

Facultat de Ciències Socials

Folkejant

**Un festival para el diálogo
de músicas de raíz tradicional**

Mireia Climent Sanchis

Máster Oficial en Gestión Cultural

Tutor: Gil Manuel Hernández i Martí

Valencia, 2 de septiembre de 2011

Índice

I.- Introducción.....	p. 5
II.- La música popular tradicional en el contexto de la patrimonialización de la cultura.....	p. 8
1.- Patrimonio etnológico, tradición y cultura popular.....	p. 8
2.- El problema de la identidad valenciana.....	p. 15
3.- La música popular.....	p. 17
4.- Folklore vs folklorismo.....	p. 19
5.- La riproposta.....	p. 21
III.- La música popular tradicional del País Valenciano.....	p. 23
IV.- La música popular tradicional de Galicia.....	p. 29
V.- Metodología. Fuentes de documentación sobre el folk.....	p. 36
1.- Entrevistas personales.....	p. 36
2.- Revistas, blogs, páginas webs, radio y televisión.....	p. 37
3.- Circuitos: <i>La Gira</i> y <i>So de Sons</i>	p. 42
VI.- Los festivales de música folk como lugares de difusión y puntos de encuentro: País Valenciano y España.....	p. 45
VII.- Propuesta de un festival de música folk País Valenciano-Galicia: Folkejant.....	p. 51
1.- ¿En qué consiste Folkejant?.....	p. 51
2.- Planteamiento o enfoque. Misión. Objetivos generales y específicos.....	p. 51
3.- Los grupos.....	p. 53
A) País Valenciano.....	p. 53
B) Galicia.....	p. 55
4.- Los talleres de danza tradicional.....	p. 57
5.- La conferencia.....	p. 58
6.- Lugar: Almussafes.....	p. 59
7.- El público.....	p. 64
8.- DAFO.....	p. 65
9.- Organización del festival.....	p. 66
A) Fase de pre-producción.....	p. 67
B) Fase de producción.....	p. 68
C) Fase de post-producción.....	p. 69
10.- La comunicación.....	p. 69

11.- El presupuesto.....	p. 74
12.- El precio.....	p. 79
13.- La evaluación del evento.....	p. 80
VIII.- Conclusiones.....	p. 82
IX.- Bibliografía y sitografía.....	p. 84

I.- Introducción

La idea de hacer un proyecto como Folkejant surgió tras finalizar el año lectivo del máster. Decidí hacer un proyecto profesional que perteneciera a un ámbito totalmente nuevo y desconocido para mí, que provengo del Periodismo, para aprender y conocer múltiples aspectos sobre una materia acerca de la cual no habría investigado ni estudiado de otro modo probablemente, y escogí la música de raíz tradicional y su actualización en el folk; porque todas aquellas manifestaciones culturales que tienen un sabor a antigüedad, a pasado, me atraen mucho como espectadora y también como futura gestora cultural.

La razón de proyectar un festival de música folk es que quería realizar algo grande, de envergadura, que se tratara de un evento en el que me implicara lo suficiente como para intentar llevarlo a la realidad en un futuro, y no fuera un mero trabajo de fin de máster con el que obtener la titulación. Y el resultado ha sido Folkejant, en el que he invertido dos cursos académicos con una implicación y dedicación totales.

Los objetivos que busca Folkejant son por una parte, crear un puente, establecer un diálogo entre las diferentes formas de hacer y de entender la música folk en Europa, y visibilizar y sensibilizar a espectadores y entidades respecto a la naturaleza y complejidad de esta música; y por otra, poner en valor la música hecha en valenciano, lengua maltratada durante años y que actualmente no goza de la suficiente protección ni promoción por parte de la clase política ni en muchos casos por parte de la sociedad; además de convertirse en un escaparate para los músicos del País Valenciano y otros territorios, y en una cita importante para el público destinatario.

El trabajo consta de dos partes claramente diferenciadas. La primera es de carácter eminentemente teórico: el punto dos es un acercamiento a todos aquellos conceptos que rodean la música folk, como la tradición, la cultura y la música popular, y la actualización de la misma; el punto tres se centra en las características de la música popular tradicional valenciana, y el punto cuatro en las peculiaridades de la gallega, de donde proceden los otros grupos del festival; el punto cinco es el dedicado a la metodología utilizada para la documentación sobre el tema y el punto seis propone una clasificación de los festivales más importantes de la geografía española y valenciana.

La parte práctica es el punto siete, la propuesta de festival en sí. En él se explica en qué consiste el festival, cuáles son sus objetivos y filosofía, quiénes son los grupos, quiénes los grupos de danzas encargados de los talleres y quién el ponente, se hace un

análisis de la situación política, social y empresarial del lugar de celebración del festival, Almussafes, y de los dos recintos donde se llevarán a cabo los conciertos y las demás actividades, se describe al público objetivo del evento, quién es el receptor al que va dirigido, se hace un balance de las debilidades y las fortalezas del festival y de las amenazas y oportunidades del entorno, se describe el proceso de planificación y producción y todos los elementos a tener en cuenta para el desarrollo del festival, se elabora un plan de comunicación y otro de evaluación del evento, y se incluye un presupuesto y la estrategia de precios a seguir para que el festival sea viable.

El trabajo consta también de unas conclusiones y de un apartado de bibliografía.

En cuanto a la metodología empleada para la realización de este proyecto, se ha basado en fuentes documentales divididas en libros, artículos y páginas web y en entrevistas personales a diferentes profesionales del sector.

Por último, las conclusiones a las que he llegado con el planteamiento de este proyecto son: es mucho trabajo para una persona, con lo que en el caso de ponerlo en marcha en un futuro sería mejor formar parte de un grupo de trabajadores con los mismos intereses; las ayudas públicas para este tipo de proyectos son escasas, y precisamente es cuando más se necesitan, pues los comienzos suelen ser difíciles; creo en la viabilidad de este proyecto y en que sería realizable a pesar de la actual situación de crisis económica, pues he encontrado apoyo entre los supuestos participantes del festival y en entidades consultadas.

Resumen:

El proyecto plantea la realización de un festival de música folk en Almussafes entre el País Valenciano y Galicia, con grupos reconocidos y actividades extra como talleres de danza y una conferencia. El festival tiene una misión y unos objetivos concretos: tender un puente entre las diferentes formas de hacer y de entender el universo de la música folk, visibilizar y sensibilizar respecto a esta disciplina, además de convertirse en escaparate para los artistas valencianos que se expresan en su lengua propia y pasar a ser una referencia en el ámbito de los festivales. Presenta un presupuesto viable en el que los ingresos provienen de iniciativa pública (el ayuntamiento de Almussafes), de iniciativa privada (patrocinios de una marca de cerveza y un banco, entre otros), y del propio festival (a través del taquillaje, la barra y el *merchandising*). Y establece un plan

de comunicación basado en la publicidad y en las relaciones públicas, así como un sistema de evaluación.

Previamente a este planteamiento práctico se llevó a cabo una tarea de investigación y documentación sobre el ámbito de la cultura y la música popular valenciana y gallega, se entrevistó a una serie de profesionales del sector, se analizaron medios de comunicación específicos y se realizó una clasificación de los festivales más representativos de España y del País Valenciano.

Summary:

The project proposes the creation of a folk music festival in Almussafes between Valencia and Galicia, with recognized groups and extracurricular activities such as dance workshops and a conference. The festival has a mission and some objectives: to build a bridge over different ways of creating and understanding folk music, to pay attention to and raise awareness of this discipline, to become a showcase for artists from Valencia who speak their own language and to become a reference in the field of festivals. It presents a workable budget in which revenue comes from public initiative (the City of Almussafes), from private initiative (sponsored by a beer brand and a bank, etc.), and the festival itself (through the box office, bar and merchandising). And it establishes a communication plan based on advertising and public relations, and a system of evaluation.

Prior to this practical approach, there was a task of studying and documenting the field of valencian and galician popular music and culture, a number of professionals were interviewed, specific media were analyzed and a classification of most representative festivals of Spain and the Valencian Country was done.

II.- La música popular tradicional en el contexto de la patrimonialización de la cultura

Antes de asentar las bases teóricas y filosóficas concernientes al ámbito de la música popular o tradicional, cabe explicar en qué consiste el patrimonio cultural inmaterial, que es el marco genérico donde se inscribe esta disciplina artística.

1.- Patrimonio etnológico, tradición y cultura popular

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) se refiere al patrimonio etnológico como patrimonio cultural inmaterial, y lo define de la siguiente manera: "El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional".

La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. El patrimonio cultural inmaterial es:

- Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo: no sólo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.
- Integrador: podemos compartir expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son parecidas a las de otros. Tanto si son de la aldea vecina como si provienen de una ciudad en las antípodas o han sido adaptadas por pueblos que han emigrado a otra región, todas forman parte del patrimonio cultural inmaterial: se han transmitido de generación en generación, han evolucionado en respuesta a su entorno y contribuyen a infundirnos un sentimiento de identidad y continuidad, creando un vínculo entre el pasado y el futuro a través del presente. El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.

- Representativo: no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquéllos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.
- Basado en la comunidad: sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten.¹

Para mantenerse en vida, el patrimonio cultural inmaterial debe ser pertinente para su comunidad, recrearse continuamente y transmitirse de una generación a la siguiente. Se corre el riesgo de que algunos elementos del patrimonio cultural inmaterial mueran o desaparezcan si no se les ayuda, pero salvaguardar no significa fijar o fosilizar este patrimonio en una forma pura o primigenia. Salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial supone transferir conocimientos, técnicas y significados.

