

TRABAJO FIN DE GRADO



Facultat de Ciències Jurídiques
i Econòmiques · FCJE

Festivales y eventos musicales del
interior de la provincia de
Castellón

Autora: Josilaine Christine de Oliveira Vicente

Tutor: Francisco Javier Ginés Sánchez

Grado en Turismo

Curso académico 2016-2017

Índice

RESUMEN.....	1
1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL PROYECTO	2
2. TERMINOLOGÍA	3
2.1 EL TÉRMINO FESTIVAL.....	3
2.2 TIPOS DE FESTIVALES	4
2.2.1. FESTIVALES MUSICALES.....	6
2.3 TURISMO CULTURAL.....	8
2.3.1 TURISMO DE FESTIVALES.....	9
3. OFERTA Y DEMANDA DE FESTIVALES.....	10
3.1 DEMANDA DE FESTIVALES MUSICALES.....	10
3.2 OFERTA DE FESTIVALES MUSICALES.....	12
3.3 FESTIVALES MUSICALES EN LA PROVINCIA DE CASTELLÓN.....	14
4. EL ESPACIO RURAL	15
4.1 PROBLEMAS DE LA RURALIDAD	15
4.2 TURISMO RURAL.....	18
5. METODOLOGÍA	19
5.1 EXPLICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	20
5.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	20
5.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	20
5.4 FUENTES DE DATOS	20
5.4.1 LOS PARTICIPANTES	21
5.5 RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	21
6. LOS FESTIVALES ESTUDIADOS	22
6.1 HISTORIA DE LOS FESTIVALES DE LA INVESTIGACIÓN	22
6.1.1 APLEC DELS PORTS.....	22
6.1.2 FESLLOCH.....	23

6.1.3 APLEC DEL PENYAGOLOSA	24
6.2 CARACTERÍSTICAS.....	24
7. IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS: ESTUDIOS DE CASO	26
7.1 IMPACTO ECONÓMICO PERCIBIDO	27
7.1.1 BENEFICIO DIRECTO.....	27
7.1.2 BENEFICIO INDIRECTO	29
7.1.3 BENEFICIO INDUCIDO	29
7.2 IMPACTO SOCIAL.....	30
7.2.1 REPERCUSIONES SOCIALES E INTERACCIÓN SOCIAL.....	31
7.2.2 PERCEPCIÓN SOCIAL Y RESPUESTA DE LA POBLACIÓN.....	32
7.2.3 VALOR CULTURAL AÑADIDO.....	33
7.2.4 IMPACTO FESTIVALERO Y LAS DIFERENCIAS ENTRE GRUPOS	34
7.3 IMPLICACIÓN DE LOS GOBIERNOS.....	35
7.3.1 LAS MARCAS TURÍSTICAS DE FESTIVALES EXISTENTES.....	37
8. CONCLUSIONES	38
9. BIBLIOGRAFÍA.....	40
10. ANEXOS.....	44
ANEXO 1: Hábitos de los asistentes a festivales de música en España [Infografía]	44
ANEXO 2: Festivales de música en Castellón.....	45
ANEXO 3: Entrevistas	49

RESUMEN

En este trabajo final de grado se evaluarán principalmente los beneficios sociales, a partir de los discursos de los organizadores de tres festivales de música del interior de la provincia de Castellón: el festival de música Feslloch, que se realiza en Benlloch; el Aplec dels Ports, que tiene lugar en la comarca dels Ports y el Aplec del Penyagolosa que se realiza en los municipios cercanos al Penyagolosa. En un segundo plano se indicará de manera breve el beneficio económico que comportan para el territorio.

En la primera parte del trabajo (apartado 2) se explica el término *festival* y todo lo que le envuelve. A continuación se analiza la oferta y demanda nacional de festivales de música y se da a conocer el panorama actual de los festivales de música en la provincia de Castellón.

En el apartado cuatro se detalla los problemas del espacio rural, ya que estos festivales tienen lugar en municipios del interior de la provincia, y se explica también el tipo de turismo que se lleva a cabo en estos territorios.

Seguidamente se presenta la metodología que se va a utilizar para realizar el trabajo, detallando los perfiles de los entrevistados.

En el sexto apartado se expone la historia de los festivales del estudio junto a sus características.

El impacto socioeconómico se observa en el apartado séptimo, explicando en cada subapartado lo que ocurre en cada festival y las acciones que los gobiernos realizan para dar soporte a estos festivales. Para acabar, se establecen las conclusiones del trabajo que se ha desarrollado y las posibles propuestas para llevar a cabo en un futuro.

Los últimos dos apartados están destinados para indicar la bibliografía utilizada y los anexos. En los anexos encontramos una infografía sobre el perfil del turista de festivales, el inventario realizado sobre los festivales de música de la provincia de Castellón y las entrevistas realizadas.

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL PROYECTO

Actualmente estamos ante un fenómeno que podemos llamar “el fenómeno festival”. Los festivales de música están en auge y eso significa que cientos de personas se mueven por la geografía en busca de un festival de música que se adapte a sus necesidades culturales y de socialización.

España es un país que cuenta actualmente con más de 800 festivales de música de cualquier tipo. En la provincia de Castellón se encuentran los tres de los cinco festivales de música con más asistentes a nivel nacional, por lo que no es de extrañar que se hayan creado proyectos para promocionarlos a nivel internacional.

Sin embargo, la provincia de Castellón cuenta con muchos otros tipos de eventos musicales con menos visitantes pero que tienen un carácter más reivindicativo y son reconocidos por toda la geografía valenciana.

La elección del tema: festivales y eventos musicales del interior de la provincia de Castellón, se basa en la curiosidad que tengo en los festivales de música que se crean a base de una ideología y de una reivindicación, con un propósito divulgativo e informativo, y no busca el beneficio económico, sino que quieren enseñar al mundo sus historias, tradiciones y cultura.

Por lo tanto, el objetivo principal de este estudio es evaluar los impactos sociales a partir de la discusión subjetiva de los organizadores de tres festivales del interior de la provincia de Castellón, y en segundo plano analizar ligeramente los impactos económicos.

Por otro lado, se investigará las características comunes y destacables de éstos, su trayectoria y por qué se realizan.

Para ello se investigarán los siguientes festivales de interior: el *Feslloch*, el *Aplec dels Ports* y el *Aplec del Penyagolosa*, sobre temas como los visitantes, los tipos de beneficios que generan, y cómo repercuten estos festivales en los municipios, así como también los pros y los contras a la hora de realizar estos festivales de interior.

La metodología a seguir para conseguir el objetivo principal es realizar cuatro entrevistas, uno a cada organización y otra a un grupo de música que ha actuado en los tres escenarios, para poder conocer de primera mano ese impacto social que causan estos festivales. También se les preguntará por temas económicos, para así poder aproximarse al impacto económico que tiene; y por temas ideológicos, conociendo así el por qué se realizan este tipo de eventos en nuestras tierras.

2. TERMINOLOGÍA

2.1 EL TÉRMINO FESTIVAL

El término festival es un concepto en el que casi todos tenemos una imagen diseñada, es decir, cuando decimos festival pensamos en un espectáculo musical multitudinario de varios días en el que los jóvenes van para disfrutar de conciertos al aire libre. Pero también esta palabra puede abarcar muchos más significados, por ello se presentan a continuación algunas de las definiciones de este término:

- La palabra procede del latín *festivus* que significa festividad o fiesta, “pero en el sentido de gran acontecimiento artístico de periodicidad anual deberá esperarse a la Inglaterra de inicios del siglo XVIII, con la puesta en marcha del *Three Choirs Festival*” (Lluís Bonet, 2011).
- Está definida (Diccionario de la lengua española, 2017) como “Fiesta, especialmente musical” y como “Conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte.”
- Mientras que el diccionario VOX (2017) lo define como “Conjunto de actuaciones o representaciones dedicadas a un arte o a un artista que tienen lugar en un período determinado, a veces con carácter de competición: festival de cine de Mar del Plata”.

Según Lluís Bonet (2011), hay un sinfín de eventos llamados festival y por esta razón es difícil definirlo en un solo concepto. Para este autor, que un acontecimiento sea denominado “festival artístico” tendría que ofrecer una programación artística singular, que todo el mundo pueda disfrutarlo, tener una periodicidad en el tiempo pero que tenga una duración limitada y que sea reconocido por un nombre de marca específico.

Por lo tanto, si tuviéramos que dar una definición aproximada del término, podríamos decir que un festival es un acontecimiento que dura entre uno o varios días, en un emplazamiento privilegiado y acomodado para ese evento, en el que cientos y miles de personas pasarán por él para disfrutar de diversas actividades relacionadas con la temática del festival. Por lo tanto, tenemos que tener en cuenta que estos tipos de evento son un buen reclamo turístico para el lugar que lo acoge, ya que ofrece puestos de trabajo, favorece a los comercios locales y da a conocer al visitante sobre la historia y cultura del lugar.

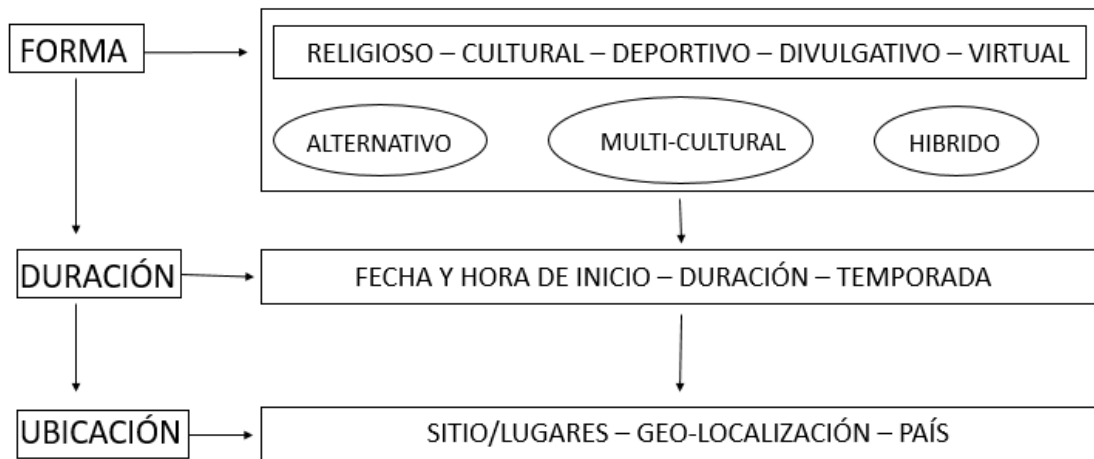
Después de analizar la terminología, podemos observar que puede haber muchos tipos de festivales, los cuales vamos a clasificar a diferenciar a continuación y los clasificaremos según su tipología.

2.2 TIPOS DE FESTIVALES

Como se ha dicho anteriormente, los festivales culturales tienen una diversidad muy amplia y eso es lo que les hace atractivos ya que hay un festival para cada estilo de persona. Diferentes instituciones e investigadores separan los festivales según unas características u otras. Por ejemplo, la UNESCO (2009) (ver Figura 1) explica que los tipos de festivales vienen determinados según su forma (religioso, cultural, deportivo, etc.), la duración y la ubicación del festival.

Figura 1: Tipos de festivales. Fuente: Leo Jago y Kristina McArdle (1999)

FESTIVAL



Otro ejemplo es el de Lluís Bonet (2011), que distingue cuatro factores claves que, junto a otros elementos externos, conforman la tipología de un festival (ver Figura 2): el territorio, la institucionalidad, el presupuesto y el proyecto artístico.

Figura 2: Combinación de factores para una tipología de festivales. Fuente: Lluís Bonet (2011)



Podemos ver que ambos tienen en común la ubicación o territorio y la forma o el proyecto artístico. Con estas dos variables podemos diferenciar si el festival está en un territorio conocido, como grandes ciudades, o si son creados para dinamizar pequeños pueblos y así mejorar la economía local. En cuanto al proyecto artístico o la forma, podemos decir que es el estilo del festival, si es religioso, cultural, deportivo, de divulgación o virtual; pudiendo ser también alternativo, multicultural o híbrido. La UNESCO divide los festivales según su duración en el tiempo, ya que puede haber festivales de un día o de varios. Mientras que los otros factores de Lluís Bonet son la institucionalidad y el presupuesto. Con estos dos elementos podemos diferenciar si un festival es de titularidad pública, es decir, que la mayor parte de la gestión y financiación es pública, o privada (empresas privadas). La titularidad es algo que determinará el presupuesto de un festival, ya que las instituciones públicas tienen un presupuesto determinado para la creación de estos tipos de eventos y las empresas privadas cuentan con patrocinadores y sponsors.

Como este trabajo es sobre los festivales musicales, los cuales están dentro de los festivales culturales, nos centraremos más en esta tipología, es decir, según su forma o proyecto artístico:

- Festivales de audiovisuales. Según Alba Colombo (2010) estos festivales eran de los que más peso tenían en nuestro país, con alrededor de 203 festivales en toda España. En esta tipología, destacamos los festivales de cine y los festivales de cortometrajes.
- Festivales de teatro. Estos festivales se caracterizan por realizar varias actuaciones teatrales utilizando espacios privilegiados como el Corral de Comedias de Alcalá de Henares o el teatro romano de Mérida.
- Festivales de danza. Son “muestras estacionales de danza y artes escénicas destinadas a la exhibición y difusión de la danza abiertas a todo tipo de público.” (Danza.es, 2017)
- Festivales de literatura. Son el encuentro entre escritores y lectores de todo tipo o de un género en concreto. Se realizan tanto charlas y conferencias, así como presentaciones de libros, concursos y muchas otras actividades.
- Festivales de arte. Es uno de los festivales más divergente que existe. Puede ser varios grafiteros pintando las calles, museos abiertos por las noches, galerías de arte promocionando nuevos artistas o también juntar exposiciones de arte con música. (Laura Montero, s. f.).
- Festivales de música. En este es en el que nos vamos a centrar más en el siguiente punto, ya que el estudio se basa en este tipo.

2.2.1. FESTIVALES MUSICALES

Podemos definir un festival de música como un evento en el que se ofrece varios conciertos musicales en un tiempo determinado (de un día a una semana) y en un lugar en concreto. Estos conciertos son complementados con otras actividades de ocio o educativos-divulgativos, los cuales dan un valor añadido al festival, pues los visitantes pueden hacer muchas más cosas.

Muchos investigadores han creado su propia tipología de festivales musicales, pero para este trabajo se ha escogido el mismo que ha escogido Laura Pérez Platero (2016) basado en el estudio de Iván Orosa Paleo y Nachoem M. Wijnberg (2006):

1. El carácter distingue entre los festivales competitivos y no competitivos. En el caso de los festivales competitivos, las bandas compiten entre sí para ser escogidos ganadores por un jurado o por el propio público. En el segundo caso las bandas no compiten.

2. El propósito distingue entre si el festival es concebido para obtener un beneficio o no.
3. El rango se refiere a la composición de la audiencia que asiste al evento. Un festival con un rango ancho sería más popular, mientras que un festival de rango estrecho iría dirigido a un mercado más pequeño.
4. Formato; puede darse el caso de que el festival presente solo actividades musicales o que sea multidisciplinar, abarcando otro tipo de productos o actividades culturales como teatro, cabaret, baile, comedia...
5. El grado de institucionalización relaciona las conexiones entre el festival y los proveedores tales como sellos discográficos, agentes, artistas y patrocinadores, incluyendo televisión, radio, revistas y sitios Web.
6. Grado de innovación; Algunos festivales optan por nuevas formas artísticas, proporcionando un producto experimental.
7. El alcance se refiere al área espacial que abarcan los participantes, si es local, regional, nacional o internacional. Ciertos festivales presentan talentos únicamente locales o regionales, mientras que en otros se presentan artistas de todo el mundo.

Tabla 1: Taxonomía de los festivales musicales. Fuente: Iván Orosa Paleo y Nachoem M. Wijnberg (2006)

Carácter	Competitivo	No competitivo
Propósito	Para obtener un beneficio	Sin obtener un beneficio
Rango	Ancho	Enfocado
Formato	Únicamente musical	Multidisciplinar
Grado de institucionalización	Alto	Bajo
Grado de innovación	Alto	No innovador
Alcance	Local- Regional- Nacional	Internacional

En la provincia de Castellón podemos encontrar festivales de todo tipo, pero los que tienen más éxito en nuestras fronteras son los no competitivos, que buscan obtener un beneficio, con una audiencia muy alta, multidisciplinarios con actividades de ocio, con un alto grado de institucionalización, no muy innovadores y de alcance internacional. Aunque los eventos que se estudian en este trabajo se pueden clasificar como festivales no competitivos, que no buscan obtener un beneficio económico, con una audiencia media-baja, multidisciplinarios con actividades culturales y de ocio, un bajo grado de institucionalización, no muy innovadores y de alcance regional.

2.3 TURISMO CULTURAL

Como se ha comentado anteriormente, un festival de música está dentro de eventos culturales por su carácter cultural como es la música. Lluís Bonet (2011) explica que estos eventos son casi la única forma para muchos espectadores de ver espectáculos culturales. Esto se consigue con festivales de bajo presupuesto en zonas rurales o en ubicaciones muy específicas en las grandes ciudades. En ese mismo trabajo, cita a Josep M. Busquets que comenta que “si en un festival asiste una estrella o gran icono arrastras a mucha gente, pero culturalmente no aportas mucho. Aunque el favorecer la accesibilidad de nuevos públicos, de gente que tras actividades de menor calado no logran interesar; que conozcan el entorno del festival, aporta de por si valor”.

