disidencias que desde el año 2015 se vienen pronunciando en el país. Nos sentimos interpeladas por este movimiento porque somos cuatro mujeres gestoras culturales. La segunda edición del año es durante diciembre, previo a las fiestas navideñas.

La organización es autogestiva. Ante la disponibilidad y el acceso a los programas de políticas públicas en algunas ocasiones hemos gestionado subsidios que nos permitieron mejorar la infraestructura necesaria para el montaje, la compra de instalaciones, tablonés, caballetes, luces, etc. Además, los subsidios nos han permitido realizar capacitaciones sobre publicidad y venta en ferias para quienes participan y también abiertos a la comunidad. Somos Punto de Cultura Nación y fuimos, en una oportunidad, Festival Argentino.

El objetivo de esta capacitación es compartir los conocimientos que aprendimos a través de nuestra experiencia de gestión.

SOBRE LA PUESTA EN ESCENA

En el marco de una cuadra a la redonda del barrio, ocupando calles y veredas, se disponen más de 300 puestos de productos culturales. No hay puestos gastronómicos ni de reventa. Se disponen, también sobre el espacio público, luces en guirnaldas y banderines, escenarios para recitales, mesas para DJs y stands para la difusión de programas de políticas públicas. Suceden diferentes intervenciones artísticas. Cada edición comienza a las 17 horas y termina a las 23. El equipo de trabajo se encarga del montaje y desmontaje del predio. El desmontaje incluye la limpieza del espacio público porque la organización promueve el cuidado de lo público. Previo a cada edición, las cuatro gestoras culturales trabajan durante dos meses en gestiones, convocatorias, curaduría, selección, formación, etc.



Conceptos claves/Glosario

Territorio: “En realidad, lo que sucede y ha sucedido en la generalidad de los espacios locales del planeta son procesos de reterritorialización ya que, en dichos espacios, por más que retrocedamos en el tiempo, siempre encontramos una población anterior que ha llevado a cabo acciones colectivas territorializadoras. De acuerdo con esto, se entiende aquí por reterritorialización al proceso o conjunto de procesos tendientes a la reconfiguración y la resignificación socio-económica, político-institucional y simbólico-cultural de un determinado territorio; es decir, a su reconstrucción o reestructuración como un nuevo escenario social, ya sea por acción de una población nueva o por efecto de algún cambio en la estructura social de sus habitantes.” Francisco Entrena-Durán. *Migraciones globales y reterritorialización de los espacios locales: una aproximación tridimensional*.

Gestores culturales: Personas con conocimiento especializado en arte, historia, cultura e idiomas, que se dedican a promover, incentivar, diseñar y realizar proyectos culturales y artísticos. Un profesional de la gestión cultural se encarga de mediar entre los creadores de arte y los consumidores culturales. Su función es tener una visión panorámica del sector cultural para poder tomar decisiones que ayuden tanto al desarrollo del trabajo artístico y cultural, como a la conservación y promoción de la cultura a nivel social.



Gestión organizativa. Convocatoria. Curaduría. Selección de participantes

¿Conocen en sus territorios espacios, mercados, ferias que fomenten la economía social? ¿Consumen estos productos? ¿Qué características tienen estos espacios? ¿y sus vendedores?

Desde *La Noche de Las Ferias*, una de las propuestas que pretendemos que se instale en el barrio, en la ciudad y en el territorio es la **economía social**. Nos referimos con ello a **relaciones de producción y distribución que están organizadas por el principio de la solidaridad**. La economía social y solidaria es un conjunto de iniciativas socioeconómicas y culturales que se basa en el trabajo colaborativo de las personas y la propiedad colectiva de los bienes. Busca generar relaciones de solidaridad y confianza, espíritu comunitario y participación en la sociedad, fortaleciendo procesos de integración productiva, de consumo y generando espacios de trabajo.