Como cualquier organismo vivo, el patrimonio inmaterial tiene un ciclo vital y es probable que algunos de sus elementos desaparezcan, tras haber dado a luz nuevas formas de expresión. Es posible que algunas de sus formas, a pesar de su valor económico, no se consideren pertinentes o significativas para la propia comunidad. Como indica la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, sólo se debe salvaguardar aquél que las comunidades reconozcan como propio y que les infunda un sentimiento de identidad y continuidad. Por reconocimiento se entiende un proceso formal –o con mayor frecuencia informal– por el cual las comunidades admiten que forman parte de su patrimonio cultural determinados usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas y, eventualmente, los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes. Las medidas de salvaguarda deben concebirse y aplicarse siempre con el consentimiento y la participación de la comunidad.²

Siguiendo esta línea, Albert Moncusí habla en su artículo “El patrimonio etnológico” de que este concepto es de difícil definición, ya que para un mismo contenido se emplean diferentes etiquetas (patrimonio cultural, etnológico, etnográfico...), tiene su origen en el pensamiento decimonónico folclorista, y la

¹ <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002> (8/04/2011)

² <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00012> (8/04/2011)

denominación contraponen la alta cultura frente a una cultura popular o tradicional. (Moncusí 2005:225)

Estas cuestiones giran además en torno a la aplicación del valor identitario a unos bienes para convertirlos en una expresión directa y auténtica de un pueblo. Así, la definición institucionalizada de patrimonio etnológico y que el autor hace suya es: “Un conjunto de manifestaciones y formas de vida tradicionales, materiales o inmateriales, definitorio de los rasgos propios de una colectividad, y más específicamente, de los distintos grupos que la conforman” (Moncusí 2005:226). Se trata en definitiva del conjunto de conocimientos y prácticas que caracterizan la forma de vida de un grupo humano, tradicional y transmitido consuetudinariamente.

Pese a esto, la etiqueta que más confusión crea a la hora de llamar por otro nombre a lo que abarca el patrimonio etnológico es la denominación de patrimonio popular, en la cual se destaca que esos bienes son compartidos por una amplia base social, lo que incluye manifestaciones festivas y rituales en las que la participación es masiva o herramientas y conocimientos que comparten una parte representativa de toda una población y nunca una élite de esta. Esta forma de entenderlo es una clara contraposición a la alta cultura.

El valor etnológico, por otra parte, es equiparado al valor simbólico identitario, al remitir a un nexo entre pasado y presente para sustentar las identidades colectivas (Agudo 2003:228). Esta afirmación se desprende del hecho de que el patrimonio etnológico comprende lengua, literatura, música, danza, juegos, mitología, ritos, costumbres, artesanía y otras artes y valores transmitidos de forma oral, los cuales se consideran constitutivos de la identidad cultural de los pueblos.

Muy ligado al patrimonio etnológico y como parte de su problemática definición está el concepto de tradición, que es definida por Moncusí como “algo de cuya autenticidad no se duda, está vinculado directamente a un determinado colectivo y dota de contenido a su identidad, es cronológicamente indeterminado, sirve para tratar de dar sentido al presente y certidumbre al futuro partiendo de una referencia del pasado, y su sujeto principal es un pueblo anónimo y genérico” (Moncusí 2005:242).

Respecto al carácter de autenticidad, Velasco lo basa en el criterio de oralidad. La tradición es más auténtica cuanto más exclusivamente ha sido transmitida oralmente de generación en generación (Velasco 1990). Si el patrimonio etnológico se asimila a lo tradicional, en estos términos, privilegiando además su inmaterialidad y oralidad, se observa de nuevo cómo se constituye en un conjunto contrapuesto a lo culto.

Respecto a la identidad, la tradición conlleva la recepción en herencia de unos bienes que se acaban considerando definitorios de una cultura, y con ella, de una identidad colectiva. De modo que la noción contemporánea de tradición se refiere “menos a la forma en la que se han hecho siempre las cosas (y en la que se debería seguir haciendo) que a los rasgos supuestamente antiguos que dotan a un pueblo de una identidad colectiva” (Lowenthal 1998:243). La patrimonialización de bienes considerados etnológicos se suele basar en esta relación entre tradición auténtica e identidad. En estos casos el objeto se patrimonializa después de ligarlo a un pasado transmitido a través de la memoria oral, o también con la elaboración de genealogías que vinculan al producto mostrado con un colectivo determinado. La música, los bailes, los juegos tradicionales, etc., son recuperados y mostrados siguiendo esta operación de vinculación a la identidad desde el presente al pasado (Albert 2003).

Sobre la imprecisión de la tradición en términos cronológicos, desde un punto de vista histórico-temporal, se trata de algo construido pero que se presenta como si no lo fuera. Cuando una danza o canción, por ejemplo, es calificada como tradicional, quiere decir, entre otras cosas, que no se puede fechar su aparición en el tiempo, y que es protagonizada por un pueblo anónimo y genérico, que es una práctica popular.

Por otro lado, es conveniente también distinguir entre la función de la tradición en sociedades tradicionales y en sociedades modernas. Pedro García Pilán (García 2009) hace una reflexión en torno a esto citando a Weber: “Tan pronto como la convención se ha apoderado de las regularidades del actuar que, por lo tanto, se ha convertido en un actuar de masa, en un actuar consensual (...) podemos hablar de tradición”. Este actuar consensual se da en todas las sociedades premodernas. Con esta noción de tradición se construye la idea de la sociedad tradicional (Weber 2002:21).

Andrew Gamble define estas sociedades de la siguiente forma: “Una sociedad tradicional es aquella en la que la actividad presente está estrechamente circunscrita por costumbres heredadas de generaciones precedentes, cuyo origen, e incluso lógica, son desconocidos. La fidelidad a las costumbres en una sociedad tradicional es tan importante porque éstas son el medio por el que se establece y afirma la identidad” (Gamble 2003:21)

Giddens, por su parte, establecía diferencias entre la tradición antes y después de la modernidad, y concluía que cuatro son las características básicas de la tradición en las sociedades premodernas: es un mecanismo de organización de la memoria colectiva, tiene un carácter vinculante, está custodiada por guardianes e implica el ritual (Giddens

1997). La tradición supone, pues, un medio de identificar los vínculos que unen pasado y presente, con lo que se relaciona con el control del tiempo. Representa no sólo lo que la sociedad hace, sino lo que debería hacerse, ofreciendo a los que se adhieren a ella un alto grado de seguridad ontológica. Pero la modernidad destruye la tradición. El proceso se radicaliza en la segunda fase de la modernidad, definida por una lógica globalizadora, individualizadora y crecientemente racionalizadora.

García Pilán afirma en su artículo que de esta manera la tradición de pensamiento pierde el carácter de autoridad; sometida a procesos de interrogación rutinaria, la legitimación tradicional carece de cualquier privilegio autoritario que pudiera esgrimir en el pasado. La destradicionalización es causa de la globalización, puesto que la conexión con el lugar de la que dependía se ve excavada por los sistemas abstractos, descentrados y deslocalizados (García 2009).

En estos discursos, la sociedad tradicional está implícitamente ligada, asimilada, con la cultura popular. Gil-Manuel Hernández i Martí (Hernández 2000) expone como punto de partida hacia una definición y aclaración del término de cultura popular los paradigmas propuestos por J.Prat: 1.- Asimila la cultura popular con la cultura tradicional, que recoge las diversas manifestaciones de la vida preindustrial, y que implica una serie de oposiciones temporales (pasado/presente, tradicional/moderno) y de tipo espacio-territorial (rural/urbano, campo/ciudad, local/global). Esta concepción tiene el riesgo de caer en planteamientos esencialistas, idealizadores y folkloristas que llevarían a sostener que sólo puede existir una cultura popular si ésta pertenece al mundo premoderno. 2.- Vincula la cultura popular con la cultura nacional, identificando los conceptos de cultura, nación y pueblo. Se crean nuevas dicotomías (cultura propia/cultura extraña, cultura autóctona/cultura extranjera), lo que comporta el riesgo de esencialismos étnicos, donde la cultura popular aparecería como la esencia prístina de la Nación. 3.- Cultura popular como cultura de clases (baja, obrera, proletaria) o del conjunto de clases subalternas. Así, la cultura popular aparece como una cultura dominada ante la cultura dominante, hegemónica y burguesa. Un último paradigma debatiría sobre el grado de confluencia e interpretación de la cultura popular y la moderna cultura de masas, donde nacerían movimientos contraculturales, marginales y contestatarios, conocidos como nuevas culturas, con lo que se plantearía la efectiva confluencia de cultura popular y cultura de masas en una moderna cultura popular masiva que llenaría de sentido el mundo de la vida cotidiana (Prat 1993).

Los dos primeros paradigmas son poco aptos para la complejidad que esconde la cultura popular actual. Frente al folklorismo conservador, A.Gramsci y el marxismo comienzan a interesarse por las culturas populares y las interpretan no como vestigios del pasado sino como manifestaciones visibles de los conflictos entre las clases sociales. Surgen los estudios de la cultura popular en tanto que culturas de las clases subalternas, con una concepción del mundo opuesta a la oficial, con potencialidades cuestionadoras. En relación a las culturas dominantes surgen las culturas dominadas, con las cuales mantienen relaciones asimétricas en todos los ámbitos. Oscilan entre la asimilación y la contestación, pero con la suficiente capacidad para generar estructuras propias y subsistemas coherentes entre sí (Juliano 1986:755).

Pero es en la equiparación de la cultura popular con la cultura de masas donde parece abrirse un espacio para la discusión de las verdaderas transformaciones modernas de la cultura popular. Con la aparición de la sociedad industrial capitalista, la expansión de las clases medias y la revolución ampliada de los medios de comunicación se configura una nueva sociedad de masas. Es criticada por la Escuela de Frankfurt, que la presenta como un producto vulgar al servicio de las industrias culturales de dominación, antítesis de la cultura popular. Frente a esta postura, gana terreno la idea de que la cultura de masas ha integrado, reciclado y remodelado la cultura popular preindustrial, hasta el extremo de conformar una cultura popular masiva, donde aparecen mezclados elementos populares tradicionales y modernos en el crisol del consumismo.

Desde el punto de vista de Hernández i Martí, y como sostiene Méndez Rubio, se debe utilizar un concepto de cultura popular suficientemente flexible y dinámico como para integrar las transformaciones históricas que en ella han tenido lugar. Esta forma de entender la cultura apelaría no sólo a un producto sino también a una manera de producción cultural, un modelo de interrelación, de reproducción y uso de carácter múltiple, interactivo y con capacidad dialógica (Méndez 1997).