Pero ¿qué ha hecho que este tipo de turismo esté en auge en los últimos años? Como ya se sabe, el turismo de España se define desde hace muchos años como turismo de sol y playa por excelencia en Europa. Pero este reclamo turístico ya ha llegado a su punto álgido y ahora se busca otras alternativas a este tipo de turismo explotado.

Así pues el turismo cultural está cobrando cada vez más importancia en el territorio español. Pero, ¿qué es el turismo cultural? La Asociación Europea para la Educación en Turismo y en ocio (ATLAS), a partir de Greg Richards (1996), lo definió como “un movimiento temporal, hacia una atracción localizada fuera de su área de residencia habitual, con el objetivo de satisfacer necesidades de índole cultural”. Este tipo de turismo, que satisface una necesidad de tipo cultural, ha conseguido ser la segunda motivación más importante a la hora de elegir un destino para las vacaciones (Eurostat, 2011).

En el Anuario de Estadísticas Culturales del 2016 podemos ver que el “17,8% de los viajes realizados por los residentes en España en 2015 por ocio, recreo o vacaciones fueron iniciados principalmente por motivos culturales, concretamente 14,3 millones de viajes. A ello han de añadirse las entradas de turistas internacionales que son realizadas principalmente por motivos culturales, 7,2 millones en 2015, cifra que supone el 12,4% del total de viajes realizados por ocio, recreo o vacaciones de este colectivo. (Subdirección General de Estadística y Estudios, 2016)

Si analizamos los datos de la Comunidad Valenciana, podemos observar que las actividades culturales son las terceras más habituales, después de las relacionadas con el sol y la playa y compras. Estas actividades son: actividades culturales (12,5 %), visitas culturales (9,7 %), espectáculos culturales (6,4%) y otras actividades culturales (3,5%). Con estos datos, podemos decir que solo un 6,4% de todos los visitantes a la comunidad

en el pasado 2015 fueron para disfrutar de espectáculos culturales, donde se incluirían los festivales artísticos de todo tipo. (IET, 2015).

2.3.1 TURISMO DE FESTIVALES

Con las cifras indicadas en el apartado anterior, ¿se podría decir que hay una especie de turismo de festivales en auge? La verdad es que sí, puesto que el 6,4% de todos los visitantes a la Comunidad Valenciana, lo hicieron para disfrutar de espectáculos culturales. Por ejemplo, los macros festivales tienen una gran afluencia de espectadores que viajan solamente para disfrutar del festival y su entorno. Podemos ver que el Arenal Sound en su pasada edición contó con el paso de 300.000 *sounders*, posicionándose como el festival con más asistentes en España. (Teresa Vallbona, 2017)

¿Pero qué es lo que hace que un festival tenga tanto éxito? “La combinación de ocio, libertad, cierto grado de aventura, contacto con amigos, estancia en una ciudad desconocida y horarios extremos complementan la oferta musical que atrae a cada persona a su festival. [...] Pero es que un festival no es solo música. De ahí su atractivo.” (Héctor Fouce, 2009)

Teresa Vallbona (2017) hizo una encuesta para ver el por qué triunfan tanto los festivales y encontramos respuestas como el de Jokin Zamarbide, de In&Out (empresa que organiza conciertos, eventos culturales y el Festival Tres Sesenta): “Un festival tiene muchos atractivos: es un punto de encuentro, de intercambio de conocimientos, e integra otras propuestas culturales, gastronómicas y turísticas”. Alfonso López, de Producciones Malvhadas, comenta que “Su auge se debe al creciente interés por la música en directo, en un entorno de ocio y diversión. El público no solo busca la experiencia musical, y aunque es cierto que hay una gran oferta, serán los festivaleros los que marquen la durabilidad de cada uno. Tenemos que proporcionar al público un cartel y una oferta complementaria que marquen la diferencia”.

Podemos decir pues, que los festivales de por sí tienen su propio tirón puesto que genera una gran concurrencia de personas, que hasta incluso se puede ver como una “peregrinación” ya que implica una visita a un sitio sagrado o especial, (Laura Pérez Platero, 2016), pero que también hace falta una oferta complementaria muy importante que fomente la socialización de los asistentes. Por lo que podemos hablar también de una parte experiencial muy importante, ya que no solo importa la música y los visitantes cada vez son más exigentes a la hora de escoger un festival que satisfaga todas sus necesidades.

El turismo experiencial está poco a poco ganando terreno, pues como hemos mencionado antes, ya no sirve solamente ofrecer música. Los visitantes quieren vivir

historias, quieren formar parte del festival, quieren ser igual de importantes que los propios artistas. Para eso, los festivales tienen muchas otras actividades que combinan bien con la música. Si nos fijamos en los grandes festivales, tenemos el claro ejemplo del Rototom, que tiene conferencias, exposiciones de arte, un mercadillo, espectáculos familiares, un circo, zonas para enseñar la importancia del desarrollo sostenible y la ecología, foros dedicados a la cultura e historia del reggae y también de la cultura africana. Por eso mismo no es de extrañar que este festival haya recibido galardones en los Premios Fest (reconocimiento español dedicado solamente a los festivales de música) como el mejor festival sostenible, el que tenía mejores actividades paralelas y el que tiene mejor zona de acampada (Premios Fest, 2016). En los festivales que se va a analizar, podemos encontrarnos con actividades como presentaciones de libros, mesas redondas, actividades deportivas como rutas senderistas, de MTB y actividades para toda la familia.

Con este abanico de actividades, el visitante genera experiencias y se siente como un ciudadano del municipio, conoce la historia y se interesa más por los orígenes y la cultura del lugar. Por lo que un festival sin algo más que ofrecer al visitante, suele no gustar mucho al público.

3. OFERTA Y DEMANDA DE FESTIVALES

En el siguiente apartado se mostrará la oferta y demanda de festivales en España indicando aproximadamente el perfil del visitante que consume este tipo de producto. Seguidamente se centrará en los festivales de la provincia, donde se incluirá una lista con los festivales programados para este 2017 y los que se realizaron en el 2016 pero que todavía no tienen fecha para este año.

3.1 DEMANDA DE FESTIVALES MUSICALES

Como hemos podido observar en el apartado anterior, el turismo de festivales está en auge y es bastante importante para el territorio en el que estamos, ya que este tipo de turismo es una buena oferta complementaria para el turismo de sol y playa ya masificado y explotado hasta sus límites.

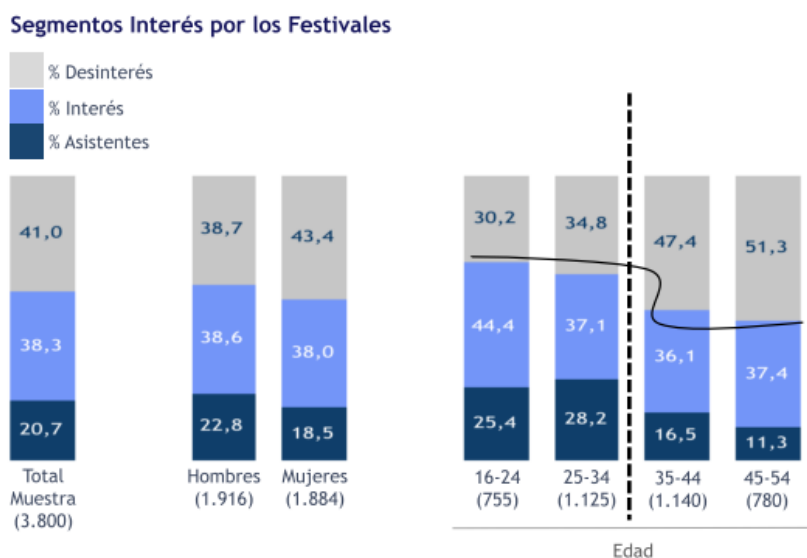
“Así pues, la celebración de este tipo de eventos culturales puede ser el factor determinante en la elección de dicho destino, ya que, bien por el atractivo del festival en sí mismo, bien por el hecho de servir de complemento a la oferta genérica del destino turístico considerado, se estará en condiciones de dar satisfacción a las expectativas de unos turistas, que cada vez se muestran más exigentes, que están mejor informados y

que son concededores de las diferentes posibilidades que les presentan destinos turísticos alternativos.” (Antonio García Sánchez y Francisco Javier Albuquerque García, 2003)

Hay diversos estudios que determinan esa demanda de festivales, qué es lo que les interesa de estos festivales y cuál es el perfil de los asistentes. En el estudio sobre los festivales en España (BIME, 2013) se puede observar que el 60% de los españoles entre los 16 y 54 años han acudido o tienen interés en acudir a algún festival, eso supone unos 10 millones de personas han pasado por algún festival o están dispuestas a acudir alguna vez en su vida.

Si desglosamos los datos (ver Gráfica 1) según el sexo y la edad, hay un 23% de hombres y un 18,5% de mujeres que han acudido alguna vez a un festival de música, y el 53,6% de los asistentes tenían edades entre 16 y 34 años. Mientras que el interés de asistir a un festival es bastante equilibrado entre hombres y mujeres (38,6% hombres y 38% mujeres), y si lo miramos desde el punto de vista de la edad, el interés es mayor en las personas con edades comprendidas entre los 16 y 24 años (44,4%).

Gráfico 1: Segmentos Interés por los Festivales. Fuente: (BIME, 2013)



Las motivaciones para asistir a un festival son diversas, entre el cartel del festival, el poder ir con los amigos hasta el precio del festival. En un estudio realizado por Ticketea (2015) (ver Anexo 1) se puede observar que el 54,78% asiste a los festivales para poder ver sus grupos de música favoritos, mientras que solo el 12% va a descubrir grupos de música nuevos. Si las motivaciones se puntúan de 1 a 5, lo más importante es el cartel del festival (4,49 puntos), seguido de poder disfrutarlo con los amigos (4,04 puntos) y en tercer lugar la experiencia (3,85 puntos).

Si nos centramos en el perfil del turista que asiste a festivales musicales, encontramos a un público joven con poca capacidad adquisitiva. “El 72,8% de los encuestados de hasta 25 años no tiene ingresos o cobra menos de 500€ al mes. Para este grupo, el gasto diario en la localidad es menor de 20€ en el 70% de los casos. En los mayores de 25 años los datos se invierten: el 60% de los encuestados cobra más de 1.000 € y su gasto diario en la localidad es de más de 40€ en el 25% de los casos” (APM, 2015). Son mayoritariamente jóvenes nacionales que viajan en coche (el 43,10 % de jóvenes menores de 25 años y el 71,40% de los jóvenes mayores de 25 años) o en autobús (el 35,80 % de jóvenes menores de 25 años y el 09,70% de los jóvenes mayores de 25 años), y se alojan en el camping de la organización (el 80,60% de los jóvenes menos de 25 años) o en apartamentos u hoteles cercanos al festival (56,30%).

De normal, estos turistas no suelen gastar dinero fuera del recinto, como mucho para ir a los supermercados próximos, farmacias o restaurantes que tengan un menú asequible, ya que dentro del camping no pueden hacer fuego para cocinar. También es raro que consuman algún recurso turístico, solo si es su primera vez en el lugar y viene desde lejos, ya que su objetivo principal es acudir al festival y no hacer una visita a la zona.

Aunque parezca que el gasto individual de cada turista es poco, como los asistentes suelen ser el doble que la población de la localidad, en el cómputo general sí que se puede observar que hacen un gasto importante para la economía del municipio.

3.2 OFERTA DE FESTIVALES MUSICALES

España es uno de los países europeos con más festivales con una orientación artística tiene en toda Europa. Según Dorota Ilczuk y Magdalena Kulikowska (2007), España era el segundo país europeo con más festivales (alrededor de 700 festivales), después de Francia que contaba con unos 1.000 festivales. Declaraciones como las de Aitor Moruyón, responsable de comunicación de Ticketea, en el programa de radio “Marca España¹” el pasado 19/05, nos dan a entender que actualmente España es el país con más festivales en toda Europa. “España es sin duda el país de los festivales. Y sí que es verdad que en otros países de Europa hay grandes festivales, muy famosos y probablemente mucho más famosos de los que tenemos en España, ¿qué te voy a decir de Glastonbury, por ejemplo? Pero sí que es verdad que nosotros podemos ser la

¹ Programa de radio Marca España- España es el país con más festivales de música del 19/05/17. Disponible en <http://www.rtve.es/alacarta/audios/marca-espana/marca-espana-espana-pais-mas-festivales-musica-19-05-17/4026131/> [Página visitada el día 20/05/2017]

locomotora o podemos ser la punta de lanza del mercado de los festivales de música en Europa sin lugar a dudas.”

Gerardo Cartón, autor del libro “Manual del perfecto festivalero”, también confirma en una entrevista realizada por Efetur (Beatriz Mapelli, 2015), que España es uno de los países con más festivales en el mundo. “Somos el país del mundo con más festivales, no hay ninguno que tenga más festivales que nosotros. Esto es buenísimo, ayuda mucho al turismo y es una gran fuente de ingresos para el país.”

En un estudio realizado por GoEuro (2016) “Los 100 mejores festivales de Europa 2016”, España se encuentra en la segunda posición con 13 festivales de música que se consideran los mejores de Europa y en primer lugar encontramos al Reino Unido con 20 festivales. De estos 13 festivales, tres son de Cataluña y 3 son de la Comunidad Valenciana (Arenal Sound en Burriana, FIB en Benicàssim y el Low Festival en Benidorm). Después de estos dos países, los demás tienen menos de 10 festivales importantes a nivel europeo, como puede ser Bélgica con 9 festivales, Portugal con 5 o Suecia con 2.

En el 2015 España contaba con 851 festivales y 119 festivales y concursos de jazz (festivales que están recogidos en el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte), de los cuales 81 y 11 eran en la comunidad valenciana, siendo ésta la cuarta comunidad autónoma con más festivales de España.

Gráfico 2: Geografía de los 851 festivales. Fuente: Anuario de la música en vivo (2017) a partir de Anuario de Estadísticas Culturales, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2016)

Geografía de los 851 festivales

Distribución geográfica de los festivales en España en 2015

Por Comunidad, al detalle



Pero si observamos los festivales con más asistentes, tres de los cinco festivales más multitudinarios se realizan en la Comunidad Valenciana, concretamente en Burriana y en Benicàssim.

Gráfico 3: Top 5 festivales por número de asistentes. Fuente: APM (2017)

Nº	FESTIVAL	ASISTENTES	DURACIÓN	CIUDAD
1º	ARENAL SOUND	300.000	6 DÍAS	BURRIANA
2º	ROTOTOM SUNSPLASH	250.000	8 DÍAS	BENICÀSSIM
3º	PRIMAVERA SOUND	207.500	5 DÍAS	BARCELONA
4º	VIÑA ROCK	200.00	3 DÍAS	VILLAROBLEDO
5º	FIB	170.000	4 DÍAS	BENICÀSSIM

¿Pero qué tamaño tienen estos festivales? En el último estudio de Ticketea (2017), hay 50 festivales de música que tienen entre 15.000 hasta más de 200.000 espectadores. Solo cuatro festivales tuvieron más de 200.000 espectadores en el pasado año (Arenal Sound, Rototom Sunsplash, Primavera Sound y Viña Rock). 9 festivales tienen entre los 100.000 y 200.000 espectadores, 12 festivales entre los 50.000 y 100.000 asistentes y, por último, 25 festivales entre 15.000 y 50.000 espectadores. Esto hace que en España, durante la época de los festivales mayoritariamente en verano, haya un flujo enorme de personas viajando de un lado a otro por el país para disfrutar de este tipo de turismo.

3.3 FESTIVALES MUSICALES EN LA PROVINCIA DE CASTELLÓN

Como el estudio se centra en los festivales de música, se ha realizado un inventario con los festivales que tienen lugar en la provincia de Castellón (ver Anexo 2). En dicho inventario se puede encontrar información como el nombre del festival, cuándo y dónde se realiza, el estilo de música y el precio de la entrada.

La provincia de Castellón cuenta con un total de 42 festivales musicales realizados en el 2016 y con fechas para el 2017, la mayoría para los meses veraniegos.

En el gráfico de abajo (ver Gráfico 4) encontramos 20 festivales musicales, es decir, el 48% tienen lugar en los meses de julio y agosto, y el 28% (12 festivales) se realizan entre los meses de abril, mayo y junio. Por lo que podemos deducir que el 76% de los festivales se celebran entre los meses de primavera y verano. A pesar de esto, en todos los meses del año podemos disfrutar de al menos un festival en la provincia de Castellón.

Gráfico 4: Número de festivales según el mes de celebración. Fuente: elaboración propia.



Estos festivales son de varios tipos de música, como pop, indie, rock o música electrónica. También hay festivales de carácter internacional como es el FIB o Rototom, y de alcance local-regional como puede ser el EMAC Borriana o el Aplec del Penyagolosa.

4. EL ESPACIO RURAL

El estudio, como se ha comentado anteriormente es sobre los festivales de música del interior de la provincia de Castellón. De la anterior lista, encontramos 12 festivales que están localizados en los municipios de interior (28%) como son Betxí, Atzeneta del Maestrat, Alcora, Benlloch, Morella, la comarca Els Ports, Cabanes, Vall d'Uixó, Lucena del Cid, Soneja, Ares del Maestrat y Vila-real.

Estos municipios de interior tienen un tipo de turismo diferente al de las costas, ya que no tienen playa para estar masificados. En los siguientes apartados conoceremos un poco más sobre los municipios de interior y los problemas a los que se enfrentan, así como también el tipo de turismo que tienen.