También, buscamos fomentar el **comercio justo**, que promueve patrones productivos y comerciales responsables y sostenibles, así como oportunidades de desarrollo para los y las pequeños/as productores/as y artesanos/as en desventaja económica y social, respecto a los actores dominantes en el mercado. **El comercio justo es un modelo comercial** que pone en el centro a los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental de las sociedades, dignificando el trabajo, respetando el medio ambiente y fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales.

La feria busca generar un **acceso directo al mercado en condiciones justas y equitativas**, creando un canal de comercialización sostenible, solidario y de calidad, lo más directo posible entre productores/as y consumidores/as. Tiene el ánimo de que se reconozca dignamente el trabajo de los/as productores/as y sus organizaciones, así como que los/as consumidores/as se comprometan con el desarrollo de sus comunidades.

En ese sentido ponemos en valor la producción local, los espacios culturales y comunitarios, las capacitaciones y la sustentabilidad del proyecto, que en definitiva es de todos. Es un proyecto territorial, que busca potenciarse como colectivo y que, a su vez, cada proyecto individual crezca de la mano de los proyectos en general.

GESTIÓN ORGANIZATIVA

Objetivo: para organizar una feria, consideramos importante, en primer lugar, definir un objetivo. Esto permite darle una identidad al evento. En función de nuestra elección, sugerimos tener en cuenta cuáles son las reglamentaciones vigentes en cada lugar y qué autorizaciones se requieren para llevar adelante el evento.

Relaciones: la elección del territorio hace que nos vinculemos de múltiples formas con la vecindad en la que se enmarca y con los diferentes grupos activos en la zona, (culturales, gastronómicos, etc). También, con las instituciones gubernamentales como lo desarrollamos en el módulo anterior. Generar diálogos cordiales con la comunidad toda, informar y anunciar la gestación o la proximidad de un evento, es una responsabilidad de cuidado social. Los participantes, sea el público o los/as emprendedores/as, han de estar informados previamente de la política cultural y los objetivos del evento.

Convocatoria. Curaduría y selección de participantes

La convocatoria, así como la curaduría y la selección de participantes, dependen del objetivo planteado, del territorio y de su capacidad de alojar el evento. Una manera de convocar puede comenzar con la difusión de la fecha del evento a través de los medios disponibles: redes sociales, boca en boca, medios de comunicación, redes pre-existentes, teniendo en cuenta si la feria es local, provincial, nacional o internacional. Luego de ello, si ya se cuenta con un elenco estable de participantes, y lo que se busca es otorgar prioridad a quienes participan habitualmente, son los/as primeros/as en tener la posibilidad de confirmar sus lugares y no requiere curaduría, ya que fue realizada en ediciones anteriores. Una curaduría implica la supervisión de bienes y productos artísticos o culturales, especialmente para su eventual exhibición o venta. Esto determina la selección de participantes.

La convocatoria también incluye la selección de artistas que participarán del evento. Creemos que para el desarrollo económico local, es importante generar estos espacios de trabajo, visibilización de productores/as, artistas, gestores/as culturales, performers, DJs etc. para que crezca una red.

Difusión. Publicidad y medios de comunicación

Promocionar un evento es comunicar antes, durante y después

Uno de los consejos más importantes a resaltar a la hora de promocionar un evento es que la promoción no solo se limita a los días anteriores del evento. Igual de importante que comunicar antes, es comunicar durante y después del mismo. Internet, las nuevas tecnologías y sobre todo las redes sociales nos dan múltiples oportunidades y ventajas que podemos aprovechar. También, todos los medios de comunicación sean gráficos, radiales o televisivos reciben la gacetilla del evento con información y un contacto disponible para entrevistas o lo que proponga cada medio. El evento debe responder al objetivo y al territorio en donde se emplaza; su nombre, desarrollo artístico y político, y su estética es fundamental que sea coherente con lo antes mencionado. Trabajar con profesionales de la gráfica e ilustración, realización visual y fotografía es un buen recurso para aportar desde lo visual a la identidad del evento. Antes de llevar a cabo cualquier acción en redes sociales, debemos de tener muy claro a qué tipo de público va dirigido.