La cultura popular moderna aparece, entonces, como una confluencia de lo cotidiano y lo común, lo histórico y lo innovador, en la matriz generada por la dinámica de masas y las exigencias del mercado, en un contexto de relaciones de dominación y conflicto social donde los elementos residuales de la cultura popular premoderna se reciclan en un nuevo producto siempre en cambio que es fuente productora de sentido en el contexto de la globalización y la modernidad avanzada. Por esto, la cultura popular se convierte en un proceso abierto, dialógico y heterogéneo.

La tradición popular, alma de la cultura popular premoderna, transmuta en patrimonio, expresión de la institucionalización de la tendencia a la retradicionalización y respuesta evidente a la combinación de los procesos de homogeneización cultural, relocalización y mestizaje inherentes a la globalización cultural. De esta forma, el patrimonio cultural, con el trasfondo del protagonismo de los temas de identidad, aparece como un nuevo y actualizado contenedor de la cultura popular y dirige sus prácticas a la gestión racional de la tradición.

A pesar de la desaparición de las tradiciones premodernas, la tradición como recurso, como necesidad, como proyecto, ejemplifica la necesidad de la conexión virtual con el pasado en tanto que foco de producción de sentido para el presente ante las incertezas del futuro.

En la medida en que, en el contexto de la modernidad globalizada, la cultura popular se convierte en masiva y aquello masivo se convierte en un medio que reconforta la cultura popular, la dialéctica globalizadora comporta en uno de sus extremos la relocalización permanente, la importancia de lo local, lo que se consigue en buena manera a través de la retradicionalización de la cotidianidad. Así pues, la nueva tradición se convierte en respuesta ante la globalización, al mismo tiempo que parte de ésta.

En este marco cobran sentido los discursos y las prácticas de carácter patrimonializador. En la medida en que el patrimonio aparece como portador de identidad, la tradición actúa como fuerza transmisora y conformadora de esta. Esto equivale a afirmar que el mismo concepto de patrimonio se explica en buena forma por la reconversión de la tradición ante los imperativos de la modernidad. La tradición, especialmente la popular, aparece como un elemento central de la moderna cultura popular, ya que es recreada, reciclada, institucionalizada y preservada por el patrimonio, por lo que se convierte en un factor de respuesta a la modernidad globalizada entendida como sociedad del riesgo. Ante el riesgo multiforme y amenazador que altera al ser social, la tradición se presenta como compensador, ya que liga al individuo con un pasado que le proporciona ciertas seguridades. Pero para cumplir con este papel, la tradición exige ser renovada continuamente, hasta el punto de convertirse en posible fuente de riesgo (fundamentalismos).

Frente a la amenaza de desestructuración social, de soledad ontológica, de desorientación colectiva, de pérdida de referentes, de memoria, de identidad, que comporta la crisis de la modernidad, la tradición popular, o mejor dicho, la

representación adaptada de la tradición popular, con sus práctica y sus discursos, aparece como un norte y sólido referente capaz de generar activaciones patrimoniales y de convertirse en un preciado bien de consumo.

2.- El problema de la identidad valenciana

La problemática de la identidad de un pueblo, y en este caso del valenciano, es un tema que ha aparecido a lo largo de la exposición de la complejidad que entrañan los términos de patrimonio etnológico, tradición y cultura popular. Por ello es importante poner de manifiesto de dónde viene y qué supone en la música tradicional valenciana la cuestión identitaria.

Gil-Manuel Hernández y María Albert tratan este tema en su artículo “La identidad en lucha. Iniciativas civiles culturales ante el conflicto identitario valenciano”. En él exponen que las señas identitarias se encuentran tanto en los significados y formas significativas de la vida social como en la información y en la producción de sentido de un pueblo. Son portadores de autenticidad y constituyen el elemento central en la lucha por imponerse en los casos de identidades en conflicto. Cuando en una realidad social la identidad colectiva de un grupo deviene problemática se hacen relativamente visibles determinados aspectos profundos de la sociedad en los que se hace patente el conflicto social, mientras que cuando la autoidentificación colectiva de un grupo no es problemática, la identidad colectiva es una evidencia social, algo no cuestionado socialmente. (Hernández, G.M y Albert, M., 2011).

Las identidades pueden configurarse en torno a diversas variables (etnia, clase, género, generación, etc.) pero en el caso de la valenciana la dimensión definitoria es la étnico-regional. Toda identidad reconoce un conjunto de símbolos como propios, obedece a un proceso de construcción social y cultural y es, por lo tanto, cambiante.

En el caso del Estado Español, está dividido en distintas comunidades autónomas, cada una demanda la inclusión de sus símbolos y herencia cultural en el repertorio de elementos que simbolizan la propia identidad cultural, que se convierte en un espacio de confrontación, especialmente visible en el caso valenciano. Esta situación, existente desde los años 70 y la transición, se ha acentuado con la llegada masiva de inmigrantes desde finales de los 90, quienes cada vez más demandan también la inclusión de sus propios símbolos identitarios.

El panorama identitario valenciano es muy complejo: mayoritariamente de filiación española, pero con contestación anticentralista, junto con un regionalismo

valenciano proespañolista, un nacionalismo valenciano en sentido estricto y un minoritario nacionalismo catalanista. En este contexto se ha forjado el conflicto de los símbolos de identidad, que quedó plasmado durante la Transición en la llamada Batalla de Valencia, que fue una lucha civil, política y cultural entre las fuerzas dominantes del anticatalanismo proespañolista, respaldado por poderes políticos y económicos que desembocaron en el blaverismo, y las fuerzas minoritarias del valencianismo progresista, ligado en buena parte a las tesis que propugnaban la unión cultural entre Cataluña, las Islas Baleares y el País Valenciano nacido de movimientos civiles antifranquistas. Debido a esta batalla, no se llegó a un acuerdo entre las diversas sensibilidades identitarias respecto al nombre del territorio (Reino de Valencia o País Valenciano), ni al nombre de la propia lengua (valenciano o catalán), ni respecto a la bandera (cuatribarrada con o sin franja azul). De esta forma, los símbolos de identidad marcaron explícitamente las diferencias entre los dos principales bandos. Años después se hablará de la tercera vía, que busca dar salida a las contradicciones de éstos: acepta tácitamente la estructura autonómica del Estado y fundamenta su discurso ideológico en un nacionalismo valenciano desligado de las tesis fusterianas y del concepto de Païssos Catalans como objetivo político, aunque reivindicando abiertamente la unidad lingüística (Frechina 2011).

Finalmente, en el Estatuto de Autonomía se consensuó la denominación de Comunidad Valenciana para designar el territorio, se adoptó la bandera cuatribarrada con franja azul (que históricamente era la enseña de Valencia) como bandera autonómica y con la Academia Valenciana de la Lengua se dictaminó que el valenciano y el catalán son una misma lengua (aunque se resaltaron las peculiaridades propias con el nombre de “valenciano”).

Pero pese a estas decisiones consensuadas y ya asumidas por la mayoría, aún actualmente se mantiene la pugna identitaria. Los símbolos, la bandera, la denominación y la lengua son parcialmente cuestionados y, sobre todo, instrumentalizados (patrimonializados) por sectores significativos de la sociedad valenciana y son motivos de enfrentamiento cívico y partidista, pese a que el enfrentamiento ha descendido debido a la victoria blavera y de corte españolista y debido también a un cierto pesimismo de los sectores nacionalistas valencianos (Flor 2011).

3.- La música popular

Como ya se comentó anteriormente, el objeto de estudio en este proyecto no es el patrimonio cultural inmaterial en modo genérico, sino la música popular de origen tradicional. Vicent Torrent hace en su libro *La música popular* una equiparación entre la música popular y la música tradicional, y basa la desaparición o la decadencia de ésta y de otros elementos patrimoniales en dos factores: el sistema de transmisión oral ya no funciona y el prestigio de los contenidos culturales tradicionales se ha devaluado (Torrent 1990).

Respecto a la música tradicional, su decadencia se debe también a la pérdida de funcionalidad, puesto que los cantos y melodías se han utilizado tradicionalmente para unas funciones muy concretas: mecánicas (acompañar el trabajo de batir la era o el de dormir a los niños) y otras más dinámicas (acompañamientos en actos festivos que se repetían cíclicamente en el calendario).

Afirma también que el Romanticismo tuvo un papel decisivo en la valoración de las culturas tradicionales. Pero al mismo tiempo, la exaltación de los nacionalismos provocó en el ámbito de la música popular un sentimiento de propiedad, de exclusividad y de pureza que introducía un elemento agobiante para el desarrollo de esta música. Las regiones se han ido acotando más, lo que es contrario a la propia música popular, que siempre ha funcionado de una manera dinámica y sin fronteras, bebiendo de los vecinos y compartiendo lo propio.

Otra característica de la música popular es que evoluciona con el paso del tiempo. Una canción no puede datarse, porque a medida que se ha ido utilizando, cantando, tocando, ha ido adquiriendo influencias de quien la utilizaba y según el momento en que se hacía. La música tradicional tiene, por lo tanto, una vitalidad innata, frente a la concepción estática de este tipo de música.

De aquí se extrae que la música tradicional no tiene fronteras o no están nada definidas. Porque cuando la música ha estado viva y creativa, la gente se ha enriquecido con los estilos y los recursos que ha escuchado utilizar a los vecinos. Por unos motivos u otros las fronteras de la música tradicional (valenciana) no coinciden con su ámbito territorial, sino que se difuminan por las tierras vecinas y se extienden más allá a medida que las tradiciones van cambiando y al tiempo que van mostrando las mismas formas, expresadas con otros estilos y otros recursos técnicos.

Por su parte, Josep Vicent Frechina va más allá en la contextualización y caracterización de la música tradicional, y para ello vuelve a conceptos ya tratados

como el de tradición y adelanta algunos como el de folklore y folklorización. Para este autor la canción realizaba en las sociedades tradicionales, al menos, tres funciones: una estética (era un código que se percibía como propio y que procuraba un disfrute artístico), una función instrumental (en tanto que humanizaba el trabajo y amenizaba el ocio) y una función ideológica (porque consolidaba los valores, las jerarquías y las creencias de la sociedad y fomentaba el autoaprendizaje). Se transmitía oralmente, constituía un corpus dinámico y cambiante, sometido a influencias externas y a la progresiva evolución de la mentalidad de las sociedades que lo custodiaban. Pero el concepto de tradicional no existía como una construcción social moderna (Frechina 2011:21).