4.1 PROBLEMAS DE LA RURALIDAD

¿Qué entendemos por medio rural? Tradicionalmente, se ha vinculado “el mundo rural” con la actividad agraria ya que se tiene eso como lo opuesto a las ciudades urbanas. También se le ha asignado un paisaje natural, virgen, solitario y despoblado, mientras

que a los pueblerinos se les ha colocado la etiqueta de brutos, escandalosos y muy simpáticos y amigables.

Hay muchos estudios sobre el mundo rural y los problemas que éste tiene. Luisa M^a Frutos Mejías (2002) nos proporciona una tabla en la que se divide “lo rural” de “lo urbano”:

Tabla 2: Algunos parámetros de diferenciación entre lo rural y lo urbano. Fuente: Luisa M^a Frutos (2002)

PARÁMETROS	RURAL	URBANO
Medio físico	Predominio de «lo natural»: paisaje agrícola, ganadero, forestal.	Medio construido: paisaje urbano e industrial
Tamaño de las comunidades*	Núcleos pequeños, en términos absolutos y sobre todo relativos al sistema general de poblamiento del país	Núcleos grandes, en términos absolutos y, sobre todo, relativos al sistema de poblamiento del país
Densidad de población	Baja densidad relativa. Tendencia decreciente	Alta densidad relativa. Tendencia generalmente creciente
Actividad	Predominio agrícola; industrias específicas; escasez de servicios; creciente «turistización»	Diversificación. Peso creciente de los servicios, salvo en ciudades con alta especialización industrial.
Movilidad espacial	Poco intensa. Intra-comarcal o intra-regional mayoritariamente	Alta movilidad intra-urbana y en todas direcciones
Relaciones sociales	Intensas y cerradas	Selectivas y abiertas
Distancia a los servicios	Medias y largas, salvo en algunos servicios básicos o específicos	Baja distancia física, pero fuerte “rozamiento”

* En España las estadísticas definen como rurales los municipios de menos de 2.000 habitantes; entre 2000 y 10.000, semiurbanos; a partir de 10.000, urbanos.

Si observamos las características del cuadro, se podría definir el mundo rural como un lugar natural con pocos habitantes donde la economía se basa en la agricultura. La población es cerrada y sus relaciones intensas ya que se conocen desde siempre, se mueven por el territorio más cercano como la comarca o la región y viven lejos de los servicios, excepto los servicios básicos.

No significa que todas estas asignaciones sean erróneas, sino que algunos son unos idilios que obtenemos desde que nacemos y que están presentes en nuestra vida cotidiana, como en los libros o en la televisión.

Debemos eliminar estas etiquetas y tener otras ideas hacia este mundo. El mundo rural no es sinónimo de agricultura, es más, tan solo una pequeña parte de la población que

vive en los espacios rurales se dedican a la agricultura, la mayoría está en el sector servicios o en las fábricas que todavía existe en los municipios. Por otro lado, el paisaje no es natural, “el paisaje natural en sentido estricto es prácticamente inexistente y mucho más en los territorios de larga historia de ocupación humana” (Gemma Cánoves et al., 2005), ya sea por acción u omisión el ser humano ha alterado ese medio natural. Por último, si nos centramos en las etiquetas a la población de estos municipios, son etiquetas que se puede aplicar a muchas personas y no tiene por qué ser para habitantes de un lugar en concreto.

En los apuntes del profesor Artur Aparici (s. f.) el modelo de desarrollo de la Comunidad Valenciana es dual y desde siempre ha venido marcado por un desequilibrio entre el litoral urbanizado y con un crecimiento rápido y unas comarcas de interior con un crecimiento mucho más lento y algunas hasta estancadas. En el 20% del territorio costero se concentra más del 80% de la población provincial. Esto ha causado que el mundo rural siempre haya presentado varios cambios drásticos en cuando a demografía y economía se refiere. Como las costas estaban mucho más industrializadas y con un fuerte atractivo turístico, el éxodo rural ha causado un fuerte proceso de despoblamiento y envejecimiento de la población.

Siguiendo en la misma línea y hablando desde una perspectiva, Artur nos explica que esa desigualdad es tan notoria que ha desalentado la población rural, reduciendo el orgullo rural a una actitud testimonial. De hecho, durante unas décadas ha prevalecido un cierto “autoodio” cultural en las comarcas rurales que han considerado sus propias culturas menores que las otras y como consecuencia se ha perdido muchas tradiciones, rituales y muchos otros factores integrantes de la historia del municipio.

Sin embargo, Artur matiza que la desagrarización, la incorporación de nuevos habitantes ya sean nacionales o extranjeros, la movilidad de la población y la crisis económica (que ha causado que muchos vuelvan a sus pueblos de interior), está comportando cambios en la estructura poblacional y en la dinámica social de los pueblos rurales.

Además, con la importancia actual con el turismo rural, el turismo ecológico y el turismo sostenible, está haciendo que ese “autoodio” se convierta en orgullo por vivir en un municipio de interior que sea reconocido turísticamente. Los jóvenes actuales que viven en el interior, como se mueven por toda la provincia ya sea para estudiar o para trabajar, muestra al resto de compañeros su localidad con orgullo y lo vende de la mejor manera para que los demás puedan apreciarlo de igual forma. Podríamos decir, que el turismo rural, y los otros tipos de turismo citados anteriormente, han ayudado a que los territorios vuelvan a sentirse importantes para el resto del mundo.

4.2 TURISMO RURAL

Como se ha explicado en el punto anterior, el turismo rural ha ayudado que los territorios vuelvan a sentirse importantes para el resto del mundo, haciendo así que retomem antiguas tradiciones y rituales que se creían desaparecidos.

“En España, el turismo rural está poco difundido, no obstante en los últimos años se ha desarrollado con bastante fluidez y a un ritmo adecuado.” (Amparo Sanchis Silvestre & Laura Olcina Soler, 2014).

Pero, ¿qué es el turismo rural? Es un tipo de turismo que abarca muchos factores, por lo que tiene diferentes matices. Aunque si tuviéramos que escoger una definición aproximada sería “aquella actividad turística realizada en el espacio rural, estructurada por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda motivada por el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local.” (Gemma Cánoves et al., 2005).

Según Vicente Alberto Querol Vicente (s. f.), hay varios perfiles de visitantes a los espacios rurales. En primer lugar están los segundos residentes, que tienen una residencia principal en las ciudades y poseen una segunda en un municipio rural a la que suelen acudir muy a menudo. En segundo lugar están los turistas de retorno, que son los que tienen un vínculo familiar o de origen con la población, por ejemplo si tienen familiares que vivan allí. Por otro lado está el “nuevo residente” o “neo-rural”, que por su propia voluntad ha optado por vivir en el medio rural y se identifica e integra con él. Para terminar, está el “turista rural ocasional”, que es el turista que todos conocemos, es decir, el que no tiene vínculo alguno con el territorio y quiere ir a visitarlo en sus vacaciones.

Este último visitante, se puede segmentar según el tipo de turismo complementario que vaya a realizar en el medio rural. En el estudio de Amparo Sanchis Silvestre y Laura Olcina Soler (2014), se distingue tres segmentos, en primer lugar están “las personas con una posición media alta en la sociedad que exigen servicios y establecimientos de descanso con elevadas condiciones de calidad”. Por otro lado se encuentra la gente joven que solicita una relación calidad-precio bastante buena para cubrir sus necesidades. El tercer segmento es el de la población de la tercera edad que viaja bastante a medios rurales en sus vacaciones. Lo que sí que les caracteriza a estos tres grupos, es que son estancias cortas y que aprovechan los puentes, vacaciones de Semana Santa o Navidad.

Este tipo de turismo no es un turismo de masas, ya que el visitante va a una localidad rural principalmente para relajarse, cambiar de aires y eliminar estrés que supone vivir

en las ciudades urbanas, por lo que si hay una masificación, ese relajamiento no se lleva a cabo. Por otro lado, otra motivación para viajar a un medio rural, es el conocer la cultura que lo rodea. Van en búsqueda de lo “auténtico”, de un pasado, de una historia que les cuente cómo se vivía anteriormente o si se sigue utilizando técnicas ancestrales.

Este anhelo de conocer el pasado hace que se el turismo rural sea una estrategia de desarrollo local. Gracias a proyectos como el LEADER o el PRODER, que son iniciativas para frenar el abandono poblacional y rescatar la cultura y tradiciones, se han recuperado patrimonio histórico, arqueológico, religioso y cultural. Esto ha hecho que varias administraciones y promotores de empresas turísticas tengan un interés económico en el medio rural, pero lo que tenemos que tener en cuenta es que “lo que importa no es el crecimiento a cualquier precio, sino la utilización racional y no destructiva de los recursos paisajísticos, culturales, sociales y territoriales a largo plazo, es decir, la garantía de un desarrollo sostenible” (Cayetano Espejo Marín, 2004) Con esto, nos quiere decir que el encargado del desarrollo sostenible de un municipio, además de otros agentes, es el técnico en turismo. Y éste debe tener en cuenta ambas partes, es decir, la sostenibilidad económica siempre y cuando se mantenga una sostenibilidad en el medio ambiente, en los recursos y con la sociedad. Debemos entender el turismo rural como una ayuda “a dinamizar el medio rural a través del turismo rural entre otras actividades, pero teniendo en cuenta que el soporte humano y social de este medio son las personas que en él viven y, por lo tanto, las únicas capaces de conservar el paisaje y la cultura” (Gemma Cánoves et al., 2005).

Así pues, se ha podido observar que el turismo rural abarca muchísimas características pero con un objetivo marcado, que es el desarrollar las localidades rurales de una manera sostenible. Por lo que no es extraño encontrarse con municipios que tengan muy poca oferta o que la limiten de algún modo, ya que de esa manera pueden controlar la capacidad de carga del municipio para que no se masifique y haya así un impacto negativo en el entorno. A continuación veremos una forma de desarrollo local que se está expandiendo por el territorio castellonense.

5. METODOLOGÍA

A continuación se detallará los pasos a seguir para la realización de este estudio, los cuales se basan en los que plantean Roberto Hernández et al. (2014):

1. Explicación de la investigación
2. Objetivos de la investigación
3. Tipo de investigación

4. Fuentes de datos
 - a. Entrevista a profundidad. Participantes
5. Recolección y análisis de datos

5.1 EXPLICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Se pretende identificar y analizar los discursos de los organizadores sobre los beneficios sociales, económicos e ideológicos del Aplec dels Ports, del Feslloch y del Aplec del Penyagolosa, así como también explicar las motivaciones para la organización de festivales en pueblos rurales.

5.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo general es conocer e interpretar los discursos para detectar las razones por las cuales un grupo de personas organizan estos acontecimientos.

Los objetivos específicos serían los siguientes:

- Investigar el tipo de organización que llevan a cabo para la realización del evento.
- Identificar hasta qué punto los organizadores saben el impacto que causan estos festivales en su entorno y hasta qué punto le dan importancia.
- Investigar sobre la cobertura institucional que tiene estos festivales que no buscan una rentabilidad directa pero que sí que la obtienen para sus territorios.

5.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se ha elegido una entrevista cualitativa estructurada, es decir, que para conocer la perspectiva de los sujetos sobre una cuestión, a todos los entrevistados se les hacen las mismas preguntas (exceptuando al grupo de música) y en el mismo orden de formulación. Se ha escogido esta manera porque cada evento tiene unas peculiaridades y las preguntas abiertas dan pie a que el entrevistado pueda dar su opinión con total libertad.

5.4 FUENTES DE DATOS

Para la realización de este trabajo, se ha utilizado datos que se han recogido en fuentes secundarias y realizando entrevistas en profundidad a los organizadores de los eventos y a un grupo de música que ha actuado en los tres lugares.

Las fuentes secundarias de investigación empleadas fueron principalmente noticias de internet, las páginas webs de los festivales y el blog del grupo de música. Todas estas fuentes se presentan al final del trabajo en el apartado de bibliografía.

Los organizadores entrevistados son Élia Calvo Riera, organizadora del Aplec dels Ports del 2017; Eugeni Trilles Fabregat, organizador del Feslloch; Jaume Gil Saura, organizador del Aplec del Penyagolosa 2017 y Ángel Monfort Guimera, componente del grupo de música Égalité.

5.4.1 LOS PARTICIPANTES

Se realizaron cuatro entrevistas a profundidad donde las personas fueron elegidas por ser los organizadores actuales de los festivales, ya que la característica principal de los dos Aplecs es que cada año lo organiza un comité diferente en un pueblo de la comarca diferente.

La estructura de estas entrevistas, es decir, el porqué está organizado en primer lugar el Aplec dels Ports, en segundo lugar el Feslloch, en tercer lugar el Aplec del Penyagolosa y en último lugar el grupo de música Égalité; viene dado por un motivo meramente cronológico, puesto que el Aplec dels Ports es el festival más antiguo, seguido del Feslloch, y el Aplec del Penyagolosa es nuevo de este año.

Tabla 3: Perfil de los entrevistados. Fuente: Elaboración propia.

FUENTE	PUESTO	FECHA	LUGAR	CÓDIGO
Élia Calvo Riera	Presidenta de la organización del Aplec dels Ports 2017 en La Mata	22 de mayo del 2017	Entrevista telefónica	AE1
Eugeni Trilles Fabregat	Socio de la Asociación Pitxurrull y parte de la organización del Feslloch	22 de mayo del 2017	Entrevista telefónica	AE2
Jaume Gil Saura	Uno de los organizadores del Aplec del Penyagolosa	12 de mayo del 2017	Entrevista telefónica	AE3
Ángel Monfort Guimera	Saxofonista del grupo Égalité	17 de mayo del 2017	Castellón	AE4

5.5 RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

Se indicó previamente a todos los entrevistados que la entrevista iba a ser grabada ya que, así era más fácil poder captar todo lo que se decía. Mientras se realizaba la entrevista, se iba anotando también lo que decían para poder seguir el hilo de la conversación.

Una vez acabada las entrevistas, se reprodujeron de nuevo los audios mientras se transcribía las entrevistas y después se analizaron los datos y se plasmaron en el trabajo. Las transcripciones se están recogidas en el anexo número 3.

6. LOS FESTIVALES ESTUDIADOS

A continuación se presenta el análisis de este trabajo. Primeramente se explicará la historia de los festivales de esta investigación, sus características indicando sus diferencias y parecidos, incluyendo la implicación de los gobiernos con estos acontecimientos.

6.1 HISTORIA DE LOS FESTIVALES DE LA INVESTIGACIÓN

Uno de los objetivos de este trabajo es ver por qué se realizan estos festivales, ya que no son como los macrofestivales del litoral. Como se ha explicado anteriormente, las poblaciones de las comarcas del interior antiguamente, a causa del autoodio, se sentían desplazados y habían perdido incluso tradiciones y rituales por creer que su cultura era menor. Pero con los cambios en la población y en la economía, los jóvenes empezaron a cambiar su forma de ver el mundo rural y de ahí surgió este tipo de eventos.

El Aplec dels Ports, el Feslloch y el Aplec del Penyagolosa son eventos con una base reivindicativa. Ponen de manifiesto un cultura y unas tradiciones en común. Estos festivales no se centran totalmente en la música, aunque para el Feslloch sí que tiene un gran peso.

6.1.1 APLEC DELS PORTS

L'Aplec dels Ports es uno de los eventos más antiguos de la provincia de Castellón. La primera edición fue en el 1978 en Tododella y desde entonces se ha realizado cada año ininterrumpidamente, exceptuando en el 2006. Cada año, se realiza en un municipio de la comarca dels Ports, y su orden es el siguiente: Tododella, Cinctorres, Villores, La Mata, Vilafranca, Herbers, Forcall, Morella y Sorita.

Tienen los objetivos muy claros, quieren mostrar a todos los asistentes cómo es la vida en el territorio, sus tradiciones, su cultura pero también las carencias y los problemas que tienen y que necesitan solucionar.

Es tan fuerte ese movimiento, esa reivindicación, que cada año el encuentro se realiza bajo un lema. Esta última edición está bajo el lema "Arrapem pels Ports, defensem lo nostre", que a pesar de estar gramaticalmente incorrecto, lo defienden como un lema

que sale desde el corazón y que lo importante es lo que transmite, no si está bien o mal escrito.

Según el Aplequer 2015 (Aplec dels Ports- Cinctorres 2015), el Aplec surgió en una época de inestabilidad política donde las ganas de cambio marcaron la generación de los creadores del Aplec, que creían que todos juntos podían cambiar el futuro de la comarca. Aunque hay constancia de que un grupo de jóvenes ya se reunían para editar una revista llamada “Els Ports” que supondría una de las primeras publicaciones en valenciano después del Franquismo. En los primeros años se cobraba una entrada a precio simbólico para poder cubrir los gastos económicos del encuentro y la organización era de los jóvenes de toda la comarca, es decir, que en la comisión había jóvenes de los diversos pueblos que siguieron manteniendo el espíritu reivindicativo para que se continuara realizando los siguientes años el encuentro. En el 1980, el municipio de Villorres empezó a organizar el Aplec de manera independiente y fue un grupo de jóvenes de ese municipio que organizó el encuentro de ese año. A partir de ese año, los jóvenes de cada municipio se han encargado de la organización y realización del evento.

6.1.2 FESLLOCH

En el año 2007, en el municipio de Benlloch tuvo lugar el primer Feslloch. Este festival nacía para dinamizar cultural y económicamente el municipio de Benlloch potenciando la cultura y la lengua valenciana y representa para el municipio una oportunidad única para promocionar los comercios y su actividad económica. Está organizado por el Ayuntamiento de Benlloch, la Escola Valenciana y la Asociación Cultural Pitxurrill de Benlloch.

