

# Kamera stop?

**Agata Gwizdała:** Spotykamy się tuż po zakończeniu stacjonarnej części 13. edycji festiwalu. Ta zdalna - jeszcze trwa. Jak moglibyście podsumować to, co się wydarzyło?

**Malwina Czajka:** Jesteśmy bardzo zadowoleni. Widzimy znaczący progres i to, że festiwal trafia do kolejnych grup odbiorców. Tych, którzy chcą oglądać filmy, ale też o nich rozmawiać, poznawać różne konteksty branży filmowej. W tym roku na nasz festiwal przyjechało dużo nowych osób, w tym 190 influencerów, znanych wśród kinomanów w każdym wieku.

**Od początku ciągnie się za wami opinia, że to impreza skierowana do hermetycznej społeczności związanej przede wszystkim z krytyką filmową. Czy udało wam się poszerzyć grupę odbiorców o „zwykłego widza”?**

**Przemysław Glajzner:** Tak, bo przede wszystkim jesteśmy festiwalem filmów fabularnych. Prezentujemy filmy pełnometrażowe, premiery i seanse specjalne z najważniejszych festiwali na świecie. I jesteśmy obecnie jedynym festiwalem o takim profilu w Łodzi. W tym kontekście trafiamy do bardzo szerokiego grona kinomanów. Z drugiej strony jednak, żeby wyróżnić się na tle bardzo bogatego rynku festiwalowego w Polsce, odwołujemy się do szeroko rozumianego środowiska filmowego. To tylko akcent, a mimo to Kamera Akcja jest często błędnie odczytywana jako impreza hermetyczna.

**M.C.:** Musimy mieć coś, co będzie tylko nasze - naszą społeczność. Na Kamerę Akcję przyjeżdżają liderzy opinii, jak Kaja Klimek, Grażyna Torbicka, Błażej Hrapkowicz czy Tomasz Raczek. Z drugiej strony są ci, którzy są młodym głosem w mediach filmowych, na przykład twórcy portalu Filmawka. Kamera Akcja nie jest festiwalem dla kół filmoznawczych, jak podczas pierwszych edycji. Teraz jest to po prostu festiwal dla miłośników kina.

**Czujecie, że łąka festiwalu dla krytyków to jest rodzaj piętna?**

**P.G.:** Tak, jeśli w ten sposób patrzą na nas przedstawiciele miasta, którzy decydują o finansowaniu festiwalu. Nie, gdyż podstawą organizacji dużego festiwalu filmowego jest właśnie społeczność, która wokół niego funkcjonuje. My ją mamy. I to jest pierwszy krok do zbudowania czegoś jeszcze większego. Możemy poszerzać program, zdobywać kolejnych odbiorców, nie rezygnując z tego, co jest wpisane w DNA tego festiwalu. Na arenie ogólnopolskiej jesteśmy doceniani.

**Czyli łódzka impreza jest lepiej postrzegana w kraju niż u siebie? Z czego to wynika?**

**P.G.:** Staramy się budować kontakt z naszą społecznością przez cały rok...

**M.C.:** ... ale jest to niewykonalne, bo nie mamy sił, czasu i pieniędzy.

**Przede wszystkim nie ma sił czy może jednak pieniędzy?**

**M.C.:** To jest to samo. Musimy przetrwać od festiwalu do festiwalu. My jako zespół i każde z osobna. A nie utrzymamy zespołu przez cały rok, jeśli nie zaoferujemy im stałych i godnych umów.

**P.G.:** Przecież to raptem pięć, sześć osób na stałe. Bezpośrednio przed festiwalem zespół powiększa się do 15 osób.

**M.C.:** Ci ludzie zaraz po festiwalu wracają do swoich codziennych obowiązków, bo muszą z czegoś żyć. Ostatnio sobie uświadomiliśmy, że jesteśmy jedynym festiwalem w Łodzi, który nie ma odpowiedniego zaplecza – infrastruktury, administracji, techniki, biura. Musimy zatrudnić biuro księgowo za ceny 46 rynkowe, wynajmując komercyjnie biuro, a co roku negocjujemy kwestie przestrzeni festiwalowej – musimy za to wszystko zapłacić.

**P.G.:** Inne festiwale korzystają ze wsparcia instytucji miejskich. Festiwal Komiksu ma EC1, Łódź Design Festival czy Fotofestiwal mają Fabrykę Sztuki, Człowiek w Zagrożeniu ma Muzeum Kinematografii, Łódź Czterech Kultur ma Centrum Dialogu...

### **Jednocześnie mają też wyższe budżety.**

**M.C.:** Festiwal Łódź Czterech Kultur otrzymał w tym roku z budżetu miasta 900 tys. zł (we wcześniejszych latach było więcej), Łódź Design w 2018 roku miał 950 tys. zł, Fotofestiwal w 2023 roku dostanie 850 tys. zł, Igrzyska Wolności otrzymają 650 tys. zł w 2023 i tyle samo w 2024.

### **A Kamera Akcja?**

**P.G.:** W tym roku z miasta – 190 tys. zł bez wieloletniej umowy na organizację festiwalu, jak wiele imprez w Łodzi. Co roku piszemy nowy wniosek, składamy nową ofertę do Wydziału Kultury UMŁ. Warto podkreślić, że wysokość wsparcia miasta ma swoje odzwierciedlenie w dotacjach z Ministerstwa Kultury. Im wyższa kwota z miasta, tym większe dofinansowanie z budżetu centralnego.