El significado de tradición ha cambiado rotundamente a lo largo del siglo XX, a medida que se ha ido acelerando aquel proceso de profundas transformaciones socioculturales que se ha convenido en llamar modernidad. Además, la fase actual de desarrollo en que se encuentran las sociedades contemporáneas, caracterizadas por la universalización y radicalización de los rasgos fundamentales de la modernidad ha supuesto un progresivo reencuentro con la tradición. Una tradición que ya no tiene el carácter vinculante que tenía antes, sino que está permanentemente cuestionada y revisada: en el actual contexto de cosmopolitismo global, se exige a las tradiciones que se defiendan a sí mismas (Beck, U. et al 1997). Se ha pasado así de la tradición compulsiva (normativa social de obligado cumplimiento) a la tradición reflexiva: una manifestación cultural que se expresa como una autorreferencia de un determinado grupo social, una forma moderna de organizar activamente la memoria colectiva, de hacer un uso interesante de “materiales antiguos con finalidades modernas” (Beck, U. et al 1997:22). La tradición ya no se hereda, sino que se elige o se inventa y puede realizar papeles muy diferentes en función de las necesidades de la comunidad que se sirve de ella: coartada legitimadora de identidades colectivas, fuerza articuladora de procesos de autoafirmación, respuesta a la desraización e inseguridad generadas por la globalización de los referentes culturales, etc.

La “Renaixença” (movimiento de revitalización e interés por la tradición en las zonas catalano-parlantes) trae al País Valenciano el concepto de folklore, cuando algunos eruditos locales sienten la necesidad de empezar a inventariar y catalogar una cultura que saben en decadencia. La folklorización supone el nacimiento de una actitud que extraña determinados elementos de la propia cultura, los da por extinguidos, y los transporta a un territorio museístico, virtual. Se trataba de una estrategia que

reivindicaba los valores tradicionales por su condición de esencia nacional, por la pureza étnica, por el valor como custodios de una añorada personalidad colectiva. Pero se equivocaron: esta estrategia asumía la superación de unos elementos culturales todavía vigentes.

El folk europeo nace después de un período vacilante de imitación del folk norteamericano que popularizaron Bob Dylan o Joan Baez. Así, se pasa de la recreación del folklore americano al interés por la tradición autóctona. Es un movimiento de resistencia ante la colonización cultural que nace simultáneamente en Francia, Grecia, Italia y España. Y es un movimiento urbano, un movimiento de reencuentro con la memoria rural. Una apuesta por la tradición realizada no desde la presión social sino desde una voluntad de reencuentro con las raíces. Una reinención de la identidad colectiva.

Frechina afirma que la actual concepción de canción tradicional es fruto de la superposición de estos procesos, por lo tanto no se puede asumir que se trata de una expresión musical específica, perfectamente caracterizada y estable en el tiempo. La canción tradicional no existe sino en virtud de la construcción social que fija qué es tradicional y qué no lo es (Frechina 2011).

4.- Folklore vs folklorismo

Para finalizar este marco teórico donde encuadra la música popular de raíz tradicional queda hablar sobre el folklore, la folklorización y el movimiento de la riproposta.

El concepto de folklore fue acuñado por William John Thoms y deriva de las palabras anglosajonas “Folk” (pueblo) y “Lore” (sabiduría) y quería sustituir a lo que en Inglaterra se llamaba “antigüedades populares o literatura popular”. El término significa por lo tanto “saber tradicional de un pueblo” y se utilizó por vez primera en la carta titulada *Folklore* que este autor publicó en el número 982 de la revista *Athenaeum* del 22 de agosto de 1846.³

Josep Martí, por su parte, en la obra *El folklorismo: uso y abuso de la tradición*, considera folklore a las diversas manifestaciones de la cultura tradicional, exponentes de una manera de vivir. Y para la Real Academia Española este término significa, por un lado, el conjunto de creencias, costumbres, artesanías, etc., tradicionales de un pueblo, y por otro, la ciencia que estudia estas materias.

³ <http://www.filosofia.org/filomat/df276.htm> (28/03/2011)

Sin embargo, Martí habla en su obra principalmente del folklorismo (término acuñado por Hans Moser en el artículo *Vom Folklorismus in unserer zeit*) y lo diferencia del folklore. Folklorismo es el interés que siente nuestra actual sociedad por la cultura popular. Éste puede ser pasivo o activo. El interés pasivo es el manifestado por el espectador y el activo se manifiesta en las actitudes que tratan de reproducir fuera del contexto original (espacio, tiempo, función) este mundo tradicional. El folklorismo presupone la existencia de una conciencia de tradición, su valoración positiva a priori y una intencionalidad concreta en cuanto al uso que se quiere dar a esta tradición. La intencionalidad puede ser estética, comercial o ideológica. El folklorismo implica así manipulación, entendida no siempre en su vertiente peyorativa, sino también como la acción de operar o manejar (Martí 1992).

A las manifestaciones de cultura popular sacadas de contexto, es decir, folklorizadas, se les ha llamado “cultura popular de segunda mano” (Martí 1992: 20). Esto quiere decir que son productos folklóricos o folklorísticos que, procedentes de una tradición concreta donde tenían un significado o una razón de ser, han sufrido ciertas transformaciones para adaptarse a los gustos y necesidades de un público de sensibilidad predominantemente urbana.

Si toda manifestación de la cultura tradicional se encuentra inmersa en su realidad, en un contexto sociocultural concreto, una de las principales características del folklorismo reside en su pertenencia a dos realidades diferentes, distantes entre sí en el tiempo y/o el espacio. Se produce así una confrontación entre el mundo tradicional al cual alude el folklorismo y el mundo donde se produce la alusión. El folklore es vivencia y el folklorismo es vivencia de una vivencia.

El folklorismo es una mentalidad, es un producto y es una manera de presentar este último. Es sobre todo a partir de la toma de conciencia generalizada de la existencia de una cultura popular, de su pérdida y del deseo de recuperarla, cuando el folklorismo se manifiesta de manera plena.

En el campo del folklore, lo que define a la cultura popular no es tanto el producto en sí como los elementos que lo acompañan (el anonimato, la transmisión oral, la existencia de variantes, una cierta funcionalidad expresa...). Asimismo, una característica que se le ha otorgado al producto folklórico es la antigüedad. Y una de las características del folklore es la de conferir un cierto estatismo al objeto de estudio. Éste adquiere un carácter ahistórico. Erróneamente, cualquier producto folklórico que se precie implica antigüedad, y así se mide la genuinidad de una manifestación tradicional.

De esta forma en muchas ocasiones se invierten los términos: reconociendo un hecho como folklórico se le atribuye una gran antigüedad a pesar de no tener pruebas de ello.

La idea de la existencia de una cultura tradicional como realidad ontológica plenamente diferenciada del mundo culto, su forzosa antigüedad y su pertenencia al ámbito rural son ideas pertenecientes a la concepción más tradicional del folklore y son las que han dado cuerpo al actual folklorismo. El tradicionalismo es otro fundamento ideacional en el folklorismo. Si el folklore es tradición (un acto de transmisión espontáneo del cual no se es consciente porque no es racionalizado y que conserva contenidos culturales de forma dinámica), folklorismo es tradicionalismo.

Otro de los valores que dan forma al folklorismo es la etnicidad, la conciencia de pertenencia a una etnia determinada, que esta doctrina utiliza como nacionalismo. Así, el amor por aquello que es propio origina la manifestación folklórica, y el querer potenciar o despertar este amor en la sociedad es una de las finalidades de este fenómeno, donde se producen implicaciones funcionales-ideológicas.

El etiquetaje topográfico, identificar un producto folklórico con un ámbito geográfico determinado, también lo hace el folklorismo; cuando la dinámica propia de la cultura popular es contraria a esto. El folklorismo fomentará la difusión de una manifestación cultural dada dentro de los límites del territorio con el cual se identifica, pero frenará su expansión natural más allá de esa frontera.

Por último, el folklorismo puede darse de dos tipos: endofolklorismo y exofolklorismo, dependiendo de si el interés mostrado es por la cultura propia o ajena.

5.- La riproposta

No obstante, el folklorismo no tiene solamente una lectura negativa, sino que la visión positiva de este fenómeno se manifiesta en la riproposta, término italiano que en castellano significa reelaboración, aunque la equivalencia no es exacta. El término reelaboración hace referencia a la manera de trabajar la música, en cambio, riproposta indica una acción respecto al público, una nueva propuesta musical tradicional (Torrent 1990).

La riproposta es un movimiento nacido en Italia en la década de los 70 del siglo pasado que aboga por la valoración de la cultura tradicional y reivindica atención hacia el rescate del propio patrimonio.

¿Y cuál es la música de la riproposta? Es una nueva música hecha por músicos actuales que componen siguiendo la estética de la tradición. Hay diferentes maneras de

trabajar dentro de este movimiento. El nivel más simple consiste en interpretar piezas del repertorio tradicional, arregladas o versionadas con libertad, sin seguir las normas de pureza que habría observado un tratamiento de restauración. Un segundo nivel consistiría en la adaptación: la pieza que se interpreta tiene parte tradicional y parte de composición actual. El tercer nivel es el más auténtico dentro del movimiento. El repertorio del grupo es totalmente de composición actual tanto en la letra como en la música, siguiendo la estética de la tradición. Y el cuarto nivel excede los límites de la riproposta hacia fuera. Se trata de algunos géneros, entre los que se encuentra el folk, pero que se fusionan con otros géneros: el folk-rock, el etno-pop, el jazz-folk, el canto coral de música popular, la música sinfónica hecha a partir de músicas populares...

En España, los grupos de riproposta nacieron, al igual que la canción protesta, ligados al movimiento político de la transición a la democracia. Se trata del nivel más progresista de la música popular, porque pretende continuar creando y aportando novedades en la actualidad, para la gente, y lo hace desde el lenguaje estético de la tradición. Pretende recuperar la tradición no sólo desde un punto de vista patrimonial sino desde un punto de vista funcional; es decir, se vuelven a usar los sonidos que se han cultivado desde tiempos antiguos y que hace tiempo que se han ido sustituyendo por otras formas musicales. Este movimiento persigue estos objetivos a base de aportar innovaciones en los arreglos o en los instrumentos y a base de crear nuevas letras y melodías.