La Escola Valenciana es un organismo formado por 29 asociaciones comarcales y que tiene como objetivo principal la normalización lingüística, especialmente en el sistema educativo valenciano. Con la ampliación del trabajo hacia ámbitos como la música, el cine, la literatura, etc., se creó *La Gira- Festival itinerant de música en valencià* en el 2006. Está destinado a estudiantes de secundaria, bachillerato y universitarios y trataba de aumentar la oferta de los encuentros escolares. Por esa misma razón, a La Escola Valenciana, le pareció buena idea terminar su gira en el municipio de Benlloch.

Así pues en el 2007 acudieron los primeros 1.100 asistentes a este festival completamente de música valenciana durante dos noches, que años después se

convirtió a tres días. Desde entonces, ha crecido el presupuesto, las infraestructuras, la seguridad, los grupos i el público.²

Este festival se diferencia de los demás festivales multitudinarios porque no busca la rentabilidad en el negocio que deriva de la masificación.³ Y según Miquel Àngel Landete, del grupo *Senior i el cor brutal*, asegura que el éxito de este acontecimiento se debe a saber integrar la música en valenciano sin importar el estilo de música y esto hace que sea un festival muy ecléctico.²

6.1.3 APLEC DEL PENYAGOLOSA

El pasado mes de abril del 2017, en Atzeneta del Maestrat, tenía lugar el primer Aplec del Penyagolosa. Es un evento bastante parecido al Aplec dels Ports ya que ofrecen conciertos y actividades al aire libre y también tiene un carácter rotativo por los municipios de Atzeneta del Maestrat, Benafigs, Vistabella del Maestrat y Xodos.

Es un evento al que todavía le falta mucha fuerza ya que está empezando, pero esta primera edición ha sido todo un éxito en participación.⁴

En esta primera edición el acontecimiento ha durado dos días y consistía en actuaciones musicales, rutas senderistas, salidas BTT, escalada, juegos tradicionales y talleres de cultura popular, charlas, exhibición de muixerangues, todo esto de manera gratuita y abierta a todo tipo de público.

6.2 CARACTERÍSTICAS

Estos eventos tienen unas cuantas características en común, pero también muchas otras que los distinguen.

La característica en común principal es que son eventos que no se pueden clasificar en las tablas clasificatorias del apartado 2, puesto que son festivales con muchas actividades culturales y con unos objetivos muy diversos pero a la vez muy claros. Son citas muy importantes que engloban tantos valores, por lo que no se les puede clasificar como un festival solo de música, solo cultural o solo divulgativo.

² Artículo: El Feslloch, 'una de les proeses del País Valencià' a fecha 8 de julio del 2016. Disponible en: <http://www.vilaweb.cat/noticies/el-feslloch-un-de-les-proeses-del-pais-valencia/> [Página visitada el día 20/05/2017]

³ Artículo: Las cuatro razones que avalan la consolidación del Feslloch a fecha 6 de julio 2017. Disponible en: <http://valenciaplaza.com/las-cuatro-razones-que-avalan-la-consolidacion-del-feslloch> [Página visitada el día 07/07/2017]

⁴ Artículo: El Penyagolosa cierra con éxito su Aplec a fecha 13 de abril del 2017. Disponible en: http://www.elperiodicomediterraneo.com/noticias/comarcas/penyagolosa-cierra-exito-aplec_1062831.html [Página visitada el 20/05/2017]

Su segunda característica en común es que están creados para reivindicar una ideología, una cultura muy característica de la zona y así dinamizan también el municipio o los municipios donde se llevan a cabo.

Otro factor determinante es el uso del idioma. El Feslloch es una forma de potenciar la lengua valenciana como ya se ha explicado anteriormente, pero es que en los Aplecs, el hecho de que sean municipios valencianohablantes ya hace que se potencie también el idioma, ya que también intentan contratar solo artistas de música valenciana. En el Feslloch esto ocurre al 100%, es decir, que todo el cartel es de artistas que realizan música totalmente en valenciano. Mientras que los otros dos eventos sí que tienen grupos valencianos, pero no cierran puertas a otros grupos castellano hablantes.

En cuarto lugar tendríamos el carácter endógeno de estos eventos. No hay ninguna empresa privada que vaya a los municipios a realizar estas citas culturales. Son las asociaciones o los grupos de jóvenes del municipio o de varios municipios que llevan a cabo la gestión de estos festivales. El Feslloch está organizado por el Ayuntamiento de Benlloch, la Escola Valenciana y la Associació Cultural Pitxurrull; el Aplec dels Ports está organizado por la asociación bajo este mismo nombre y forman parte los jóvenes de los diferentes municipios de la comarca; y el Aplec del Penyagolosa se ha llevado a cabo este año gracias a los quintos (grupo de jóvenes que suelen cumplir la mayoría de edad).

Una de las características claves son sus actividades culturales. No todo gira en torno a la música, como ya se ha explicado anteriormente, aunque para el Feslloch sí que tiene una parte importante. Además de espectáculos de danza, teatro, actividades deportivas o de ocio, tienen unas actividades culturales que ponen en manifiesto una ideología muy arraigada en el territorio.

El Aplec dels Ports es un evento con carácter divulgativo y que quieren enseñar al resto de la población su territorio y los problemas a los que se enfrentan día a día, como puede ser el despoblamiento, el déficit de recursos básicos o la mala calidad en aspectos como las vías de comunicación. Para ello realiza actividades como coloquios sobre la situación de la comarca, exposiciones que tengan que ver con los municipios e incluso tienen un manifiesto o canciones que muestren sus inquietudes y reivindican sus ideales.

Por otro lado, las actividades del Feslloch son más generales en el ámbito valenciano. Podemos encontrar debates, proyecciones de documentales, presentaciones de libros, etc.

En cuanto al Aplec del Penyagolosa, como todavía se estaba abriendo camino y dándose a conocer, su actividad cultural más importante fue la charla en el ayuntamiento

sobre la finalidad del Aplec del Penyagolosa, que es la constitución de una mancomunidad del Penyagolosa.

Centrándonos ahora en las diferencias, partimos de la base de que el Feslloch es un festival de música y el Aplec, traduciendo literalmente la palabra, es un encuentro. Esta terminología ya nos hace distinguirlos, porque los del Aplec no quieren llamarse festival porque sus características hacen que no sean un festival musical como hemos definido anteriormente.

En cuanto a la organización, el Feslloch está bajo la supervisión de gente más adulta ya que, como se ha dicho anteriormente, lo organiza el ayuntamiento junto a otras asociaciones culturales. Mientras que el Aplec dels Ports y el Aplec del Penyagolosa está organizado por totalmente por los jóvenes de los pueblos, que se ayudan mutuamente.

Por otro lado, el Aplec dels Ports y el Aplec del Penyagolosa no venden entradas para su evento, mientras que el Feslloch sí. Por lo que podríamos decir que en parte, el Feslloch además de su carácter reivindicativo e ideológico, también busca tal vez un beneficio económico para invertir en el municipio. Els Aplecs, el único beneficio económico que tienen son los justos para poder costearse los gastos del evento, ya que los trabajadores y la organización son todos voluntarios y no se llevan ningún tipo de comisión.

7. IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS: ESTUDIOS DE CASO

Se ha mencionado en varias ocasiones que los festivales dejan un impacto económico o social muy importante para el municipio que lo alberga. Pero ¿qué es realmente el significado de impacto?

Según María Moliner (1988) la palabra impacto significa “impresión o efectos muy intensos dejados a largo plazo en alguien o en algo por cualquier acción o suceso.”

En los siguientes apartados se analizará el impacto económico y social que aportan los tres eventos que se analizan en este estudio, es decir, la persistencia en el tiempo de las repercusiones económicas y sociales que dejan estos festivales en los municipios que se llevan a cabo. Pero este análisis es solamente exploratorio ya que me basaré solamente en la información obtenida de las entrevistas realizadas y de algunas fuentes secundarias.

7.1 IMPACTO ECONÓMICO PERCIBIDO

El impacto económico sirve, como se ha explicado anteriormente, en medir las repercusiones y los beneficios económicos obtenidos. El problema al que nos enfrentamos es que las organizaciones de estos eventos no cuentan con métodos para poder analizar todos los datos y obtener así un informe claro sobre su impacto.

Esto se debe a que no tienen una finalidad económica, por lo que todo que esté relacionado con lo meramente económico no lo tienen como prioritario.

Sin embargo, en este estudio se realizará una aproximación de los impactos que puede llegar a tener estos eventos. Para ello se analizarán el beneficio directo, que se refiere a los ingresos directos que tiene el evento; el beneficio indirecto, que corresponde a los bienes y servicios utilizados para llevar a cabo el evento y el beneficio inducido, que sería lo que ha conseguido generar en el territorio.

7.1.1 BENEFICIO DIRECTO

El festival que más asistentes tiene de los tres que se estudian en este trabajo es el Feslloch.

En els últims anys hem passat a tindre una mitja entre 12.000 a 15.000 assistents. El creixement ha sigut exponencial, tenint en compte que ha passat de ser de dues jornades a ser tres, de dijous a dissabte. [AE2]

El precio actual de las entradas es de 38€, aunque salieron entradas a un precio económico al principio y a medida que se acerque el evento, el precio irá aumentando. Tomando ese precio como precio medio de la entrada, se podría aproximar unos ingresos de 200.000 euros que irían destinados para cubrir los gastos del festival.

Han hagut anys que el festival ha sigut molt rendible, econòmicament molt satisfactori. Altres anys ha baixat, dependent sobre tot també de l'oferta musical si tenim en compte el perfil del públic "feslloquer". [AE2]

Todavía no se han realizado estudios sobre el impacto económico, pero el consistorio ha estimado que el Feslloch deja unos 300.000€ en el pueblo.

En el caso del Aplec dels Ports o del Aplec del Penyagolosa, es mucho más difícil contabilizar el impacto. Pues ellos no cobran entradas para sus eventos, así que tampoco saben el número de asistentes que acude.

El nombre d'assistents va variant. Depèn dels pobles, si és un poble com Morella o Vilafranca sí que sol anar molta més gent. Però com no cobrem

entrada, no tenim forma de contar quanta gent ve, solem fer un sondeig. Aproximadament podria ser uns 5.000 assistents. [AE1]

No sabria dir-te molt bé. Les activitats esportives del matí tenien inscripcions limitades i es va omplir, les rutes no van tenir molt de èxit però les activitats infantils sí que van tindre molt de públic. Podríem dir que van ser unes 1.000 persones el dissabte i unes 400 el diumenge. [AE3]

En cuanto a la rentabilidad de estos eventos, de por sí no son rentables ya que no aportan un beneficio económico para los organizadores. Pero ellos no buscan este propósito, para ellos es importante el beneficio social, el alzarse y que la sociedad les conozca y sepan por qué están luchando.

En alguns pobles sí que ha tingut un benefici molt alt, però en altres no. El nostre objectiu no és econòmic, ens ajuntem per a organitzar activitats durant tot l'any i que no siga només en un cap de setmana. [AE1]

No volíem traure un benefici econòmic, volíem que la gent sabera coses del nostre poble. [AE3]

En lo que respecta a los métodos de financiación, estos eventos son autosuficientes, es decir, con los ingresos que obtienen ya sea por venta de entradas en el caso del Feslloch, o con la venta de merchandising como en los otros dos eventos, entre otros métodos, consiguen costearse gran parte del festival.

En el caso del Aplec dels Ports, hay empresas privadas que rebajan un poco el caché o que a cambio de publicidad dan apoyo económico, porque están concienciadas sobre los ideales que defienden.

Al explicar el que volem fer i el renom que hem aconseguit durant els casi quaranta anys, algunes empreses privades rebaixen el seu caché i això ens ajuda a poder continuar fent les coses. Els comerços del poble, a canvi de publicitat o coses paregudes, també ens donen un poc de suport econòmic per a pagar algunes coses. [AE1]

Todo el beneficio sobrante y las ayudas que obtienen desde asociaciones, desde la Diputación o desde la Generalitat se destinan directamente a la próxima edición.

Hem volgut estalviar els diners que hem rebut per el pròxim Aplec. [AE3]

7.1.2 BENEFICIO INDIRECTO

Este es otro tipo de beneficio difícil de medir. En lo que respecta al empleo, los dos Aplecs cuentan con varios voluntarios dispuestos a trabajar para llevar a cabo el evento de una manera correcta y de calidad y sin conseguir nada a cambio, porque

L'Aplec és una manera de viure, l'Aplec és una manera de pensar, l'Aplec és una cosa que anem transmetent de generació en generació. [AE1]

En las ciudades grandes que participan en el Aplec, como Morella o Villafranca, sí que se tiene constancia de que la ocupación de los alojamientos y de la restauración ha sido completa, por lo que el impacto indirecto es bastante alto y muy beneficioso.⁵

En el caso del Aplec del Penyagolosa resulta más aún complicado cuantificar este impacto, ya que es un evento muy reciente y todavía tiene que consolidarse en el territorio.

En estos dos casos, la sociedad se vuelca totalmente con el acontecimiento para poder llevarlo a cabo.

Entre la nostra penya, els nostres pares i l'ajuntament, ja érem moltes persones. Però tot el món volia ajudar i ens deien que si el necessitàvem, que ho diguérem. [AE3]

A nivell de la comarca, n'hi ha una unió increïble. L'Aplec és unió, és agermanament entre els pobles, sempre ens estem ajudant. Si ens fa falta alguna cosa, cridem al altre poble i ens ho deixen sense cap problema. Normalment tot surt gràcies als altres pobles. [AE1]

Mientras que con el Feslloch, se imagina que los alojamientos están a plena ocupación esos días, al igual que los servicios de restauración. Como es un festival con más afluencia, también se piensa que generan empleo para montar y desmontar las infraestructuras, para la limpieza y el mantenimiento. También están los que trabajan como staff, o los que están en las barras, poniendo pulseras o garantizando el correcto funcionamiento del festival.

7.1.3 BENEFICIO INDUCIDO

Este es el que más impacto deja en el territorio, puesto que se expande una ideología reivindicativa a todos los asistentes.

⁵ Artículo: Feslloch, un festival amb ganes de créixer a fecha 08 de julio del 2014. Disponible en: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/07/08/quadern/1404844638_134741.html [Página visitada el 20/05/2017]

El beneficio es bastante alto ya que han conseguido concienciar a los asistentes de sus problemas e inquietudes por lo que los asistentes se sienten identificados con ellos.

Com he dit abans, la gent està molt conscienciada amb l'Aplec, perquè no n'hi ha res que haja aconseguit notar-se'n més que l'Aplec. S'han intentat fer altres esdeveniments, però no han tingut el mateix impacte que l'Aplec. Aixina que sí, la població ha respost favorablement i crec que encara ens queda Aplec per molt de temps.

L'Aplec és una manera de viure, l'Aplec és una manera de pensar, l'Aplec és una cosa que anem transmetent de generació en generació. És una tradició, que avui en dia siga desvinculat a la religió, queden poques. [AE1]

Cada vegada, el concepte de parlar en valencià té un caràcter menys reivindicatiu, perquè al cap i a la fi, quan vam començar els primers més famosos, com la Gossa Sorda, sí que tenien un esperit reivindicatiu de només per parlar en valencià ja tenia un poc de reivindicatiu. Les nostres lletres són reivindicatives i també estàs defenent el valencià, però al final és "perquè no pots parlar en la llengua que vulgues?" [AE4]

Como este beneficio supone un impacto en la sociedad dado la finalidad del evento, se podría relacionar este beneficio inducido con el impacto social que se va a detallar a continuación.

7.2 IMPACTO SOCIAL

Varios autores han estudiado el término impacto social y qué comporta para el territorio. Según Marcela Guzmán (2007) "los resultados finales (impactos) son resultados al nivel de propósito o fin del programa. Implican un mejoramiento significativo y, en algunos casos, perdurable o sustentable en el tiempo, en alguna de las condiciones o características de la población objetivo y que se plantearon como esenciales en la definición del problema que dio origen al programa. Un resultado final suele expresarse como un beneficio a mediano y largo plazo obtenido por la población atendida". Ronald Kostoff (1995) nos proporciona otra definición un poco más breve "el impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones".

Por lo que se puede definir como el cambio en el tiempo que ha tenido la población debido a un producto o acontecimiento. El impacto social de cualquier tipo de evento cultural es complicado de cuantificar, por lo que en este estudio se ha usado elementos cualitativos como es la entrevista personal para conocer estos impactos y repercusiones. Se han realizado cuatro entrevistas, una para cada organización y una

para un componente de una banda de música que ha tocado en los tres acontecimientos. Las preguntas para las organizaciones eran las siguientes:

- ¿Qué repercusiones sociales conllevan para el territorio? ¿Favorecen la interacción social?
- ¿Cuál es la percepción social sobre este festival? ¿La población ha respondido favorablemente o se desentiende del tema?
- ¿Añade la organización del evento un valor cultural para los municipios?
- En cuanto a los grupos de música, ¿existe una diferencia de caché entre ellas? ¿Algunos grupos han tenido que rebajar su caché para poder actuar en el evento?