**M.C.:** Przypomnijmy festiwale filmowe, których już w Łodzi nie ma. Cinergia w ostatnim roku funkcjonowania, w 2019, otrzymała z miasta milion złotych, Transatlantyk w ostatnim roku, czyli w 2018, miał 3 miliony zł dotacji z miasta...

### **Jak to wygląda na tle innych festiwali filmowych w Polsce?**

**M.C.:** Na przykład Tofifest w Toruniu z miasta dostaje nie mniej niż 500 tys. zł. A w Płocku Big Festivalowski na pierwszą edycję dostał 250 tys. zł.

**P.G.:** Wymieńmy festiwal, który nie ponosi kosztów licencyjnych związanych z pokazywaniem głośnych premierowych tytułów – warszawskie Cinemaforum otrzymuje 280 tys. zł miejskiej dotacji.

**M.C.:** To jest festiwal krótkich metraży. A my, będąc festiwalem filmów fabularnych, wciąż słyszymy z miasta jeden argument: że jesteśmy niszowi.

### **Może decydując chodzi o gwiazdy, ekwiwalent reklamowy i czerwony dywan?**

**M.C.:** Po co się robi wydarzenie kulturalne? Żeby przyjechała gwiazda, przeszła się po czerwonym dywanie i zostały po niej zdjęcia w gazecie i w internecie? A może po to, żeby takie wydarzenie było punktem wyjścia do eksploracji miasta, żeby ludzie odkryli jego atmosferę? My właśnie to robimy, tworzymy atmosferę i przyciągamy kinomanów do Łodzi. Przez ostatnie cztery dni słuchaliśmy, jak ludzie odkrywają Łódź, opowiadają, gdzie byli i co widzieli. I mówią, że przyjeżdżają tu specjalnie na Festiwal Kamera Akcja.

### **Dlaczego to nie przekonuje tych, od których zależą decyzje finansowe?**

**P.G.:** Z dyrektorem Wydziału Kultury Jackiem Grudniem, z samym wydziałem bardzo dobrze nam się współpracuje, oni rozumieją nasze potrzeby, ale nie mogą wywalczyć większego budżetu. Z kolei w Łódzkim Centrum Wydarzeń, gdzie możliwe są większe budżety na imprezy, ciągle słyszymy, że jesteśmy niszowi.

**M.C.:** A może to jest nasz „problem”. Transparentność. Jeżeli idziemy do miasta i prowadzimy rozmowy, chcemy mieć konkretną, transparentną umowę.

### **ŁCW wymaga sporego ekwiwalentu reklamowego. Jaki jest wasz?**

**P.G.:** Według Press Service kształtuje się na poziomie 1,5 mln zł. Wypracowujemy to metodą PR-ową, nie płacimy, nie kupujemy promocji.

**M.C.:** Organizatorzy znaczących festiwali filmowych w kraju, z którymi współpracujemy, nie mogą uwierzyć, że udaje nam się wygenerować tak wysoki ekwiwalent wobec tak małego budżetu.

### **Jako festiwal filmów fabularnych w Mieście Filmu UNESCO zostaliście sami na placu boju, może warto zagrać va banque?**

**M.C.:** Sami nie lubimy być stawiani pod ścianą, więc innym też nie chcemy tego robić. A poza tym czy ktoś się przejmie, gdy powiemy, że w przyszłym roku festiwalu nie zrobimy? Przez 13 lat nie czuliśmy, że jesteśmy w tym mieście jakoś szczególnie ważni.

### **To po co to robicie?**

**P.G.:** Bo to jest nasza pasja. Ale od dwóch lat się zastanawiamy. Byliśmy bliscy decyzji o zaprzestaniu organizacji Kamery Akcji.

### **Co przeważało?**

**M.C.:** Hm... to trudne pytanie, bo tak naprawdę decydują milimetry w jedną albo w drugą stronę. Dosłownie milimetry.

**P.G.:** Powiedzmy otwarcie: to, jaką mamy opinię w środowisku filmowym w Polsce, jakich mamy widzów, sprawia, że Kamera Akcja nie jest związana z Łodzią tak silnie, jak mogłoby się wydawać. Gdyby festiwal odbywał się w innym mieście, nie stracilibyśmy naszej społeczności.

### **Bierzecie to pod uwagę?**

**P.G.:** Zmiana miejsca nie zaszkodziłaby festiwalowi.

**M.C.:** Ale serce by nam pękło, bo tu jesteśmy od początku, od zawsze z Uniwersytetem Łódzkim.

### **To jakie dofinansowanie by was satysfakcjonowało?**

**M.C.:** Realna kwota to 800 tys. zł.

### **I wieloletnia umowa?**

**P.G.:** Tak, na trzy lata. Dopiero wtedy będziemy mogli w pełni się rozwinąć. Ta kwota nie robi specjalnego wrażenia, bo władze Łodzi już nie raz udowodniły, że są to pieniądze, które bez obaw

można przekazać chociażby na dopiero startujące imprezy. Na przykład na głośny festiwal Great September, który otrzymał 1,25 mln zł. Głośny przez to, że nie udało się go zorganizować na czas, ze stratą dla wizerunku miasta.

**Ogłosiliście już datę 14. edycji Festiwalu Kamera Akcja w Łodzi, choć nie wiecie, jakie będzie dofinansowanie w przyszłym roku. Walczycie dalej?**

**M.C.:** Robimy to dla naszych widzów. Oni chcą wpisać tę datę w swoje kalendarze.

**Możliwe, że będą ją musieli wykreślić?**

**M.C.:** Możliwe. Zrobimy wszystko, aby tak nie było - dla naszych odbiorców.