La canción popular se ha ido adaptando a los momentos históricos que vivía, y este es fundamentalmente el mecanismo que utiliza la riproposta: adaptar el lenguaje de la música y las palabras al momento en que vivimos.

III.- La música popular tradicional del País Valenciano

Para hablar de la música popular de raíz tradicional del País Valenciano voy a utilizar las aportaciones de dos expertos en esta materia ya mencionados en el capítulo anterior. Uno de ellos es Vicent Torrent, músico de la consolidada banda Al Tall, y el otro es Josep Vicent Frechina, estudioso de la cultura y la música popular de países del ámbito mediterráneo.

Ambos autores hablan de las funciones de la música popular tradicional. Torrent las divide en dos, unas mecánicas (acompañar el trabajo de batir la era o el de dormir a los niños) y otras más dinámicas (acompañamientos en actos festivos que se repetían cíclicamente en el calendario) (Torrent 1990). Por su parte, Frechina habla de tres funciones: una estética (era un código que se percibía como propio y que procuraba un disfrute artístico), una instrumental (en tanto que humanizaba el trabajo y amenizaba el ocio) y una ideológica (porque consolidaba los valores, las jerarquías y las creencias de la sociedad y fomentaba el autoaprendizaje) (Frechina 2011). Éstas mantienen su vigencia aún con la sustitución del campo por la fábrica o el almacén, la concentración urbana, el nacimiento del proletariado industrial, etc. La canción en este ambiente más urbano reafirma los lazos internos entre los trabajadores, protagoniza determinados rituales, aumenta la productividad porque hace menos pesado el trabajo, transmite los valores ideológicos imperantes y se convierte en un arma contundente y versátil para censurar enemigos (patrones, esquiroles), sublimar frustraciones, atizar conflictos o librarse a catarsis colectivas (Frechina 2011:28).

Las muestras que conocemos del cancionero industrial valenciano constituyen un excepcional documento sociológico y en muchos casos poseen un interés musicológico nada despreciable: muchas canciones se reproducen inalteradas del repertorio tradicional o se reconstruyen sobre melodías antiguas o cuplés y fragmentos de zarzuela de moda, conservando en menor o mayor medida algunos de los rasgos característicos de la sensibilidad musical autóctona.

Respecto al contenido literario, se pueden diferenciar tres grupos: el primero lo forman las canciones de aire costumbrista que describen diferentes aspectos de la faena que se lleva a cabo en la fábrica, anécdotas más o menos hilarantes...; un segundo grupo (mayoritario) está constituido por las canciones dedicadas a glosar las relaciones intersexuales; y finalmente, un tercer grupo reúne las canciones de reivindicación motivadas por las condiciones laborales.

Entre los cambios que motivó la industrialización, uno muy importante fue el acceso masivo de la mujer (la mujer joven, soltera, sin obligaciones familiares) al trabajo remunerado en un ámbito alejado de la tutela familiar, lo que se tradujo en un considerable trasiego en las relaciones intersexuales. Esto se reflejó en el cancionero en el segundo grupo temático arriba comentado y en el aumento de la autoestima femenina: la mujer disponía de dinero y alcanza una cierta independencia económica que ostenta levemente.

El tercer grupo de canciones tiene como argumento principal las reivindicaciones laborales que protagonizaba el incipiente movimiento obrero: denuncias por los salarios, las condiciones de trabajo, la explotación capitalista, la subida indiscriminada de los precios o las injusticias sociales, juntamente con el escarnio de patrones y esquirolas, las llamadas a la huelga, etc.

Por otra parte, la fiesta, en su doble condición de momento culminante de la vida en sociedad y de ruptura con el tiempo cotidiano, reserva un espacio destacado para la canción, que juega un papel simbólico y un papel lúdico como expresión de la euforia del momento. En torno a la fiesta, sea ritual o espontánea, se agrupan diferentes repertorios de canciones que se usan, a veces indistintamente, en rondas de galanteo o de homenaje, en amenización de bailes o en celebraciones colectivas en la sobremesa o en la taberna. Estas canciones son: *albaes*, jotas de quintos, *mayos i guitarraes*, seguidillas, fandangos y aguinaldos navideños. En cuanto a la parte religiosa de la fiesta, las composiciones ligadas a ella son, por un lado, cultas (misas cantadas, misterios, *motetes o cant de la carxofa*) y por otro, populares (auroras, gozos, cantos de peregrinos y marchas de procesión).

Por su parte, Vicent Torrent se refiere a la música tradicional valenciana como una música que está íntimamente ligada y es prácticamente indisoluble de la música mediterránea. El ámbito mediterráneo tiene un sur musical constituido por los países árabes; tiene un norte, de corte más europeo, como la tradición de Occitania (el sur francés), Cataluña antigua y norte de Italia; y una tercera zona donde se fusionan ambos extremos, la zona estándar, que abarca Grecia, Andalucía, Yugoslavia, Albania, las islas que atraviesan el Mar Mediterráneo, Valencia, Nápoles, Murcia... Concretamente, Valencia tiene la estructura melódica del Norte más la ornamentación, el ritmo libre o interno y la afinación atemperada del Sur (Torrent 1990).

La música popular valenciana se puede estudiar y dividir en torno a dos ejes: temático y de género musical (también habla el autor de un punto de vista geográfico, aunque éste no aparece en la siguiente clasificación) (Torrent 1990:22):

a.- Canciones por temas:

- Canciones de trabajo agrícola (labrar, segar, etc.)
- Canciones de cuna
- Canciones de beber o de taberna
- Romances y canciones narrativas
- Romances de ciego
- Canciones de Navidad y aguinaldos
- Canciones de Pascua y de merendar
- Canciones de rondar, de *albaes* y de quintos
- Mayos
- *Trobos*
- Canciones marineras
- Canciones de carretero
- Canciones obscenas
- Canciones de amor
- Canciones humorísticas y de chiste
- Canciones de trabajos domésticos
- Canciones religiosas, auroras y gozos
- Canciones de *salpassa* o de masas
- Canciones de cuentos
- Canciones infantiles: de juegos, de corro, de lluvia, de cuerda
- Pregones: de vendedores, de sereno, bandos
- Tocadas: diana o *despertà*, de toros, de pasacalle

b.- Canciones por géneros musicales:

- Jotas
- Seguidillas
- Fandangos
- *Dansaes*
- Boleros

- Habaneras
- Polcas
- Mazurcas
- Valsecitos
- Velatorios
- Danzas ocasionales
- Folies
- Peteneras
- Por la del uno
- Por la del uno y el dos
- Por la del uno y el doce
- Por la del dos
- Por la del once
- Copeos
- Valencianas
- Marinerías
- Ribereñas
- Parrandas

Respecto a los instrumentos que caracterizan la música tradicional valenciana, este autor defiende otra clasificación:

- La *dolçaina*: aparece siempre en ocasiones festivas y tiene unas melodías características reconocibles. Pese a que ha perdido el papel insustituible y fundamental que antes jugaba en la comunicación social y ahora juega un papel más decorativo y difuso, se puede decir que este instrumento ha sufrido menos deterioro que, por ejemplo, las campanas (que también cumplían un papel comunicador y social en los pueblos). La *dolçaina* se sigue escuchando en Valencia ciudad o en cualquier pueblo asociado a las festividades. La *xirimita*, nombre de la *dolçaina* en las comarcas del sur, o la *gaita*, nombre que se le da en las del norte, no es un patrimonio exclusivo de los valencianos. Hay *dolçaines* en Aragón, Cataluña, Castilla, Euskadi y Navarra. Y en torno al Mediterráneo se encuentran intermitentemente el *mizmar*, la *mushmara*, la *gaeta*, etc., nombres todos para designar a un mismo instrumento. La *dolçaina*, con todas sus

variantes más o menos evolucionadas, es el precedente del oboe. Algunos de los momentos donde este instrumento es insustituible son: el despertar a la población junto con el *tabalet*, toque de diana, a la salida de misa, para el anuncio de fiestas, para la procesión, para las danzas, para las corridas de toros, el baile o *les albaes*.

- Instrumentos de cuerda: la música popular valenciana se basa principalmente en este tipo de instrumentos; con guitarras y guitarrones de envergadura diversa para las bases rítmicas e instrumentos de doble cuerda, de pulso y púa, como la bandurria, *bandurrino*, el laúd, la mandolina, *llaudí*, y *arxillaut*. Todos éstos junto con instrumentos convencionales de percusión menor forman la rondalla de cuerda. Actualmente están en decadencia, a raíz del auge de las bandas de música, pero eran estas formaciones quienes mantenían el ambiente festivo en los pueblos. Así, desde hace muchos años existe en Valencia una fuerte implementación de bandas de música, donde los instrumentos de viento son el todo. Si se unen instrumentos de viento a la rondalla de cuerda se forma la rondalla mixta. Esta instrumentación se utiliza en el género del *cant d'estil*.
- El clarinete: es uno de los instrumentos de viento que más fácilmente se ha introducido en el campo de la música popular valenciana. En Valencia se ha utilizado sobre todo como sustituto de la *dolçaina*, por la falta en un momento dado de *dolçainers*.
- Los instrumentos de viento, en general.

Como ya se expuso previamente, las músicas de las diversas tradiciones mediterráneas conectan entre sí. La música popular valenciana es representativa del estándar mediterráneo, el área central donde confluyen el norte y el sur. En éste último aún sigue muy vigente la tradición y su consumo es normal, y además se conservan fuertemente las fuentes que han fecundado el norte y que hoy en día se encuentran más asediadas por la estandarización que han producido la industria y los medios de comunicación de Occidente. Vicent Torrent hace un llamamiento “a asumir el ámbito mediterráneo como propio y romper los regionalismos que ponen cadenas a las diversas tradiciones” (Torrent 1990:112).