Mientras que al grupo musical se le ha preguntado por las siguientes cuestiones:

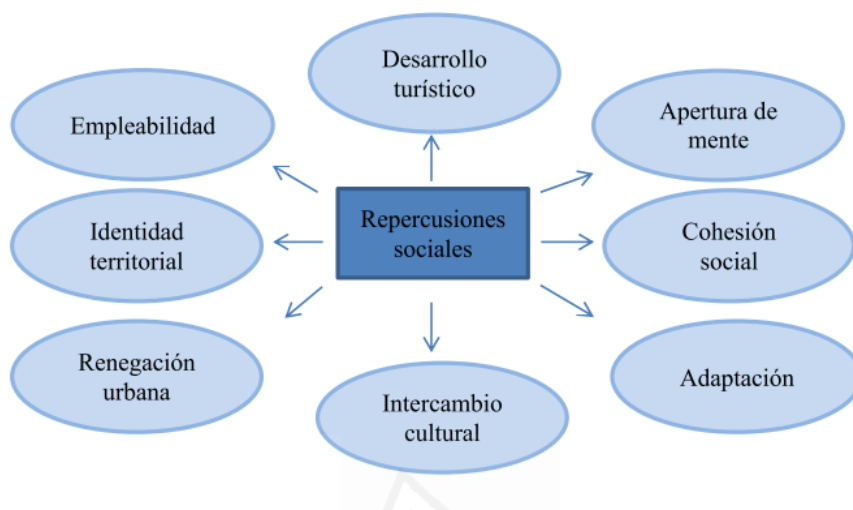
- ¿Estos festivales han favorecido a la expansión de la cultura valenciana y del municipio?
- ¿Estos festivales ayudan a que los grupos y artistas puedan conseguir más seguidores?
- ¿Existe una diferencia de cachés entre los grupos de música? ¿Esto ha causado problemas como el tener que rebajar su caché para actuar en un festival?

7.2.1 REPERCUSIONES SOCIALES E INTERACCIÓN SOCIAL

Las repercusiones sociales pueden ser buenas, ya sea mejorando el bienestar de los ciudadanos, generando una identidad cultural, desarrollando turísticamente el territorio, etc.; pero también pueden ser negativas, con quejas de la población por el ruido, la suciedad, la masificación, etc.

En el siguiente gráfico (ver gráfico 5), se presenta las principales repercusiones sociales positivas que se obtiene de un evento cultural. Como ya se ha explicado anteriormente, al ser eventos de carácter reivindicativos y que manifiestan una ideología, varios factores de los que se presentan en el gráfico se lleva a cabo, por lo que se podría decir que el impacto social es bastante positivo.

Gráfico 5: Repercusiones positivas de los festivales. Fuente: Laura Pérez Platero 2016)



La interacción social es la capacidad de establecer vínculos de confianza entre personas. Por lo que la pregunta de si existe una interacción social en estos acontecimientos, no es de extrañar que las respuestas sean afirmativas.

Afavoreix a la interacció social entre la gent major ja que els joves sempre parlen amb la gent major, i això és el que ens fa falta, una interacció entre tota la gent. Mentre que la gent que ve de fora, normalment diuen sempre el mateix “tot això el feu gratis?”, “que a gust hem estat”, “i el tracte ha sigut molt bo”. [AE1]

Sobretot el nivell més alt d’interacció social es dona en els segments d’edats del públic, vull dir, és el reflex del públic que tenim que oscil·la des dels 16 fins als 27-28 anys, i la interacció social a nivell local tant de Benlloch com dels municipis pròxims es dona en aquets rangs d’edat principalment. [AE2]

Sí, clar que afavoreixen. Vam tindre molts assistents que s’ho van passar genial i que ja estan pendents de les pròximes edicions. [AE3]

7.2.2 PERCEPCIÓN SOCIAL Y RESPUESTA DE LA POBLACIÓN

Las percepciones son imágenes mentales que se forman en nuestra mente según lo que captamos a través de nuestros sentidos y las experiencias.

Se ha podido observar que la percepción social de estos festivales es bastante buena ya que, a pesar de no ser eventos económicamente rentables, hay muchos colectivos que quieren ayudar para que el proyecto siga adelante, al igual que ya hay seguidores de estos acontecimientos que no se pierden ninguna edición.

También se ha mencionado en alguna ocasión que toda la población se vuelca en el proyecto, como por ejemplo que los trabajadores son voluntarios o que son las propias asociaciones culturales junto al ayuntamiento los que organizan todo.

Ha respost favorablement perquè tenen consciència de que n'és l'esdeveniment que major impacte econòmic té en el municipi en moltíssima diferència. Tenim en compte que en una jornada tu tripliques o quadruplicas la població. [AE2]

7.2.3 VALOR CULTURAL AÑADIDO

La música es un tipo de cultura muy distinto a los demás elementos culturales, como pueden ser el arte o la literatura. Pero que la música sea cultura ha hecho que los festivales musicales se proyecten como productos culturales haciendo así que haya un turismo cultural. El entrar dentro de “productos culturales” hace que formen “parte de las estrategias de desarrollo local y urbano, y aportando nuevas necesidades recreativas y de cultura global, modificando la imagen turística del destino. Los festivales tienen la particularidad de que no se extienden en el tiempo más de unos días, consolidándose como una experiencia efímera que representa una oportunidad única que no se va a repetir, estimulando con ello la asistencia. Queda saber si estos eventos suscitan algún tipo de valor cultural.” (Laura Pérez Platero, 2016)

Como estos acontecimientos tienen diversas actividades culturales complementarias, hace que no todo se centre en la música y de este modo, el visitante puede conocer más sobre el territorio. Por esta razón sí que se añade un valor cultural al municipio, por ejemplo la comarca dels Ports no sería la misma sin su Aplec, que ya está consolidado como una tradición. De igual manera ocurre con el Feslloch, que tras diez años sigue siendo el único festival de música completamente en valenciano de la provincia de Castellón y que con su cota, promociona a bastantes grupos castellonenses.

Fem activitats orientades a totes les edats, i xerrades, exposicions i tot relacionat amb la nostra comarca. També en temes impulsant els locals, els comerços, que estan sortint i el intentem promocionar. Per exemple, des del nostre Facebook, moltes vegades compartim festes o tradicions d'altres pobles de per ací, i aixina per lo menys la gent el coneguera. Aixina que sí, donem un valor cultural perquè l'Aplec és una manera de viure, l'Aplec és una manera de pensar. [AE1]

El propòsit d'aquest aplec és el reivindicar la nostra cultura i el nostre patrimoni. [AE3]

El Feslloch, el ser en només en una localitat sí que ha donat un lloc a Benlloch en el mapa que abans no tenia. I la característica del Aplec és que cada vegada es fa en un lloc, i tenen dues capitals que són Vilafranca i Morella on ja tenen un nom més conegut, però el altes municipis més xicotets, encara no n'hi ha molta força. [AE4]

7.2.4 IMPACTO FESTIVALERO Y LAS DIFERENCIAS ENTRE GRUPOS

Como se ha explicado anteriormente, la música es cultura, y gran parte de los asistentes a los Aplecs o el 100% de los asistentes del Feslloch es debido a que tienen la necesidad de ver a su grupo de música favorito.

En la pregunta de si los festivales de música son un buen reclamo para que grupos y artistas consigan más seguidores, es normal que la respuesta sea un sí ya que en estos eventos asiste un gran número de personas abiertas a conocer grupos nuevos.

Sí, evidentment. A part de les xàrcies socials, els festivals és un lloc on n'hi ha molta gent. El Feslloch és el que més impuls ens ha donat, perquè ve molta gent de molts llocs diferents. L'Aplec dels Ports, a pesar de que els últims anys està venint molta gent de fora, és més territorial i comarcal. [AE4]

Aunque, se conoce que antes de que existiera este fenómeno festival, ya había otros tipos de movimientos musicales y colectivos que unían a grupos y artistas que cantaban en valenciano. Podemos encontrar en el estudio de Maria Requena i Mora et al. (2013), colectivos como el Col·lectiu Ovidi Montllor; grupos musicales que salen de las fronteras valencianas como La Gossa Sorda, Ortxata Sound System, Obrint Pas, Rafa Xambó; y eventos musicales como el Xàbiarock o el Festivern.

En cuanto a la diferencia de cachés entre los grupos, las respuestas en las entrevistas se ha podido observar que sí, que hay una diferencia bastante notable. Aunque es una cosa que ocurre muy a menudo y no solo en estos festivales. El mercado es el que manda, si hay un grupo más famoso y con más seguidores, es normal que tenga un caché más alto que otro que no tenga tantos seguidores. Así que hay que hacer un balance y estimar los visitantes que acudirían si va un grupo u otro.

Per mala sort o no, els grups de música que nosaltres portem a l'Aplec i coneixem, són grups que de moment estan eixint encara, els intentem promoure. Venen ací, toquen, veuen que n'hi ha gent de molts altres pobles i per a ells, això és una promoció molt gran. Si per exemple, portem a "Auxili" que fa una gira per tota Espanya, i després portem un altre grup que només va per ací, jo també entenc que tinga un poquet més moguda per a la gent. [AE1]

Aquells grups que en el temps, es donen compte que tenen un resol mediàtic i tenen molt d'impacte, puguen el cachè. Sobretot, la majoria dels grups estan tots baix productores i són les que marquen els preus per dir-ho d'alguna forma. A partir d'això, un producte que està demandat, puja el preu i un producte que comença ara, té un preu econòmic i va pujant poc a poc. Això passa en el País Valencià, com a nivell estatal com a nivell internacional. Nosaltres intentem marcar una cota mínima de grups de la província de Castelló i que el festival no siga majoritàriament de grups de València. Els cachés no el marquem nosaltres, nosaltres negociem el preu amb les promotores. [AE2]

Sí, en algunes ocasions sí que hem tingut que rebaixar el caché. Però la política del grup es arribar a un certs límits, perquè moltes vegades la gent en la indústria valenciana se creu que tot es de bon rotllo i se creuen que tot va bé. Al final n'hi han unes productores que tenen que guanyar diners, tots volen guanyar diners i al final els que menys guanyen són els músics. Al final als festivals els ix rentable els grups que porta a molta gent, per això hem tingut que rebaixar un poc.

7.3 IMPLICACIÓN DE LOS GOBIERNOS

Las instituciones públicas son un factor bastante importante a la hora de crear espectáculos de tal envergadura en municipios tan pequeños como éstos.

Primeramente partimos de que son las instituciones públicas las últimas en decir si el evento se lleva a cabo o no, ya que son ellas las encargadas de expedir todos los certificados pertinentes. Estos festivales están regulados bajo el Reglamento de desarrollo de la Ley 14/2010, de 3 de diciembre, de la Generalitat, de Espectáculos Públicos, Actividades Recreativas y Establecimientos Públicos. Que está aprobado en el DECRETO 143/2015, de 11 de septiembre, del Consell.

En la actualidad, encontramos ejemplos de festivales que no han podido realizarse o han tenido que cambiar su emplazamiento original por no cumplir los requisitos de la legislación. El Arenal Sound en Burriana es el mejor ejemplo, ya que después de las denuncias de los vecinos y las comprobaciones de los técnicos, peligraba el cierre del festival tras siete ediciones en la playa de Burriana. Después de muchas negociaciones, el festival consiguió quedarse en el municipio pero tuvo que separar sus escenarios en dos emplazamientos distintos, uno en la zona de la Malvarrosa y otro en el lugar original. No tuvo la misma suerte el festival Marenostrom. El ayuntamiento de Alboraya, faltando menos de un mes para la realización del festival, no concedía la licencia de actividad porque el servicio de costas de la Consellería envió un informe negativo. Aunque el

festival hizo todo lo posible para seguir, cambiando así la ubicación del festival a la Marina Real de Valencia.

Pero, además de aceptar o no la realización de un evento, las instituciones públicas suelen dar soporte a estas actividades ya sea organizándolos ellos mismos, dando ayudas económicas o de cualquier otro tipo. En el caso del Feslloch, se ha podido observar que la creación del festival fue desde el propio ayuntamiento, desde su técnico Xavier Ginés se iniciaron los trámites para la organización del festival.

Por otro lado, en el caso del Aplec dels Ports o del Aplec del Penyagolosa, el Ayuntamiento ayuda a la organización de otras formas, como pueden ser materiales, ceder espacios públicos, publicitar el evento, entre otras cosas.

L'ajuntament no invertix en diners, però en el tema de les assegurances sí que ens cobrixen d'alguna manera, i també ens ajuden en els locals i tot allò. Aixina que ajuda econòmica no tanta però d'un altra manera sí que ens ajuden. [AE1]

En el tema económico, desde los ayuntamientos hasta la diputación, invierten de una manera u otra para que se lleve a cabo el festival. Hay ayuntamientos que tienen partidas presupuestarias solamente para el festival, como es el caso del Feslloch:

L'ajuntament té una partida que destina al festival. [AE2]

Pero también existen varias subvenciones que piden a la diputación para que se pueda llevar a cabo estos eventos. Cada año sobre los meses de junio- julio se reúnen para conceder subvenciones en materia cultural en general, o como el año pasado para "Festivales Bandas de Música". Según el carácter de la subvención, ésta va destinada a las asociaciones culturales o directamente a los ayuntamientos. El problema de estas subvenciones es que suelen concederse después de la realización del evento.

Hem demanant subvenció a la Diputació però sempre ens la donen després de que s'acaba el esdeveniment. [AE1]

Hem demanat una subvenció, però aquesta la rebrem d'ací uns mesos. [AE3]

La Generalitat también otorga varios tipos de subvenciones como puede ser por el uso del valenciano o desde CulturArts, que se centra más en las actividades culturales como la subvención para el fomento de actividades musicales tales como la organización de festivales, cursos de perfeccionamiento musical, concursos, proyectos musicales de carácter singular y proyectos de producción musical.

Con todo esto, podríamos decir que las instituciones públicas ayudan de una forma u otra a la realización de eventos culturales que fomenten la cultura en general o centrándose solo en la materia musical.

7.3.1 LAS MARCAS TURÍSTICAS DE FESTIVALES EXISTENTES

Las instituciones se han volcado de tal manera con los festivales de música que se han creado diversas marcas turísticas que promocionan algunos festivales de música.

En primer lugar está la marca Mediterranean Musix, que apuesta por “integrar a los seis encuentros más multitudinarios y con más recorrido de entre todos los que se celebran entre junio y agosto, que son: Arenal Sound, Concerts de Vivers, Festival de Les Arts, Festival Internacional de Benicàssim (FIB), Low Festival y Rototom Sunsplash.” (Generalitat: Gabinete de Comunicación, 2016). De estos seis festivales, tres se realizan en la provincia de Castellón, dos en la ciudad de Valencia y uno en Benidorm.

El secretario autonómico de Turismo, Francesc Colomer explicó que la Comunidad Valenciana "es la tierra de las 2.000 bandas de música, por eso la música la llevamos en el ADN, y eso enlaza con lo que representan los festivales" y añade que los festivales “son cultura y turismo, y son un producto importante que debemos impulsar”.

El presidente de la Generalitat, Ximo Puig, señaló que “para los valencianos es esencial la música, pero también el turismo, que representa el 14% del empleo" por lo que se espera que con este proyecto “potenciar y consolidar el turismo internacional en la Comunitat”. (Generalitat: Gabinete de Comunicación, 2016)

Por otro lado, también existe la marca “Castellón, tierra de festivales”, por lo que la Diputación de Castellón invertirá para promocionar a diversos festivales de música que se realicen en la provincia de Castellón. No es de extrañar que los festivales más importantes de esta marca turística sean el Arenal Sound, el FIB, el Rototom Sunsplash y el San San; puesto que éstos son los que más impacto económico dejan en las tierras castellonenses.

Se tiene previsto invertir más de 1,5 millones de euros⁶ para potenciar la llegada de turistas internacionales. Según el presidente de la Diputación de Castellón, Javier Moliner, “los festivales son el mejor reclamo para potenciar el turismo internacional y la mejor tarjeta de presentación para millones de personas que siempre vuelven a disfrutar de Castellón, tanto de la costa como del interior, la gastronomía, el deporte, la naturaleza

⁶ Artículo: Inversión en turismo de festivales a fecha 3 de noviembre. Disponible en: <http://www.dipc.as/es/actualidad/inversi-n-en-turismo-de-festivales> [Página visitada el 20/05/2017]

o el ocio. No es extraño ver a varias generaciones de fibers que nos conocieron por la música y se quedaron por la calidad de vida que ofrecemos. [...]Tenemos las infraestructuras, la oferta hotelera, la capacidad organizativa y el talante hospitalario de los castellonenses. Por eso no es casual que año tras año nuestra provincia lidere la oferta de festivales en toda Europa”.⁷

8. CONCLUSIONES

Una vez analizados los distintos puntos del trabajo, poniendo especial atención a los impactos sociales que comportan estos eventos culturales, podemos afirmar que son acontecimientos únicos en nuestro territorio y que tienen un valor incalculable. Forman parte de la cultura valenciana y principalmente de la cultura castellonense. Se ha demostrado que siguiendo unos ideales y defendiéndolos se puede conseguir más reconocimiento.

El Aplec dels Ports es el festival pionero en este sentido, celebrando con éxito 38 ediciones defendiendo la comarca dels Ports y manifestándose de este modo para que el resto de la sociedad les conozcan. En segundo lugar tenemos el Feslloch que sí que es un festival puramente musical pero que también tiene una ideología muy marcada, que es la de defender el idioma valenciano y por esta razón, solamente contrata a grupos y artistas que tengan sus canciones totalmente en valenciano. En último lugar tenemos el Aplec del Penyagolosa, un acontecimiento muy parecido al primero, pero que todavía tiene que pasar unos años para que se pueda consolidar, puesto que este año tuvo lugar la primera edición.