El perfil de personas que acuda depende de la temática del evento. Teniendo esta premisa clara se evalúa qué red social es la más apropiada para promover el evento e invitar a la gente a recomendarlo. Una buena práctica consiste en publicar el programa de la jornada, la grilla de emprendimientos, artistas y DJs, así como las performances del día. Son informaciones valiosas para asistentes y también contribuirá a promocionar el evento (a través de menciones, arrobas, compartir publicaciones).

Con el objetivo de dar a conocer la actividad, una producción audiovisual capta la atención y es un aliado perfecto. Es fácil de compartir y viralizar. (Puede ser de la edición anterior, de la previa, de los emprendimientos). A su vez, transmitir el evento en vivo permite que tenga mayor alcance, aumenta el nivel de interacción y de llegada a más personas.

Otra estrategia de difusión es implementar una campaña promocional paga, escogiendo, según los objetivos, la producción visual sobre la que se realizará la publicidad. Finalmente, crear un vídeo resumen o un posteo de fotos posterior al evento puede mostrar los mejores momentos y crear contenidos de interés.

Puesta en escena. Decisiones estéticas. Equipos de trabajo. Políticas de cuidado del espacio público

¿Qué se considera estética? ¿Cuánto y cómo la decisión estética aporta a la puesta general? ¿Cómo conformar equipos de trabajo? ¿Hablamos del espacio público? ¿Cuáles son los cuidados que tenemos que tener para preservar el espacio público?

POLÍTICAS DE CUIDADOS

Llevar adelante un evento requiere de un conjunto de procedimientos, reglas, normas, acciones y protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo en cualquier actividad. Recomendamos que cada evento, según sus características, pueda definir las ya que son necesarias para su gestión y organización. Es fundamental propiciar las condiciones para que entre participantes primen el compromiso, respeto y solidaridad.

Pensar qué hacer, cómo resolver y dónde ubicar a cada actor/participante del evento es una decisión estética y performática. Enunciar reglas claras y escuchar las sugerencias posteriores al evento son pilares fundamentales.

Posterior al evento, es necesario hacer un análisis, evaluación crítica y compilación de todos los datos económicos, sociales, organizativos, etc. Esa evaluación nos permite no sólo ver los resultados de los objetivos, sino que también se convierte en base de acción para las próximas ediciones.



Sabrina Montoya. Lic en psicología, docente y Gestora Cultural. Formada en Derechos Humanos, Género y Diversidad. Encargada de la feria del Playón, perteneciente al Centro Cultural Estación Provincial desde el año 2011. Forma parte del Centro Cultural y Recreativo Estación Provincial desde el 2015. Miembra Organizadora del Encuentro Nacional de Emprendedores Culturales: MANIJA. Participa de las Capacitaciones de la Red Federal de Ferias y Territorios de Saberes durante la pandemia. Desde 2018 con otras compañeras es gestora y productora del evento “La Noche de las Ferias” que nuclea distintos espacios del barrio Meridiano V en noches de venta de emprendimientos y vida cultural. En Marzo del 2023 participó como colaboradora del Primer Festival Teatro por la identidad, llevado adelante en la Provincia de Santa Cruz.

Andrea Iriart Urruty. Coordina talleres de artes visuales y literatura en el espacio cultural del Grupo La Grieta del cual es integrante, y en colegios de la ciudad de La Plata, desde el año 2018 con otras compañeras es gestora y productora del evento “La Noche de las Ferias” que nuclea distintos espacios del barrio Meridiano V en noches de venta de emprendimientos y vida cultural.. Escenógrafa, lectora, poeta, madre, ama de casa. Se dedica al teatro de papel. Capacitadora en el Taller de Venta en Ferias realizado en el marco de Punto de Cultura



**INSTITUTO
CULTURAL**



**GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE
BUENOS AIRES**