La división norte sur del mediterráneo que hace el autor para explicar las diferentes tradiciones que confluyen en la música popular valenciana define, por un lado, las diferentes formas musicales que subsisten en las distintas zonas y, por otro,

traza las líneas que dividen el territorio donde el uso o la vigencia social de la música están más o menos vivas.

Para explicar la correlación entre zonas musicales y áreas de vigencia social, Vicent Torrent sostiene: “En el extremo norte, donde las formas musicales son más europeas, la tradición musical ha desaparecido o está en decadencia. Mientras que en el extremo sur, donde las formas musicales son árabes, la tradición musical está en plena vigencia social. Y en el centro, donde las formas musicales beben tanto del norte como del sur, la vigencia social oscila más positivamente cuanto más al sur nos encontramos musicalmente hablando y más negativamente en las zonas más teñidas de septentrionalidad. Lo que ocurre es que las formas musicales del norte van ganando terreno, prestigio y extensión a las del sur. En cuanto al País Valenciano, que musicalmente se sitúa en la zona central y fusionada norte-sur, se encuadra más hacia el norte en cuanto a la vigencia social de su tradición musical” (Torrent 1990: 113).

IV.- La música popular tradicional de Galicia

La música tradicional de Galicia se caracteriza por sus formas (muñeiras, jotas, etc.), instrumentos (gaita gallega y pandereita, entre otros) y agrupaciones musicales.

Siguiendo el patrón establecido de las músicas tradicionales que evolucionan oralmente, comparte rasgos con áreas vecinas como Asturias, Portugal, Castilla y León, Cantabria, y en general, con la tradición musical española.

El origen de la música tradicional gallega no está claro. Las primeras referencias se remontan a la música medieval, y aunque se conservan varios cancioneros, no suelen incluir notación musical. Las excepciones son Martín Codax (trovador del siglo XIII) y Don Dinís, ya que se conservan dos pergaminos con las letras y la música de sus composiciones (pergamino Vindel y pergamino Sharrer). También son significativas las Cántigas de Santa María de Alfonso X, sobre todo porque su extensión y calidad hacen referencia a la importancia adquirida por la cultura gallega en esa época.

Se sabe que la gaita era común en esa época y que ya existían los principales instrumentos presentes en la tradición musical, como los instrumentos de cuerda y las concertinas. Aparecen representados en códices, en capiteles románicos y en el pórtico de Gloria de la Catedral de Santiago.

Con la decadencia del uso culto de la lengua y la cultura gallega, la música tradicional para a tener como única vía de transmisión la oralidad, y sólo se ha podido reconstruir a través de cantos de cuna, de ciego y de composiciones que llegaron hasta la actualidad.

No fue hasta finales del siglo XIX y principios del XX que se produjo una reivindicación de la tradición, en ocasiones de manos del nacionalismo político. Se dieron las primeras recogidas sistemáticas y publicadas de estudios sobre la música gallega de la mano de Isidoro Hernández y José Inzenga, además de la aparición de figuras como la del músico Perfecto Feijoo, gaitero y concertino, que fundó Aires d'a terra, con quien grabó el primer disco comercial de música gallega en 1904. También durante la primera mitad de siglo destacan las figuras de Ricardo Portela y Avelino Cachafeiro, que dignificaron el instrumento de la gaita y su significado social (Alén 2009:33).

Durante el Franquismo, la música tradicional fue forzada a adaptarse a la visión política del momento, y las manifestaciones más vistosas fueron transformadas en espectáculos patrióticos, lo que condujo al declive en la popularidad de los estilos

tradicionales, la castellanización de las letras y la tergiversación tanto de las formas musicales como de las danzas que las acompañaban.

No sería hasta la desaparición del franquismo que la tradición volvió a ser tenida en cuenta, tanto por nuevos grupos como por agrupaciones folklóricas, que continuaron en cierta medida con las formas impuestas por los grupos de coros y danzas de Falange Española. Se recuperaron muchas formas tradicionales, se empezó a dignificar la gaita y aparecieron muchos festivales que contribuían a establecer grupos musicales. Nace en esta época Milladoiro.

Pero aún durante la democracia la manipulación de los elementos tradicionales gallegos no cesó a manos de los políticos. Es el conocido caso de Manuel Fraga, que se hacía acompañar en cada investidura de cientos e incluso miles de gaiteros. Un ejemplo es lo publicado en *Xornal.com* el 23/11/2001: “En principio, está previsto que unas 150 bandas de diversos países de América y de Europa, integradas por más de 5.000 gaiteros, acompañen a Fraga con su música en su toma de posesión. Los gaiteros se colocarán en la Catedral de Santiago y por todos los rincones de la Plaza del Obradoiro, desde donde interpretarán el Himno del Antiguo Reino de Galicia y el Himno Gallego. Se podrán ver gaiteros ubicados en las balconadas del Pazo de San Xerome, Raxoi y de la propia catedral. Antes de llegar al Obradoiro, a la salida del Parlamento, donde tendrá lugar la sesión de investidura de Fraga, la Real Banda de Gaitas tocará la melodía Gallaecia, compuesta por Foxo para la toma de posesión de todos los presidentes de la Xunta en 1990, año en que Fraga asumió por primera vez la jefatura del Ejecutivo gallego”.⁴ “Con aquello Fraga intentó borrar su pasado, especialmente el franquista, para lo que llevó gaiteros y una puesta en escena de raíz gallega con la que quiso representar una conversión al cargo que asumía”, valora Pilar García Negro, profesora y diputada por el BNG.⁵

Ya en las últimas décadas del siglo XX, muchos músicos gallegos comenzaron a considerar que la música gallega era parcialmente céltica en origen, de forma que buscaron influencias en la música de Irlanda, Escocia y la Bretaña francesa. El resultado fue la proyección internacional de la música gallega, coincidiendo con el desarrollo general de la música tradicional en contraposición a la música más comercial.

⁴ <http://www.xornal.com/artigo/2001/11/23/galicia/unos-200-gaiteros-ensayan-en-barcelona-para-la-toma-de-posesion-de-fraga/2001112314180600000.html>. (8/07/2011).

⁵ <http://novashistoria.blogspot.com/2010/02/vinte-anos-das-gaitas-de-fraga.html> (8/07/2011).

A partir de los años 80, aparecen muchos grupos y artistas que partiendo de la música tradicional la fusionan con otras músicas más modernas o de otras culturas, sobre todo de los países celtas, dando lugar a una corriente de música folk. Luar na Lubre, Carlos Núñez o Milladoiro son algunos de los artistas que más popularizaron la música gallega a nivel estatal e internacional. La celtificación de la música gallega también tuvo una importante repercusión en las bandas de gaitas, que han sido criticadas durante mucho tiempo debido a su estatismo visual y musical, aunque la aparición de figuras femeninas como Susana Seivane y Cristina Pato ha roto con estas ideas y con la concepción masculina de gaitero. Otras formaciones musicales que nacen por estas fechas son los grupos de *pandeireiras*, con ejemplos como Leilía en su vertiente más tradicional, o Anubía o Faltriqueira en una más moderna.

En cuanto a los instrumentos tradicionales, se propone la siguiente clasificación basada en la ofrecida por Pablo Carpintero Arias (Arias 2009):

a.- Instrumentos de viento:

- La gaita: es el instrumento por excelencia de la tradición musical gallega.
- El pito: se parece a una flauta dulce, tiene forma cónica y siete agujeros en la parte delantera y uno en la posterior, y se toca de manera semejante al puntero de la gaita.
- La *requinta* es parecida al *piccolo* y tiene siete agujeros y una llave final. Su origen se remonta, según Ana Sánchez Brunete y Enrique Montero, a la necesidad de flautas para la interpretación de música en la Catedral de Santiago.
- Otros instrumentos son la ocarina, el *chifre*, el clarinete, el saxofón o el acordeón.

b.- Instrumentos de percusión:

- El bombo: se toca con una única maza y lleva el ritmo principal acompañando a la gaita, pero nunca supera el sonido de ésta.
- El tamboril: es similar al bombo, de menor tamaño y más agudo. Se toca con dos baquetas. Suele acompañar a la gaita.
- El pandero: se toca con las manos, en una se apoya el instrumento y con la otra se toca.
- La pandereta: es un instrumento tradicionalmente femenino. Puede acompañar otros instrumentos o servir de único acompañamiento en la

interpretación de canciones. Su pequeño tamaño, su versatilidad y lo relativamente barato de su construcción hacen que sea un instrumento muy popular.

- Dos conchas de vieira o las *tarrañolas* (dos láminas de madera) pueden acompañar cualquier instrumento.
- El *charrasco*: actualmente en desuso, se mantiene en las charangas de Navidad y en las Rías Bajas.

c.- Instrumentos de cuerda:

- La concertina desapareció a mediados del siglo XX y fue recuperada por Faustino Santalices y Xosé Loi Rivas.
- El violín llegó a Galicia de manos de peregrinos y pasó a manos de ciegos y mendigos. Se utiliza en la música tradicional y se recuperó con la música folk a partir de la influencia de grupos irlandeses que lo adaptaron a sus interpretaciones.
- En la Edad Media también se usaba el arpa, pero desapareció durante siglos. En los años 70 se reincorpora a la tradición musical gallega de la mano de Emilio Cao. Tiene una gran influencia del arpa céltica de Escocia, Irlanda y la Bretaña. En las últimas décadas también se usan instrumentos como la guitarra española, la mandolina o el *buzuqui*.

Los instrumentos se combinan según las necesidades y los recursos. Una de las combinaciones instrumentales más extendida es la de gaita, tamboril y bombo, y se llama cuarteto tradicional, aunque se le pueden añadir otros instrumentos de percusión como las panderetas. Por quinteto tradicional se entiende la agrupación de un cuarteto más otro instrumento melódico o harmónico como el acordeón, el clarinete o la requinta. En cuanto a los grupos de *pandeireiras* se componen normalmente de mujeres que tocan instrumentos de percusión, y no sólo panderetas.

Respecto a los géneros de la música gallega, el libro *O saber do pobo* de Calixto Albán Laxe habla de que en las composiciones más antiguas se utiliza una reducida variedad de escalas. Muchas melodías se construyen de forma definitiva en el momento mismo de cantarlas, siendo la interpretación individual un valor importante dentro de la música gallega (Albán 2003).