Este impacto social es favorable y está presente en todos los aspectos posibles, ya sea favoreciendo la interacción social entre los visitantes y entre los visitantes y la población residente, dando un valor cultural para el lugar donde se realiza o haciendo que todos los residentes se vuelquen totalmente en la organización de estos eventos.

Debemos recordar que estos datos son meramente orientativos ya que están sacados de las entrevistas en profundidad realizadas a los organizadores de los eventos. Esto causa que sean opiniones subjetivas de los que ellos piensan que ocurre en estos acontecimientos, pero la carencia de estudios sobre estos temas hace que no tengamos una visión exacta del impacto que deja estos eventos en el territorio, por lo que se

⁷ Artículo: Diputación invierte 400.000 en “Castellón, tierra de festivales” a fecha 06 de julio del 2016. Disponible en: <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2016/07/06/577d6121268e3e16448b4574.html> [Página visitada el 20/05/2017]

debería de realizar investigaciones con más profundidad para poder confirmar y contrarrestar los datos que aquí se expone.

Por lo que respecta a los impactos económicos, se puede observar una falta de implicación de los gobiernos en conocer estos impactos y esto causa que no haya conocimiento sobre estas repercusiones en el territorio. A pesar de que estos eventos no tengan una finalidad económica lucrativa, es importante conocer los efectos que causan estos acontecimientos en los municipios para poder detectar las carencias y solucionarlas.

Ya en el propio tema de los festivales de música en España, se puede comprobar que se está creando una burbuja con este fenómeno de festival, ya que cada año surge un festival nuevo y aumenta el número de asistentes de los ya existentes. El impacto que dejan los macrofestivales en nuestro país es muy elevado y eso hace que las empresas vean que este fenómeno es el que ahora está generando más ingresos. Por esta misma razón no es de extrañar que hasta las instituciones públicas inviertan grandes cantidades monetarias para su promoción en el ámbito internacional.

Pero viendo el carácter de los festivales analizados, ¿por qué no hay ningún tipo de marca o apoyo que promocioe estos eventos?

Hay numerosas subvenciones desde la Diputación de Castellón y desde la Generalitat Valenciana que se conceden para ayudar a estos festivales, pero en ningún lado se ha podido encontrar acciones que ayuden a promocionarlos de alguna manera. Hay noticias que destacan la importancia de estos acontecimientos por ser únicos en la comunidad junto a otros festivales, pero no se observa que los gobiernos se impliquen para divulgar estos eventos fuera de las fronteras autonómicas.

Por esta razón, como resultado de este trabajo parece positiva la creación de una marca turística que unifique los festivales de carácter reivindicativos como pueden ser los tres eventos estudiados, como también los otros eventos parecidos como el TroVam! o el Festivern.

Aunque hay varias ideas contrapuestas, ya que unos piensan que es bueno que se apoye la cultura valenciana y hay otros que piensan que se perdería la esencia del festival.

“Hi ha moltes veus [...] que critiquen que l'administració pública no dóna subvencions al sector privat de la cultura també trobem algunes altres veus que critiquen justament el contrari. Defensen que les empreses culturals no poden ser subvencionades atès que aquest fet pot provocar una competència deslleial i un control ideològic. En aquest sentit

ensem que és convenient distingir entre cultura i política cultural. L'administració ha de fer política cultural per dinamitzar la cultura però no ha de fer cultura, la cultura l'han de fer els agents culturals." (Requena i Mora et al. 2013)

Doncs és una mica complicat perquè ja tenim una ideologia i ens agrada desvincular-nos d'altres coses, pot ser bo com pot ser roí. Perquè entres en altres esdeveniments, altres empreses que tinguen unes ideologies paregudes però sí que busquen el benefici econòmic. Aixina que si ve una empresa i el gestiona, es perdria l'essència perquè a no estarien els joves. [AE1]

La institució que acull aquest esdeveniment, jo entenc que l'interessarà. Estiguen o no d'acord la resta d'organitzadors, jo entenc que per al municipi de Benlloch, el Feslloch es la finestra que el dona a conèixer fora de les fronteres del municipi, fora de les fronteres de les comarques de Castelló i inclús fora de les fronteres del País Valencià. [AE2]

Crec que tot el que siga publicitat està bé. També n'hi ha una marca del Maestrat i crec que es per a guanyar diners, però ahí està i no sabem molt bé de que va. Així que, tot el que done suport i publicitat als pobles oblidats està bé. [AE3]

Por lo que para llevar a cabo esta propuesta, se tendría que analizar todos los pros y los contras que supondría promocionar estos acontecimientos al resto del país y si de verdad valdría o no la pena unificarlos en una única marca turística que defienda esos ideales.

9. BIBLIOGRAFÍA

Aparici, A., Breu introducció i descripció de la situació de partida. *Apunts assignatura «Dinamització turística i canvi social»*.

Aplec dels Ports- Cincorres, 2015. Aplequer 2015. , p.22. Disponible en: https://issuu.com/apledelsportscincorres/docs/aplequer_2015- [Accedido julio 28, 2017].

APM, 2015. El 78% de los asistentes a festivales de música acudirán a 2 o más citas este año. Disponible en: <http://www.apmusicales.com/el-78-de-los-asistentes-a-festivales-de-musica-acudiran-a-2-o-mas-citas-este-ano/> [Accedido mayo 20, 2017].

BIME, 2013a. Estudio sobre festivales en España. *Bizkaia International Music Experience*, 1, p.57.

BIME, 2013b. Estudio sobre festivales en España. *Bizkaia International Music Experience*, 1, p.57.

Bonet, L., 2011. *Tipologías y modelos de gestión de festivales* L. Bonet & H. Schargorodsky, eds., Barcelona: Gescènec.

Cánoves, G., Herrera, L. & Villarino, M., 2005. Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de Turismo*, 15, pp.63-76. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/18511/17861>.

Colombo, A., 2010. Impacto social en la audiencia de un festival. En M. Cuadrado, ed. *Mercados Culturales. Doce estudios de marketing*. Barcelona: EdiUOC, pp. 59-75.

Danza.es, 2017. Festivales. Disponible en: <http://www.danza.es/danza.es/guia-danza/festivales> [Accedido marzo 27, 2017].

Diccionario de la lengua española, 2017. DLE: festival. *Edición del Tricentenario*. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Houfp6X> [Accedido marzo 25, 2017].

Espejo Marín, C., 2004. Campos de golf y medio ambiente. Una interacción necesaria. *Cuadernos de Turismo*, 14, pp.67-11.

Eurostat, 2011. *Cultural statistics*, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011. Disponible en: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3930297/5967138/KS-32-10-374-EN.PDF/07591da7-d016-4065-9676-27386f900857?version=1.0> [Accedido mayo 6, 2017].

Fouce, H., 2009. Un largo verano de festivales. Categorías de experiencia y culturas productivas en la industria musical española. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 64, pp.410-415. Disponible en: [10.4185/RLCS-64-2009-832-410-415%5Cnhttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=48881391&lang=es&site=ehost-live](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=48881391&lang=es&site=ehost-live) [Accedido marzo 12, 2017].

Frutos Mejías, L.M., 2002. Problemas Y Perspectivas Del Mundo Rural*. , (1984), pp.7-30. Disponible en: <http://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/26/18/02frutos.pdf>.

García Sánchez, A. & Albuquerque García, F.J., 2003. El turismo cultural y el de sol y playa. *Cuadernos de Turismo*, 11(11), pp.97-106. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/19581>.

Generalitat: Gabinete de Comunicación, 2016. Puig apuesta por Musix para convertir a la Comunitat en «tierra de festivales» e impulsar el turismo internacional. Disponible en: <http://www.ceice.gva.es/portal-cons->

portlet/htdocs/area_de_prensa/versionImprimiblePrensa.jsp?id_nota=684076&idioma=ES [Accedido mayo 23, 2017].

GoEuro, 2016. Los 100 mejores festivales de Europa. Disponible en: <https://www.goeuro.es/viajes/mejores-festivales-verano-europa> [Accedido mayo 20, 2017].

Guzmán, M., 2007. Metodología de evaluación de impacto. *División de Control de Gestión*. Disponible en: http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/articulos-37416_doc_pdf.pdf [Accedido mayo 24, 2017].

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P., 2014. *Metodología de la investigación*, Disponible en: <https://mail.google.com/mail/u/1/#inbox/15a4cf4b02ab7f85?projector=1>.

IET, I. de E., 2015. *Perfil del turista que visita la Comunitat Valenciana Resultados año 2015*, Disponible en: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Perfil_turista_visitaCV2014.pdf%5Cnhttp://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Perfil_turista_visitaCV2013.pdf.

Ilczuk, D. & Kulikowska, M., 2007. *FESTIVAL JUNGLE, POLICY DESERT? FESTIVAL POLICIES OF PUBLIC AUTHORITIES IN EUROPE*,

Jago, L.K. & McArdle, K.O., 1999. A temporal, spatial and thematic analysis of Victoria's special events. En A.C.T., ed. *CAUTHE 1999: Delighting the Senses; Proceedings from the Ninth Australian Tourism and Hospitality Research Conference*. Canberra: Bureau of Tourism Research, pp. 245-256. Disponible en: <http://search.informit.com.au/documentSummary;dn=061547260080710;res=IELBUS>.

Kostoff, R., 1995. The handbook of research impact assessment. *Office of Naval Research, Arlington VA*.

Laura Montero, Festivales de arte en Europa. *GoEuro Blog*. Disponible en: <http://www.goeuro.es/blog/festivales-de-arte-en-europa/> [Accedido marzo 27, 2017].

Mapelli, B., 2015. «España es el país del mundo con más número de festivales». *EFETUR*. Disponible en: <http://www.efetur.com/entrevista/festivales-libro-gerardo-carton/> [Accedido mayo 20, 2017].

Moliner, M., 1988. *Diccionario de uso del español*, Madrid: Gredos.

Orosa Paleo, I. & Wijnberg, N.M., 2006. Classification of popular music festivals: a typology of festivals and an inquiry into their role in the construction of music genres. *International Journal of Arts Management*, 8(2), pp.1-32.

Pérez Platero, L., 2016. *Impactos turístico-económicos y socio-culturales de los Festivales Musicales en la Comunidad Valenciana*. Universidad de Alicante. Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/55789> [Accedido marzo 25, 2017].

Premios Fest, 2016. Ganadores Premios Fest 2016. Disponible en: <http://premiosfest.com/ganadores2016ganadores2016/> [Accedido mayo 12, 2017].

Querol Vicente, V.A., Recull d'apunts sobre l'espai rural i el turisme rural. *Apunts assignatura «Dinamització turística i canvi social»*.

Requena i Mora, M. et al., 2013. L'impacte de les polítiques públiques culturals en la indústria cultural del País Valencià. En IEC- Associació Catalana de Sociologia, ed. *VI Congrés Català/Internacional de Sociologia. Societat i cultures, més enllà de les fronteres*. España: Institut d'Estudis Catalans. Associació Catalana de Sociologia, pp. 550-577.

Richards, G., 1996. Cultural tourism in Europe. *Cultural Tourism in Europe*. CABI. Wallingford. Disponible en: http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF [Accedido mayo 6, 2017].

Sanchis Silvestre, A. & Olcina Soler, L., 2014. El desarrollo del turismo rural y sus repercusiones. *Papers de Turisme*, p.101. Disponible en: <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/296/253>.

Subdirección General de Estadística y Estudios., 2016. *Anuario de Estadísticas Culturales 2016*, Disponible en: http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2016/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2016.pdf

Ticketea, 2017. Estudio Ticketea- Festivales de música 2016. Disponible en: <http://pro.ticketea.com/festivales-mas-grandes-espana-alcanzaron-3-millones-asistentes-2016/> [Accedido mayo 20, 2017].

UNESCO, 2009. *Festival statistics: Key concepts and current practices*,

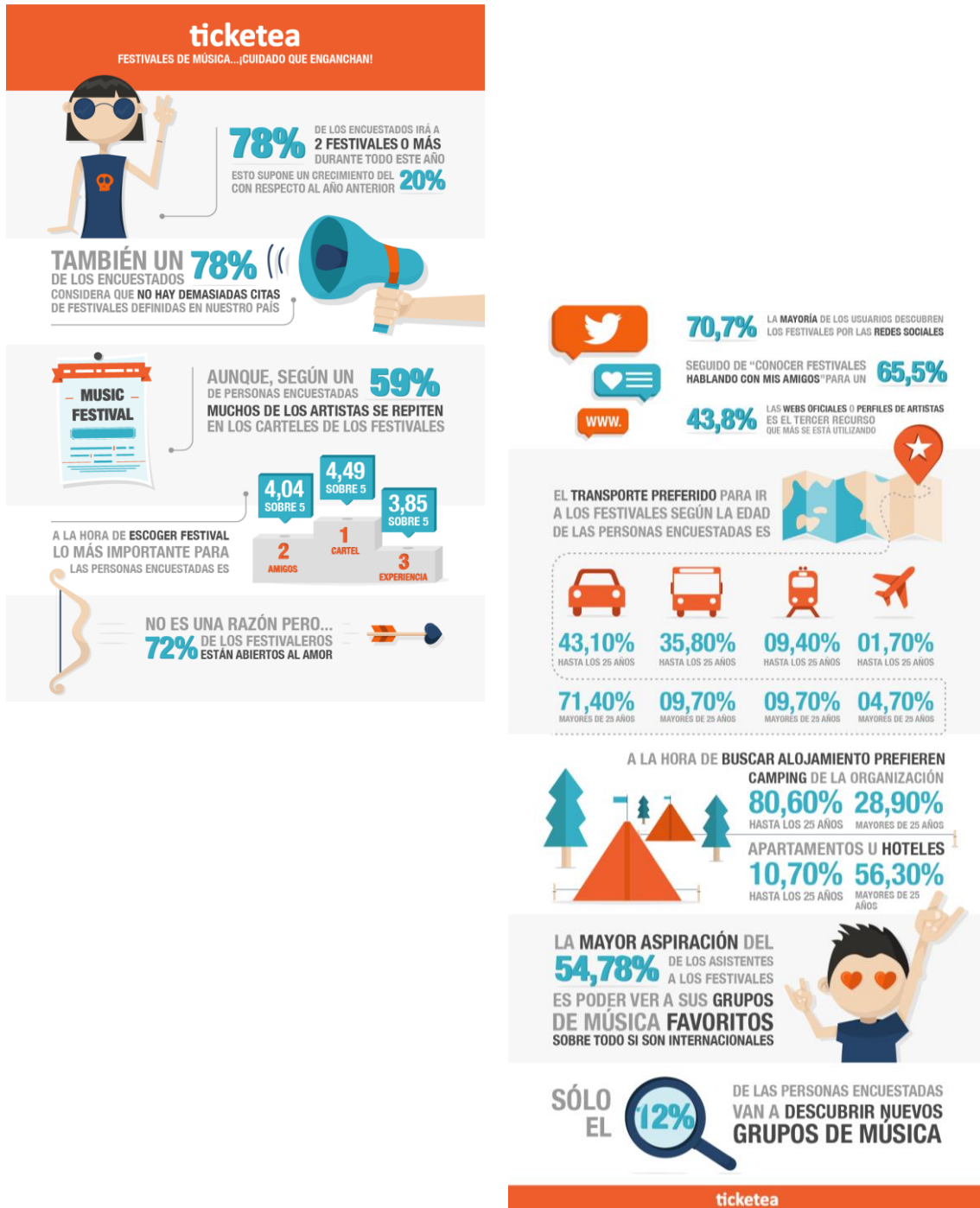
Vallbona, T. & APM, 2017. VIII Anuario de la música en vivo. , p.56-65,142.

VOX, 2017. Definición de Festival.

10. ANEXOS

ANEXO 1: Hábitos de los asistentes a festivales de música en España [Infografía]

Estudio realizado por Ticketea.⁸



⁸ Estudio: Hábitos de los asistentes a festivales de música en España por Ticketea a fecha 30 de abril del 2015. Disponible en <http://blog.ticketea.com/el-78-de-los-festivaleros-vamos-a-ir-a-dos-o-mas-este-ano/> [Página visitada el 20/05/2017]

ANEXO 2: Festivales de música en Castellón

Festivales de música confirmados para este 2017

- El XI Sant Antoni Pop se celebró el día 21 de enero en Betxí. Es un festival que estos últimos años se caracteriza por ser de estilo rock garagero y la entrada costaba 8 euros.
- EMAC Borriana (Evento de Música y Arte Contemporáneo), con su segunda edición en los días 3, 4 y 5 de febrero en Burriana. La entrada era gratuita y los conciertos estaban repartidos por varios lugares de la ciudad.
- FAMM! (Festival de Animación y Música de la Magdalena), en las fiestas de la Magdalena de Castellón celebra este año su segunda edición. Reúne bandas de música de todo el mundo y grupos de animación y teatro más famosos de Europa durante los cinco de la Fiesta de la Magdalena.
- Nules Sona, segunda edición los días 1 y 2 de abril en Nules. Tiene la entrada gratuita y es un festival que cuenta con varios grupos de música valencianos.
- Aplec del Penyagolosa, festival que se estrenó este año los días 7, 8 y 9 de abril en Atzeneta del Maestrat. Es uno de los festivales en el que centraremos el estudio.
- SanSan Festival, en Benicàssim celebra su cuarta edición los días 13, 14, 15 y 16 de abril. Es un festival indie que antes se realizaba en Gandía, pero este año cambiaron la localización hasta Benicàssim. Las entradas se podían conseguir por internet o en puntos de venta y el precio iba en aumento según se iba acercando el evento y llegaban al *sold out*.
- XV Festival Internacional Guitarra Hondarribia los días 13, 14 y 15 de abril en Peñíscola. La entrada de día costaba 5 euros y para los tres días 12€.
- Maig Di Gras Borriana, celebra su segunda edición del 11 al 14 de mayo en Burriana. Es un festival de música negra y brass bands que cuenta con exposiciones, documentales, actividades gastronómicas y de una feria relacionada con la temática totalmente gratuito.
- V Formigues Festival, el festival infantil tendrá lugar los días 13 y 14 de mayo en Benicàssim. Cuenta con conciertos al aire libre y actividades teatrales, deportivas, de artes plásticas, literales, etc., y los precios oscilan entre 5 y 15 euros dependiendo del tipo de entrada.
- Petit Festival, la segunda edición del festival de cantautores en Benicarló los días 19 y 20 de mayo. Es un festival gratuito en el que participan cantautores de lengua castellana o valenciana.

- Primera edición del Red Pier Fest en el Grao de Castellón del 26 al 28 de mayo. Es el nuevo festival de rock gratuito que contará con conciertos, una feria, una zona de espectáculos y mucho más.
- VI Benicàssim Blues Festival del 2 al 4 de junio en Benicàssim. Es un festival que ofrece actuaciones gratuitas en diferentes zonas del casco urbano y de la playa. Además de masterclass, exhibiciones de bailes, conciertos, conferencias y muchas otras actividades.
- Bestialc celebra su 22 edición el 17 de junio en Alcora. Sus conciertos con grupos pop, rock, ska y punk son gratuitos.
- FEN Festival (Festival Estiu Namala) tendrá lugar el 17 de junio en Vila-real. Las entradas anticipadas salieron a 10€ y recoge a varios DJ's famosos en el ámbito local y regional.
- BIF Festival (Balloon International Festival) en Benicàssim el 1 de julio. Por 20€ se puede disfrutar de conciertos punk-pop.
- El Feslloch celebra su undécima edición los días 6, 7 y 8 de julio en Benlloch. Las entradas salieron a 35€ y se caracteriza por ofrecer conciertos de música en valenciano. Es otro de los festivales que vamos a estudiar en este trabajo.
- Este año el FIB (Festival Internacional de Benicàssim) cumple 23 años los días 13, 14, 15 y 16 de julio en Benicàssim. Es el festival indie por excelencia en la provincia de Castellón y eso hace que los abonos superen los 100€ sin el suplemento del camping.
- Early Music Morella presenta este año su sexta edición del 21 al 27 de julio en Morella. Es festival y un curso de música sobre música medieval y renacentista, pero también tiene otras actividades como visitas guiadas, conferencias y talleres. El curso tiene un precio de 200€ y el precio del festival oscila entre 5 y 10 euros dependiendo del concierto, o 40€ si es el abono entero.
- XXXIXè Aplec dels Ports tendrá lugar los días 28, 29 y 30 de julio en La Mata. Es el festival de este tipo más antiguo de la provincia donde se reivindica la cultura de la comarca dels Ports. El estudio se centrará en este festival.
- Durante el mes de julio se celebra el XIV Festival de Jazz en Peñíscola con una duración de unos nueve días. Varios artistas internacionales visitan los rincones de Peñíscola y ofrecen conciertos a los visitantes. Hay conciertos gratuitos y conciertos con un precio de 15€ al día o 40€ el abono.
- La octava edición del Arenal Sound será este año del 1 al 6 de agosto en Burriana. Es el festival con más asistentes en España y a pesar de la incertidumbre del lugar de los conciertos, ya han vendido todas las entradas.

- En la primera quincena de agosto se celebra el XXI Festival de Música Antigua y Barroca en Peñíscola. Festival creado para recuperar la música antigua y barroca y acercarla al mayor número de público. Su duración es de unos 13 días y cuenta con conciertos gratuitos, entradas de día por 12€ y abonos por 70€.
- El Rototom Sunsplash Festival celebrará su 24ª edición del 12 al 19 de agosto en Benicàssim. Es el festival reggae europeo por excelencia, ya que además de los conciertos, tiene muchas otras actividades ya mencionadas anteriormente. La entrada de un día cuesta 33€ y el abono 175€, si el asistente quiere camping, el precio aumenta según su tipo de entrada.
- III BEF Benicàssim (Benicàssim Electrònic Festival) los días 25 y 26 de agosto. Festival electrónico bastante reciente que poco a poco está cogiendo firmeza. Los primeros abonos han salido a 20€.
- El festival infantil Nickelodeon Slime Fest tendrá su segunda edición en Benicàssim a finales de agosto. En el 2016 tuvo su primera edición con bastante éxito. Acudieron artistas nacionales bastante famosos en el ámbito juvenil, como Calum (ganador del programa la Voz Kids) o el grupo Furius Monkey House. El festival contaba con zonas recreativas con skates, BMX y varios talleres.
- Sin fecha concreta tenemos el XIV ORFIM (Oropesa Festival Internacional de Música) en agosto. Este festival de música clásica, cuenta con la presencia de artistas nacionales e internacionales y ofrece conciertos totalmente gratuitos en varios escenarios del casco antiguo.
- En el mes de agosto se celebrará el Summer Rave Cabanes, pero todavía no se sabe la fecha concreta. Festival veraniego que celebra el aniversario de la discoteca Pirámide. Es uno de los festivales más importantes de la música rave y electrónica que reúne más de 15.000 asistentes en un solo día.
- Desde el 15 de agosto hasta el 08 de septiembre, tendrá lugar el LI Certamen Internacional de Guitarra Francisco Tárrega en Benicàssim. Es el festival más antiguo de Europa (este año la 51ª edición) y está dirigido a intérpretes de guitarra de menos de 33 años para fomentar la ejecución de este instrumento y sobretodo en obras del compositor Francisco Tárrega.
- La quinta edición del FeCStival será el 7 de octubre en Castellón. Recoge a varias bandas de la provincia con el objetivo de dar a conocer su música a todo el mundo. Es un festival gratuito que ofrece, además de los conciertos, varias actividades para el disfrute de toda la familia.
- Quasimoto Surf's Up Invitational Burrifornia en Burriana. Del 12 al 14 de octubre se celebrará una nueva edición de esta convivencia surfera. Todavía no se sabe

cuándo se abrirán las inscripciones ni a qué precio, pero sí se sabe que además de conciertos de surfs bands y de DJ's, habrá un mercadillo surfer, una exposición fotográfica, entre otras actividades.

Festivales celebrados en el 2016 sin fecha para el 2017

- Cova Rock en la Vall d'Uixó. Su estilo no es solo de rock, sino que también integra música celta, reggae, rap o infantil. La edición del 2016, en los días 12 y 13 de febrero, se caracterizó por ser solidaria, ya que parte de sus ingresos por la venta de entradas (5 € anticipada y 7€ en taquilla) se destinó a la ONG Smara. Contó con varias actividades para todas las edades y también tenía un punto de recogida de alimentos.
- Festival Internacional de Música de Cámara de Castellón. Contó con dos ciclos distintos de tres días cada uno, el primaveral en junio y el invernal en diciembre.
- Arrankapins en el Pinar del Grao de Castellón. Festival gratuito en julio, de grupos y artistas con música en valenciano con una duración de cuatro días.
- Metal Fox Fest en Lucena del Cid. Un festival gratuito y de estilo heavy metal con duración de un solo día en julio, pero el pasado año se celebró una fiesta de presentación del festival.
- Soneja Rock. Festival roquero con una duración de un solo día en el mes de julio y organizado por los mayores de Soneja. Los grupos que actuaron eran bandas locales y había uno de los grupos punks más importantes del panorama punk nacional. La entrada anticipada costaba 10€ y en taquilla 13€.
- Dolç Festival de Música Tradicional. Fue un proyecto apoyado por la diputación de Castellón en el que promocionaba los grupos de *dolçaina i tabalers* de la provincia, haciendo un recorrido por varias comarcas desde el 23 de julio hasta el 27 de agosto.
- Festival de Música de Ares del Maestrat. La música de cámara inunda las calles de Ares del Maestrat durante tres días en el mes de agosto de manera totalmente gratuita.
- MAC (Moncofa Al Carrer). Durante ocho días en agosto, el municipio de Moncofa ofrece diversos conciertos, actuaciones teatrales y de danza, espectáculos circenses, animación infantil y cine, por todos sus rincones.
- La quinta edición de Belle Epóque en Benicàssim se celebró entre el 1 y el 4 de septiembre. Es un evento cultural de tres días que teletransporta a los visitantes a los siglos XIX y XX. Utilizan las antiguas villas del municipio para realizar todo tipo de actividades como son los conciertos, ferias, presentaciones y

espectáculos. Lo más característico es la ambientación de este evento, ya que todo el que trabajaba allí, estaba vestido de época.

- TroVAM! - Pro Weekend en Castellón. Fue una feria que contaba con más de 60 actuaciones y más de 20 actividades para fortalecer y vertebrar el sector musical valenciano. Duró 4 días en el mes de noviembre y la entrada costaba 15€.
- Festival de Jazz en Castellón. En diciembre del 2016 Castellón acogió este festival donde actuaron artistas locales, de la comunidad, nacionales e internacionales durante nueve días.

ANEXO 3: Entrevistas

AE1: Entrevista per l'Aplec dels Ports

Aquesta entrevista és amb Èlia Calvo Riera, presidenta del Aplec dels Ports que es realitzarà del 28 al 30 de juliol del 2017 en La Mata.

Bon dia, primer de tot gràcies per acceptar a realitzar aquesta entrevista per el meu TFG en la titulació de Turisme de la Universitat Jaume I sobre els festivals i esdeveniments de música de l'interior de la província de Castelló.

1. Per començar, m'agradaria saber una mica el perquè d'aquest esdeveniment, com va sorgir la idea i quins són les seves característiques més destacables. Com per exemple, saber si serveixen per reivindicar una ideologia o si donen una imatge per al municipi.

El Aplec dels Ports va començar 1978 i ja portem 39 edicions. Un grup de joves es van reunir i després de la transició es van donar conter de que ací no tenien els mateixos mitjos i estava molt abandonat de les institucions i van pensar en crear una festa de germanor. Es va a començar com una festa de quatre joves que es reunien per a sopar fins ara que segueixen amb els mateix principis. Serveix per a reivindicar que estem ací, sempre estem demanant alguna cosa que ens falta, perquè és evident que estem un poquet penjats. Som municipis, alguns de menys de 200 habitants, doncs d'alguna manera aconseguim que en un cap de setmana vingua molta gent, és a dir, els pobles de 200 habitants passen a tindre 5.000 assistents, que es una barbaritat. D'alguna manera, aquesta gent que ve, se'n porta una imatge de festa, però moltes altres se'n porten una imatge de reivindicació, com de festejar la cultura que tenim ací.

Els municipis estem molt contents de poder participar perquè és una manera de ensenyar-li a la gent on vius, quina qualitat de vida que tens i tot això, a part de dir-li totes les coses roines que podem tindre, com poden ser les carreteres o el despoblament, els mitjans de transport, les telecomunicacions, etc.

2. Si ens centrem en la part de xifres, sabria dir-me el nombre d'assistents aproximat que va visitar l'esdeveniment cada dia i l'impacte econòmic que deixa aquest festival per al municipi?

El nombre d'assistents va variant. Depèn dels pobles, si és un poble com Morella o Vilafranca sí que sol anar molta més gent. Però com no cobrem entrada, no tenim forma de contar quanta gent ve, solem fer un sondeig. Aproximadament podria ser uns 5.000 assistents.

En quant a l'impacte econòmic, els establiments té molta més gents que consumeix. Però al cap i a la fi, tots els diners que tenim de benefici, no va per a l'associació, va per a millorar el poble.

3. Amb aquestes xifres, podríem dir que l'esdeveniment resulta rendible econòmicament parlant?

És molt relatiu. En alguns pobles sí que ha tingut un benefici molt alt, però en altres no. El nostre objectiu no és econòmic, ens ajuntem per a organitzar activitats durant tot l'any i que no siga només en un cap de setmana. Però sí que crec que n'hi han empreses que pensen que ací es trauen molts diners, que en veritat no és així, i han volgut firmar un conveni per a privatitzar-ho d'alguna manera, però nosaltres sempre els hem dit que no, perquè al final, l'esperit de l'Aplec s'acaba, ja no seria una festa d'un poble, seria una festa que una empresa fa a un poble i això no és el que estem buscant.

4. Al contrari que el Feslloch, el Aplec no cobra entrada als visitants, quin és el mètode de finançament de l'esdeveniment? És l'ajuntament el que inverteix en el festival, empreses privades o per subvencions de la Diputació o Generalitat?

El nostre finançament és el que traiem de les barres de beguda el cap de setmana, a més del que guanyem del merchandising. Algunes vegades hem tingut que ficar diners de les nostres butxaques però no ha hagut any que no hàgem pogut pagar els nostres conters. Sí que es veritat, que hem demanat ajuda a les associacions en el tema dels canvis per a les barres. L'ajuntament no invertix en diners, però en el tema de les assegurances sí que ens cobrixen d'alguna manera, i també ens ajuden en els locals i tot allò. Aixina que ajuda econòmica no tanta però d'un altra manera sí que ens ajuden.

Al explicar el que volem fer i el renom que hem aconseguit durant els casi quaranta anys, algunes empreses privades rebaixen el seu caché i això ens ajuda a poder continuar fent les coses. Els comerços del poble, a canvi de publicitat o coses paregudes, també ens donen un poc de suport econòmic per a pagar algunes coses. Per últim, rebem subvencions d'algunes associacions com n'és el cas de la Mancomunitat dels Ports,

hem demanant subvenció a la Diputació però sempre ens la donen després de que s'acaba el esdeveniment.

5. Parlant ara de l'impacte social, quines repercussions socials comporten per al territori? Afavoreixen la interacció social?

A nivell de la comarca, n'hi ha una unió increïble. L'Aplec és unió, és agermanament entre els pobles, sempre ens estem ajudant. Si ens fa falta alguna cosa, cridem al altre poble i ens ho deixen sense cap problema. Normalment tot surt gràcies als altres pobles, a més a més, com els pobles de la comarca estan conscienciats, sempre consumeixen en les barres del poble, sempre compren en els locals i sempre ajuden.

Afavoreix a la interacció social entre la gent major ja que els joves sempre parlen amb la gent major, i això és el que ens fa falta, una interacció entre tota la gent. Mentres que la gent que ve de fora, normalment diuen sempre el mateix "tot això el feu gratis?", "que a gust hem estat", "i el tracte ha sigut molt bo".

6. Quina és la percepció social sobre aquest aplec? La població ha respost favorablement o es desentén del tema?

Com he dit abans, la gent està molt conscienciada amb l'Aplec, perquè no n'hi ha res que haja aconseguit notar-se'n més que l'Aplec. S'han intentat fer altres esdeveniments, però no han tingut el mateix impacte que l'Aplec. Aixina que sí, la població ha respost favorablement i crec que encara ens queda Aplec per molt de temps.

7. Afegeix l'organització de l'esdeveniment un valor cultural per al municipi? S'ha notat un increment de visitants?

Sempre intentem fer mostra de les nostres tradicions, de com és el nostre poble. Sempre ho intentem relacionar una miqueta en l'Aplec. No és un festival de música només, això de primeres, la música sempre aconsegueix un poquet més de assistents, però fem activitats orientades a totes les edats, i xerrades, exposicions i tot relacionat amb la nostra comarca. També en temes impulsant els locals, els comerços, que estan sortint i el intentem promocionar. Per exemple, des del nostre Facebook, moltes vegades compartim festes o tradicions d'altres pobles de per aquí, i aixina per lo menys la gent el conequera. Aixina que sí, donem un valor cultural perquè l'Aplec és una manera de viure, l'Aplec és una manera de pensar, l'Aplec és una cosa que anem transmetent de generació en generació. És una tradició, que avui en dia siga desvinculat a la religió, queden poques.

8. He investigat i he observat que hi ha diferència entre el cachè dels grups, és a dir, els grups més locals solen cobrar menys que els de renom, i això que els locals

s'identifiquen més amb el territori. Com explicaria aquesta diferència de cachè entre grups? Per quina raó creu que ocorre això?

N'hi han molts grups de música, n'hi han molts grups de música que viuen de la música i d'alguna manera, n'hi han grups de música que volen viure de la música. Per mala sort o no, els grups de música que nosaltres portem a l'Aplec i coneixem, són grups que de moment estan eixint encara, els intentem promoure. Venen ací, toquen, veuen que n'hi ha gent de molts altres pobles i per a ells, això és una promoció molt gran. Si per exemple, portem a "Auxili" que fa una gira per tota Espanya, i després portem un altre grup que només va per ací, jo també entenc que tinga un poquet més moguda per a la gent.

Els grups que venen, saben que venen a l'Aplec, els valors que transmet i la ideologia i intenten ajudar-nos d'alguna forma i ens ve molt bé, perquè la gent jove es mou ara per un grup de música i si ara portes un grup de música de nom, eixa persona vindrà, ho vorà, estarà en el seu grup de música però també vora altres coses que si no haguera estat el seu grup de música, a lo millor no haguera vist mai.

També intentem que siguen músics de la Comunitat Valenciana o de Catalunya i que canten en valencià, o com aquest any que hem portat un grup en castellà que es diu "Los de Marras", perquè els nostres veïns són castellanoparlants i com ací no existeixen fronteres i ens portem molt bé en la gent de Terol, hem intentat trobar un grup que els faja sentir identificat per a buscar més germanor.