Algunos géneros no están completamente definidos o tienen nombres diferentes a lo largo de la geografía. Algunos se definen por su utilidad o temática, otros por sus ritmos, lo que hace difícil su clasificación. Las letras y melodías se combinan muchas veces libremente e incluso una misma melodía se adapta a diferentes ritmos y funciones, dependiendo del intérprete o de la zona. Aún así, se pueden distinguir algunos géneros con características o temáticas propias (Albán 2003:139):

- Diversos cantos religiosos se relacionan con la Navidad. Los años nuevos y los reyes o *panxoliñas* se cantaban la última noche del año y alrededor del seis de enero, respectivamente. Estas composiciones fueron sustituidas por los villancicos, piezas de origen culto con ritmo de muñeira nueva pero más lento. Se interpretaban a coro y acompañadas de percusión y gaita. Los *manueles* son un género más moderno donde se felicita a quienes están de santo.
- En el Carnaval y en la Fiesta de los Mayos se utilizaba música para hacer críticas y escarnio de forma pública sobre acontecimientos que tuvieron lugar durante el año. Se hacían representaciones humorísticas y actuaciones más o menos improvisadas. Los niños eran los principales protagonistas de los mayos, pero fuesen niños o mayores se solía pedir una compensación económica por la actuación.
- Las nanas eran empleadas para dormir a los más pequeños de la casa. Podían tener temática infantil o contar alguna historia.
- Los *alalás* son la forma de música gallega más antigua y mejor conocida. Se cantaban solos, sin acompañamiento musical y con ritmo libre. Se basan en un tema breve que repite la melodía, que también se puede separar con frases de gaita. Eran casi siempre melodías diatónicas.
- Existían cantos vinculados al trabajo en el campo y con animales y cantos asociados a oficios concretos como cantos de arriero y cantos de herrero. Estos cantos eran o bien de ritmo e interpretación libre o bien de ritmo muy marcado, propio del trabajo que se realizaba. Así se aliviaba la soledad del trabajo a realizar.
- En las bodas eran propias las *regueifas*, denominación tanto de una rosca con la que se agasajaba a los recién casados, un baile que se hacía en su honor, un tipo de danza en el que la novia llevaba la rosca en la cabeza y

un canto consistente en un diálogo improvisado y con melodías propias en el que se competía por ver quién quedaba sin ideas para continuar.

- Las *regueifas* también se dan fuera del ámbito de las bodas, bien con coplas totalmente improvisadas, bien con letras ya conocidas por los intérpretes. Esta última modalidad se llama desafío, y en él pueden participar dos grupos que emplean las coplas a manera de insulto y escarnio. La *regueifa* y el desafío eran los dos principales géneros dialogados. Los hay que son canciones hechas a base de preguntas y respuestas y los *parrafeos*, diálogos amorosos entre hombres y mujeres o una parodia de los mismos, con cierto carácter narrativo.
- Los cantos de ciego y romances suponen un puente entre las músicas de transmisión oral y la transmisión escrita. Era frecuente que los intérpretes, tras la actuación, vendiesen la letra impresa, lo que se llamaba literatura de cordel. De esta forma, los romances quedaban fichados y eran menos proclives a cambios por defectos de transmisión. Los romances podían ser de tradición peninsular, adaptados a melodías preexistentes, o específicos de Galicia y de temática totalmente local. Eran narrativos y servían para contar sucesos históricos, noticias de la época o asuntos locales, algunos con intención moralizante.

En cuanto a los ritmos característicos, el mismo autor habla de los siguientes:

- La composición más popular y característica es la *muñeira nova o muñeira*. Es un ritmo rápido con un compás de 6/8. Sus variantes son la *carballeza* (ritmo muy marcado), la *ribeirana* (ritmo vivo), la redonda, la *chouteira*, el golpe (ritmo pausado) y el contrapaso, que se diferencian por la manera de bailarlas. Por las melodías y su compás complejo se deduce que su origen era probablemente culto, en el siglo XVIII.
- La *muñeira vieja*, llamada también *empuñada*, por el hecho de tocarla con una pandereta, es un ritmo terciario vivo. Su origen es anterior a la *muñeira nova*, pero está menos divulgada. Con este instrumento destacan también las *pandeiradas*.

- La *alborada* es una composición instrumental y se caracteriza por una serie de frases descendentes. Se usa para comenzar las celebraciones del día, como su nombre indica, y carecen de letra. Son muy semejantes a los pasacalles.
- La marcha procesional es una marcha lenta y se creó para acompañar las procesiones y otros actos religiosos.
- La jota se ha extendido por toda la geografía peninsular. En Galicia, junto con la *muñeira*, es uno de los ritmos más cantados y bailados. La *foliada* es una canción alegre que se toca preferentemente en las romerías, se considera una variante de la jota pero con un tempo más pausado.
- Con el paso del tiempo llegaron a Galicia más ritmos que llegaron a tener mucha aceptación en el pueblo. Se les llamó agarrado porque se bailaban así. Originalmente eran ritmos americanos, europeos o peninsulares a los que se les adaptaba una melodía gallega y se interpretaban con instrumentos tradicionales. El pasodoble es una variación del pasodoble español a la que se le incorporó la gaita. Las polcas se extendieron por Galicia procedentes de Europa durante el siglo XIX. Otras influencias importantes fueron los ritmos y melodías portugueses.

V.- Metodología. Fuentes de documentación sobre el folk

La metodología utilizada en este proyecto consta de diversas fuentes de información, documentales y derivadas de entrevistas personales. Respecto a las documentales he utilizado monografías y artículos de investigación, los cuales aparecen citados en los tres primeros capítulos del presente trabajo.

1.- Entrevistas personales

También he realizado una serie de entrevistas personales como manera de conocer directamente el ámbito de la música tradicional popular y folk. Cito a continuación las personas entrevistadas:

- Josep Vicent Frechina. Crítico musical y musicólogo, experto en músicas del mediterráneo. Colabora con la revista *Caramella*, es fundador de la Colla de Dimonis de Massalfasar y organizador de *Cant al ras*, entre otras actividades. Se trata de un experto en la materia sobre la que se asienta mi proyecto de festival y era imprescindible contactar con él, tanto para obtener una visión de cómo está la industria musical valenciana como sobre el mundo de la música y cultura popular.
- Josep Antoni Collado. Colaboró con Vicent Torrent en la Fonoteca de Materials. Es además un aficionado a este estilo musical. Fue mi primera toma de contacto con el ámbito de la música popular tradicional. Me presentó a Eduard Navarro.
- Toni Torregrossa. Miembro de Urbàlia Rurana. Me explicó el funcionamiento desde dentro de un concierto y un festival de música y ayudó a hacerme una composición de lugar de todo lo que conlleva. Me facilitó información de índole técnica sobre su grupo, necesaria para el proyecto del festival, además de contactos en empresas de sonido, montaje, etc.
- Vicent de Quart. Organizador de *Una nit folk* de Quart. Me explicó cómo hacen el festival en Quart y los diferentes aspectos a tener en cuenta para una cita de este tipo. También me facilitó contactos relacionados con este ámbito musical.
- Àlvar Carpi. Músico. Me proporcionó una visión desde dentro de la industria musical e información sobre posibles fuentes de financiación.
- José María Bullón. Técnico de cultura de Almussafes. Hablamos sobre la posibilidad de realización en Almussafes de mi proyecto de festival y acerca de

todo lo necesario para llevarlo a cabo desde el punto de vista de un gestor cultural.

- Àngel Martí. Gerente d'Escola Valenciana. Hablamos sobre vías de financiación y colaboración de ambos proyectos.
- Tubal Perales. Miembro del COM. También hablamos acerca de posible vías de colaboración entre el organismo al que pertenece y me facilitó algunos datos técnicos para el proyecto.
- Josep Cortes y Sergi Linares. Miembros del Servei de Normalització Lingüística de la UPV. Nos reunimos para tratar una posible colaboración económica con el proyecto de festival y las condiciones para que fuera posible en el supuesto.
- Toni Guzmán. Integrante de la Colla Brials. Nos reunimos para hablar sobre su organización de danza tradicional y sobre cómo sería la colaboración entre ambos para mi proyecto de festival.
- Eduard Navarro. Músico en diversos proyectos junto con Mara Aranda i Solatge y miembro de Alimara. Me proporcionó información de primera mano sobre grupos de folk y música de raíz y sobre el funcionamiento de este “mundillo” en general. También fue mi contacto con el Grupo de danzas Alimara.

2.- Revistas, blogs, páginas webs, radio y televisión

De vuelta a la fuentes documentales, dentro del ámbito de la música tradicional se encuentran múltiples soportes informativos, ya sea en formato papel, digital o audiovisual. En lo referente al formato papel, las publicaciones más reconocidas y con amplia trayectoria son la revista actualmente conocida como *Sons de la Mediterrània*, anteriormente llamada *Folk*, y la revista *Caramella*.

Sons es una revista de periodicidad bimensual, escrita en catalán y editada en Cataluña, pero no dedicada en exclusiva a la música en catalán, sino que abarca la música tradicional de los países del arco mediterráneo. Sus páginas informan sobre artistas noveles y consagrados, festivales, temas relacionados con el ámbito de la música folk y con el mundo tradicional en sentido amplio. Pese a que se centra en la música habla también sobre danzas, tradiciones que se están perdiendo o que se revalorizan, busca dar a conocer y reconocer el universo de lo popular y lo tradicional. Además de reportajes, noticias, entrevistas y artículos de opinión, incluye secciones dedicadas a la

crítica discográfica, sobre libros, DVDs y organiza un concurso de maquetas. Cuenta además con un suplemento, “Foc”, que es una guía de festivales y cultura popular.