9. L'última pregunta. En finalitzar aquest treball propose la creació d'una marca turística que promocióne aquest tipus de festivals i esdeveniments ja que són una reivindicació d'una ideologia bastant arrelada a les nostres terres. Creu que és una bona idea perquè el país conega aquesta cultura o es perdria l'essència del esdeveniment?

És un poc complicat, perquè ja n'és contractar una empresa turística per a crear la marca i sempre hem intentat evitar la paraula festival. Ací a la mancomunitat s'està creant la marca "Els Ports és autèntic" i n'hi han diferents submarques i ens han col·locat en la submarca del Aplec dels Ports sense consultar. Doncs és una mica complicat perquè ja tenim una ideologia i ens agrada desvincular-nos d'altres coses, pot ser bo com pot ser roí. Perquè entres en altres esdeveniments, altres empreses que tinguen unes ideologies paregudes però sí que busquen el benefici econòmic. Aixina que si ve una empresa i el gestiona, es perdria l'essència perquè a no estarien els joves.

Moltíssimes gràcies per la seva col·laboració. Si desitja més informació pot contactar amb mi mitjançant correu electrònic (al285112@uji.es).

AE2: Entrevista per al Feslloch

Aquesta entrevista és amb Eugeni Trilles Fabregat, ú dels organitzadors del Feslloch que es realitzarà els dies 6, 7 i 8 de juliol.

Bon dia, primer de tot gràcies per acceptar a realitzar aquesta entrevista per el meu TFG en la titulació de Turisme de la Universitat Jaume I sobre els festivals i esdeveniments de música de l'interior de la província de Castelló.

1. Per començar, m'agradaria saber una mica el perquè d'aquest esdeveniment, com va sorgir la idea i quins són les seves característiques més destacables. Com per exemple, saber si serveixen per reivindicar una ideologia o si donen una imatge per al municipi.

El festival va nàixer en el 2007 i en la primera iniciativa es plantejava un festival de un dia, una nit en música amb grups en musica en valencià i es plantejava com un projecte per a dinamitzar el municipi de Benlloch i la promoció de la llengua valenciana i la música que es fa en aquesta llengua. Abans de començar el primer any, des de l'ajuntament, sobretot des del seu tècnic Xavier Ginés que era el que tenia contactes i amistats en la gent d'Escola Valenciana es va plantejar la iniciativa, i a la gent de l'Escola Valenciana els va agradar. Es va comentar als col·lectius que tenien un perfil més propici per a col·laborar en un esdeveniment d'aquestes característiques. Ho vam comentar amb els companys del club de futbol de Benlloch i en la associació cultural Pitxurrull. A partir d'ahí es vam sentar els col·lectius i vam dir que una nit no creiem que era suficient, i una vegada tiraren endavant el projecte que foren dos nits. A partir d'ahí va ser quan vam iniciar el projecte i es va fer un festival de música única i exclusivament en valencià i en dos jornades de vesprada nit, que en aquelles primeres edicions van ser divendres i dissabte.

2. Si ens centrem en la part de xifres, sabria dir-me el nombre d'assistents aproximat que va visitar l'esdeveniment cada dia i l'impacte econòmic que deixa aquest festival per al municipi?

El primer any va tindre entre els 800 i 1.100 persones, que pot paréixer que no es molta gent si ho comparem amb les xifres d'ara. Però tenim en compte que el municipi de Benlloch tenia 1.000 habitants, era duplicar la població en un cap de setmana i es convertia en l'esdeveniment més multitudinari que tenia el municipi de Benlloch durant l'any. En els últims anys hem passat a tindre una mitja entre 12.000 a 15.000 assistents. El creixement ha sigut exponencial, tenint en compte que ha passat de ser de dues jornades a ser tres, de dijous a dissabte.

3. Amb aquestes xifres, podríem dir que l'esdeveniment resulta rendible econòmicament parlant?

Sí, els resultats han fluctuat. Han hagut anys que el festival ha sigut molt rendible, econòmicament molt satisfactori. Altres anys ha baixat, dependent sobre tot també de l'oferta musical si tenim en compte el perfil del públic "fesloquer".

4. A part dels ingressos per la venda d'entrades en el cas del Fesloch, quin és el mètode de finançament de l'esdeveniment? És l'ajuntament el que inverteix en el festival, empreses privades o per subvencions de la Diputació o Generalitat?

L'ajuntament té una partida que destina al festival i també demana subvencions per la seua banda. Després, sí que se solen demanar altres vies d'ajudes, que a partir d'aquest any es va crear la associació Fesloch com a tal, però abans de tindre la associació, estava la associació Pitxurrull de la qual jo forme part va demanar subvencions per la seua banda, el club de futbol a partir de la cinquena o sisena edició es va desvincular del festival, i crec que l'Escola Valenciana demana subvencions per la seua part també.

5. Parlant ara de l'impacte social, quines repercussions socials comporten per al territori? Afavoreixen la interacció social?

Sí, sobretot el nivell més alt d'interacció social es dona en els segments d'edats del públic, vull dir, és el reflex del públic que tenim que oscil·la des dels 16 fins als 27-28 anys, i la interacció social a nivell local tant de Benlloch com dels municipis pròxims es dona en aquets rangs d'edat principalment.

6. Quina és la percepció social sobre aquest festival? La població ha respost favorablement o es desentén del tema?

Ha respost favorablement perquè tenen consciència de que n'és l'esdeveniment que major impacte econòmic té en el municipi en moltíssima diferència. Tenim en compte que en una jornada tu tripliques o quadruplicas la població.

7. Afegeix l'organització del festival un valor cultural per al municipi? S'ha notat un increment de visitants?

Clar que sí. Tenim una cota, la cota Castelló, que fa que tingam més grups de la província de Castelló que de València, promocionant aixina la música feta en els territoris castellonencs. En el festival del primer al cinqué any va augmentar els visitants, del cinqué al vuité també va incrementar, però a partir del nové va baixar perquè vam canviar d'ubicació. També tenim que tindre en compte que un municipi de 1.000 habitants com n'és Benlloch, no pot assumir una vinguda de tants assistents, per això s'ha reduït l'aforament i la venda d'entrades.

8. He investigat i he observat que hi ha diferència entre el cachè dels grups, és a dir, els grups més locals solen cobrar menys que els de renom, i això que els locals s'identifiquen més amb el territori. Com explicaria aquesta diferència de cachè entre grups? Per quina raó creu que ocorre això?

Depèn de la resposta que tenen amb el públic. Perquè al cap i a la fi, tot i que a nosaltres no ens agrada, els festivals s'han convertit en un producte comercial que tenen un cost i generen un benefici. Llavors, aquells grups que en el temps, es donen compte que tenen un resol mediàtic i tenen molt d'impacte, puguen el cachè. Sobretot, la majoria dels grups estan tots baix productores i són les que marquen els preus per dir-ho d'alguna forma. A partir d'això, un producte que està demandat, puja el preu i un producte que comença ara, té un preu econòmic i va pujant poc a poc. Això passa en el País Valencià, com a nivell estatal com a nivell internacional. Nosaltres intentem marcar una cota mínima de grups de la província de Castelló i que el festival no siga majoritàriament de grups de València. Els cachés no el marquem nosaltres, nosaltres negociem el preu amb les promotores.

9. L'última pregunta. En finalitzar aquest treball propose la creació d'una marca turística que promocióne aquest tipus de festivals i esdeveniments ja que són una reivindicació d'una ideologia bastant arrelada a les nostres terres. Creu que és una bona idea perquè el país conega aquesta cultura o es perdria l'essència del esdeveniment?

La institució que acull aquest esdeveniment, jo entenc que l'interessarà. Estiguen o no d'acord la resta d'organitzadors, jo entenc que per al municipi de Benlloch, el Feslloch es la finestra que el dona a conèixer fora de les fronteres del municipi, fora de les fronteres de les comarques de Castelló i inclús fora de les fronteres del País Valencià. Tenint en compte que, n'hi ha un altre organisme que es l'Escola Valenciana, que diguem que ja no té un interès turístic, sinó més bé un interès polític (entés polític en el ample del concepte de polític). Però bé, ens agrade o no ens agrade és així, però passa en tots els festivals, com el FIB en Benicàssim o el Arenal Sound en Borriana. Son diferents visions d'un mateix producte.

Jo sóc de Benlloch i compartisc i sempre he incidit que la cosa no se'n isqué dels límits, com marcar un tope als abonaments i el tope de visitants, jo me quede més en la part política reivindicativa de la filosofia que és el festival i de la promoció de la nostra llengua, independentment que l'altra està ahí, igual que l'econòmica. Principalment, perquè tot i ser veí de Benlloch, jo no tinc un interès econòmic més enllà de beneficiar als amics i amigues i veïns i veïnes del municipi, i més enllà del interès turístic que puga tindre sempre un interès d'un turisme des d'un punt de vista sostenible.

Moltíssimes gràcies per la seva col·laboració. Si desitja més informació pot contactar amb mi mitjançant correu electrònic (al285112@uji.es).

AE3: Entrevista per l'Aplec del Penyagolosa

Aquesta entrevista és amb Jaume Gil Saura, ú dels organitzadors del Aplec del Penyagolosa realitzat el passat 7, 8 i 9 d'abril del 2017.

Bon dia, primer de tot gràcies per acceptar a realitzar aquesta entrevista per el meu TFG en la titulació de Turisme de la Universitat Jaume I sobre els festivals i esdeveniments de música de l'interior de la província de Castelló.

1. Per començar, m'agradaria saber una mica el perquè d'aquest esdeveniment, com va sorgir la idea i quins són les seves característiques més destacables. Com per exemple, saber si serveixen per reivindicar una ideologia o si donen una imatge per al municipi.

Partint de que primerament no és un festival, fa temps que volíem fer l'Aplec. Veiem que als pobles del voltant es quedaven en menys gent entre setmana, és a dir, que vivint en el poble eren pocs, però els cap de setmanes sí que anava gent. També vam notar que les administracions ens tenien oblidats "sí, molt bonic el Penyagolosa, però els pobles del voltant no". L'Aplec va consistir en activitats gratuïtes com concerts, tallers i jocs infantils, activitats esportives, mostres culturals i festa; tot per a reivindicar els pobles del voltant del Penyagolosa.

2. Si ens centrem en la part de xifres, sabria dir-me el nombre d'assistents aproximat que va visitar l'esdeveniment cada dia i l'impacte econòmic que deixa aquest festival per al municipi?

No sabria dir-te molt bé. Les activitats esportives del matí tenien inscripcions limitades i es va omplir, les rutes no van tenir molt de èxit però les activitats infantils sí que van tindre molt de públic. Podríem dir que van ser unes 1.000 persones el dissabte i unes 400 el diumenge.

3. Amb aquestes xifres, podríem dir que l'esdeveniment resulta rendible econòmicament parlant?

No perquè no volíem traure un benefici econòmic, volíem que la gent sabera coses del nostre poble.

4. Al contrari que el Feslloch, el Aplec no cobra entrada als visitants, quin és el mètode de finançament de l'esdeveniment? És l'ajuntament el que inverteix en el festival, empreses privades o per subvencions de la Diputació o Generalitat?

L'ajuda econòmica la vam traure de la cooperativa, dels bars del poble i un par de Benafigos i dels quintos. Hem demanat una subvenció, però aquesta la rebrem d'ací uns mesos. La venda de merchandising i de beguda ens ha aportat diners per l'Aplec del any que ve en Benafigos. L'Ajuntament també ens va donar un suport econòmic i si tingueren més despeses ajudarien més, però també ens vam oferir ajuda de altres formes. Hem volgut estalviar els diners que hem rebut per el pròxim Aplec.

5. Parlant ara de l'impacte social, quines repercussions socials comporten per al territori? Afavoreixen la interacció social?

Sí, clar que afavoreixen. Vam tindre molts assistents que s'ho van passar genial i que ja estan pendants de les pròximes edicions.

6. Quina és la percepció social sobre aquest aplec? La població ha respost favorablement o es desentén del tema?

Sí. Entre la nostra penya, els nostres pares i l'ajuntament, ja érem moltes persones. Però tot el món volia ajudar i ens deien que si el necessitàvem, que ho diguérem.

7. Afegeix l'organització de l'esdeveniment un valor cultural per al municipi? S'ha notat un increment de visitants?

Clar. El propòsit d'aquest aplec és el reivindicar la nostra cultura i el nostre patrimoni. Crec que encara és molt prompte per a dir que n'hi ha un increment de visitants ja que la majoria eren amics d'algú veí del poble o eren dels pobles dels costat. També crec que Atzeneta del Maestrat és bastant coneguda perquè passen per el poble per anar a altres, aixina que crec que es veurà tot l'any que ve, perquè Benafigos no és tant famosa.

8. He investigat i he observat que hi ha diferència entre el cachè dels grups, és a dir, els grups més locals solen cobrar menys que els de renom, i això que els locals s'identifiquen més amb el territori. Com explicaria aquesta diferència de cachè entre grups? Per quina raó creu que ocorre això?

Nosaltres teníem un pressupost molt ajustat i les bandes son totes bastant locals, no podíem oferir-li'ls més del que teníem. No sé si de veritat passa això en altres festivals o no.

9. L'última pregunta. En finalitzar aquest treball propose la creació d'una marca turística que promocióne aquest tipus de festivals i esdeveniments ja que són una reivindicació d'una ideologia bastant arrelada a les nostres terres. Creu que és una bona idea perquè el país conega aquesta cultura o es perdria l'essència del esdeveniment?

Clar que sí. Crec que tot el que siga publicitat està bé. També n'hi ha una marca del Maestrat i crec que es per a guanyar diners, però ahí està i no sabem molt bé de que va. Així que, tot el que done suport i publicitat als pobles oblidats està bé.

Moltíssimes gràcies per la seva col·laboració. Si desitja més informació pot contactar amb mi mitjançant correu electrònic (al285112@uji.es).

AE4: Entrevista para Égalité

Aquesta entrevista és amb Angel Monfort Guimera, ú dels components del grup de música Égalité.

Bon dia, gràcies per acceptar a realitzar aquesta entrevista per la meua TFG en la titulació de turisme de la Universitat Jaume I sobre els festivals de música de l'interior de la província de Castelló.

1. Primer de tot, enhorabona pel vostre nou disc. Sou una banda pràcticament jove i ja heu participat en festivals com el Feslloch, el Aplec dels Ports i el Aplec del Penyagolosa. Creeu que l'actuar en festivals de música us ha donat aquesta empenta per aconseguir més seguidors?

Sí, evidentment. A part de les xàrcies socials, els festivals és un lloc on n'hi ha molta gent. El Feslloch és el que més impuls ens ha donat, perquè ve molta gent de molts llocs diferents. L'Aplec dels Ports, a pesar de que els últims anys està venint molta gent de fora, és més territorial i comarcal.

2. Les vostres cançons són en valencià. Per què? És una forma de reivindicar l'idioma i la cultura?

Sí, evidentment és així, no n'hi ha que donar-li més voltes. Cada vegada, el concepte de parlar en valencià té un caràcter menys reivindicatiu, perquè al cap i a la fi, quan vam començar els primers més famosos, com la Gossa Sorda, sí que tenien un esperit reivindicatiu de només per parlar en valencià ja tenia un poc de reivindicatiu. Les nostres lletres són reivindicatives i també estàs defenent el valencià, però al final és "perquè no pots parlar en la llengua que vulgues?"

3. Creeu que hi ha un augment d'oïdors d'aquest tipus de música des que ha sorgit aquests festivals? En altres paraules, creeu que aquests festivals han afavorit a l'expansió de la cultura valenciana i del municipi?

El Feslloch, el ser en només en una localitat sí que ha donat un lloc a Benlloch en el mapa que abans no tenia. I la característica del Aplec és que cada vegada es fa en un

lloc, i tenen dues capitals que són Vilafranca i Morella on ja tenen un nom més conegut, però el altres municipis més xicotets, encara no n'hi ha molta força.

4. He investigat i he pogut observar que hi ha una mica de diferència entre el caché dels grups, és a dir, els grups més locals solen cobrar menys que els de renom, i això que els locals s'identifiquen més amb el territori. Heu hagut de rebaixar el vostre caché per poder tocar en aquests festivals? Per quina raó creieu que ocorre això?

Sí, en algunes ocasions sí que hem tingut que rebaixar el caché. Però la política del grup es arribar a un certs límits, perquè moltes vegades la gent en la indústria valenciana se creu que tot es de bon rotllo i se creuen que tot va bé. Al final n'hi han unes productores que tenen que guanyar diners, tots volen guanyar diners i al final els que menys guanyen són els musics. Al final als festivals els ix rentable els grups que porta a molta gent, per això hem tingut que rebaixar un poc.

5. Última pregunta. En finalitzar aquest treball, proposo la creació d'una marca turística que promoció aquest tipus de festivals ja que són una reivindicació d'una ideologia bastant arrelada a les nostres terres. Creeu que és una bona idea perquè el país conega aquesta cultura o es perdria l'essència del festival?

És interessant perquè n'hi han dues corrents diferents. Conec a gent que pensa que abans era millor, eren menys gent i et sorprén perquè és un símptoma bo que n'hi haja més gent. Evidentment, potser que no hi haja el mateix caliu d'abans de ser super reivindicatiu i innovador, però ara si no arribem a eixe punt d'expansió es quedarà en no res. Seria bo que aquesta marca es integrara amb la nova televisió valenciana que es va crear, donaria un gran impuls igual que passa en Catalunya, que a tots els grups que canten en català els ha donat impuls.

Moltíssimes gràcies per la seva col·laboració. Si desitja més informació pot contactar amb mi mitjançant correu electrònic (al285112@uji.es)