Para ejemplificar los temas no estrictamente musicales que se encuentran en la revista, los editoriales son una muestra clara de lo que preocupa o sobre lo que focalizar la mirada. En el número 12, de septiembre-octubre de 2009, se plantea la falta, y por tanto, la necesidad, de profesionales en el ámbito de la gestión cultural formados en cultura popular y de raíz tradicional. En el número 14, de enero-febrero de 2010, se trata la cantidad de grupos nuevos que surgen en el País Valenciano que hacen música de raíz cantada en valenciano y el choque que eso supone con el signo político que gobierna el territorio, ajeno a ese movimiento o con intención de no verlo. Y en el más reciente número 22, de mayo-junio de 2011 se habla del buen momento que está viviendo la música tradicional y folk, y de que las nuevas propuestas se dedican a crear nuevas composiciones a partir de las raíces recuperadas. Alaba la fusión de estilos musicales, de géneros y de tradiciones de diferentes países que traen de nuevo a la vida cotidiana lo que antes se consideraba tan sólo objeto museístico.

Esta revista es editada por el grupo Enderrock, “primera editorial musical dels Països Catalans”⁶, desde 1993. Además de publicar en papel y online *Sons*, cuenta con otras publicaciones: *Enderrock*, *Jaç* y *440 Clàssica*.

Por su parte, la revista *Caramella* se define a sí misma en el subtítulo que le da nombre: “Revista de música i cultura popular”. Nace en 1999 y publica dos ejemplares al año, cada seis meses. Surge en torno a tres asociaciones enclavadas en tres puntos geográficos distintos, Tramús (l’Horta), Carrutxa (Reus) y Solc (Lluçanès) y sus contenidos se redactan desde diferentes puntos del País Valenciano, Baleares y Cataluña. Su principal objetivo es “crear una xarxa de col·laboració i intercanvi entre els nombroses entitats que treballen a l’àmbit de la cultura popular en els Països Catalans”⁷.

Se divide en secciones fijas: “Parlem de”, “A fons”, “Tocadors i Sonadors”, “Trobades i Festivals”, “Cultura Popular”, “Amb altra veu”, “Cançoner”, “Associacions”, “Ressenyes” y “Opinió”. Cada número tiene un tema central aunque sus contenidos varían en torno a temas etnológicos y patrimoniales de todo tipo, haciendo especial hincapié en la música, pero sin olvidar los festivales, exposiciones, asociaciones del ámbito, etc.

⁶ <http://www.enderrock.cat/seccio/quisom> (3/8/2011)

⁷ <http://www.revistacaramella.cat> (3/8/2011)

La sección “Parlem de” consta de diferentes reportajes y artículos sobre el tema central de la revista; en “A fons” se hace una entrevista en profundidad a una persona destacada, un músico por ejemplo; en “Tocadors i Sonadors” se entrevista, se hacen reportajes, noticias sobre un grupo, un músico, un festival de música popular...; “Trobades y festivals” abarca como su nombre indica informaciones sobre encuentros y citas donde la música de raíz es la protagonista; “Cultura popular” centra más su mirada en personajes o tradiciones distintas de las musicales representativos de la cultura más tradicional; “Am baltra veu” da a conocer músicas de otros lugares, del extranjero; “Cançoner” es la explicación y la contextualización de una canción popular; “Asociacions” trata las organizaciones y lugares donde se ha propiciado el encuentro de intereses sobre música popular, tradiciones...; “Ressenyes” analiza desde libros, sobre música y cultura popular hasta discos de artistas valencianos, catalanes o extranjeros; y “Opinió” acerca la visión de *Caramella* acerca de un tema o un hecho relacionado con su ámbito de conocimiento.

Un ejemplo es el editorial del número 20, en 2009, momento en que la publicación cumplía diez años, donde hace una reflexión sobre el ámbito de la cultura popular en los denominados Países Catalanes y sobre el objetivo de creación de la revista: “Naix en un moment de efervescència en l'àmbit associatiu i de progressiu retrobament amb la tradició popular que comença a ser percebuda com un poderós vector identitari”.

Pero las dos revistas comentadas no son la única fuente para conocer qué hay de nuevo en el mundo de la música folk y la cultura popular y tradicional. Hay multitud de páginas web donde informarse acerca de grupos, artistas, festivales, conciertos... Aquí he hecho una selección de las más útiles, completas y con mayor actualización de contenidos:

- www.tierrafolk.com. Se trata de una web donde se publican diversas informaciones de conciertos, discos y festivales. Tiene enlaces a radios de España y extranjero, vídeos de conciertos, videoclips, entrevistas... Lo más interesante es un mapa interactivo con los festivales de toda España.
- www.mundofolk.com. Web dedicada a la promoción de grupos de música folk, con información y agenda de conciertos, listas de los más vendidos, tienda virtual, etc. Tiene enlaces a otras webs de folk.

- www.todofolk.com. Web con noticias sobre conciertos, discos recientes de diferentes artistas, reportajes, entrevistas, maquetas de nuevos artistas. Se nutre de lo que envían los usuarios y colaboradores, por lo que está más desactualizada que las demás.
- www.interfolk.net. Revista en formato papel y digital dedicada a la música folk y tradicional de ámbito español. Se edita en Madrid desde 1998. Publica noticias relacionadas con grupos y artistas, conciertos, concursos y premios, tiene un especial de festivales de los meses de verano y sección de novedades discográficas.

En cuanto a blogs interesantes en el ámbito del folk:

- folkenlared.blogspot.com. Comentarios de música folk/celta en general. Conciertos, nuevos discos, noticias, ideas, anécdotas y descargas.
- www.paradisofolk.blogspot.com. Noticias sobre nuevos artistas, discos, y conciertos. Tiene una serie de enlaces a otros blogs y páginas sobre el folk, además de enlaces a discográficas, multitud de artistas y algunas radios de escucha en la red.
- MUSICAPAROLAS.BLOGIA.COM. Mucha música al estilo de un programa de radio, con enlaces a webs y otros blogs como los ya comentados, además de un recorrido por algunos festivales folk más conocidos.
- *La caseta del plater* (<http://blocs.mesvilaweb.cat/frechina>). Josep Vicent Frechina publica en este blog reseñas de discos, de conciertos y actuaciones, además de expresar sus opiniones y visión acerca de las políticas culturales que se siguen en el País Valenciano y de cómo está el sector de la música tradicional. Los enlaces desde su blog están divididos en las siguientes categorías: “ressenyas de discs, cròniques de concerts, la mediterrània invisible, la música dels llocs, quadern de sardenya, de cançons, pels que se’n van, altres cròniques i articles, últims 40 canvis, notíciesvilaweb, també hi sóc, música, amics, blogs”.

Los medios audiovisuales tradicionales también son un escaparate para la música tradicional, aunque en menor medida. En el ámbito estatal destaca el programa de Radio 3 *Tarataña*, que se emite los sábados y domingos de 07:00 a 08:00 horas y está presentado por Fernando Iñíguez. Pese a que en Radio Nacional hay varios programas

clasificados como músicas del mundo, *Tarataña* es el único dedicado íntegramente a la música de raíz. “Conociendo el folklore a través de la música tradicional” es el lema que reza la cabecera del programa al buscarlo en la web de la entidad de radiotelevisión española.⁸ Anteriormente existía otro programa dedicado a la música folk llamado *Trébede*, que quitaron a raíz de un expediente de regulación de empleo que hubo en el ente de radiotelevisión nacional en 2008. Su presentador siguió con el programa a través de su blog <http://radiotrebede.blogspot.com>, aunque no parece haber tenido continuidad dado que no hay entradas nuevas. También se puede consultar una web llamada www.trebede.info, que parece bastante desactualizada.

En cuanto al País Valenciano, existen multitud de radios locales y municipales con algún programa musical dedicado a las músicas tradicionales, folk y de raíz. Como no es posible incluirlos todos, a modo ejemplificador comentaré los programas que he considerado más representativos, ya sea porque se han dado a conocer a través del ámbito universitario y estudiantil o bien porque un mismo programa se emite en diferentes emisoras en días distintos.

La radio de la Universidad Politécnica de Valencia tiene varios programas dedicados a la música folk⁹: *Los sonidos del planeta azul* es uno de los más conocidos. Emite música étnica y de raíz, de lunes a viernes de 16.00 a 16.30 horas. Está presentado por Paco Valiente. *Tradición sonora* se dedica a las músicas del mundo y al folk europeo, los domingos de 12.00 a 14.00 horas, y es realizado por Antonio Martínez Corzo quien también se encarga del programa *Celtismos*, que se emite los lunes de 14.00 a 15.00 horas. Este programa, dedicado a la música celta venga de donde venga, nace en una emisora de Internet llamada Radio Crónica Folk Musical, el cual se escucha no sólo a través de su emisora original y la de la Universidad Politécnica, sino a través de muchas otras, como la de Radio Burjassot (lunes de 10.00 a 11.00 horas), Radio Bocairent (martes de 22.00 a 23.00 horas) y Sol Fm, en Santa Pola (miércoles a las 22.00 horas).

Sin embargo, ni en la televisión nacional ni valenciana hay ningún programa dedicado en exclusiva a ese tipo de música, aunque sí lo hay a las músicas del mundo, al rock y pop y a la música clásica.

La falta de interés e inversión a nivel estatal y autonómico en este tipo de música es más palpable si comparamos la oferta de radiotelevisión española y del País

⁸ <http://www.rtve.es/podcast/radio-3/taratana/> (3/8/2011)

⁹ http://www.upv.es/pls/oreg/rtv_web.ListaProgRadio?p_idioma=c (3/8/2011)

Valenciano con la existente en Galicia, donde la cadena autonómica tiene tanto en televisión como en radio espacios destinados a promover y difundir la música tradicional y folk.

La cadena TVG (Televisión de Galicia) de la CRTVG (Compañía de Radiotelevisión de Galicia) emite un programa llamado *Alalá*, cuyos protagonistas son las personas, grupos o asociaciones que se dedican a la música tradicional o folk gallega. Este espacio mezcla interpretaciones musicales con fragmento documentales sobre la vida, la manera de pensar y de ver el mundo de estas personas. Su horario de emisión son los miércoles de 22.30 a 23.25 horas, lo presenta Pilar García Rego.

Por su parte, Radio Galega Música tiene en su parrilla tres programas donde la música folk y tradicional es la protagonista:

- *Astrolabio*, especializado en folk y músicas del mundo, no habla de actualidad, es un programa eminentemente musical. Se emite los sábados de 22.00 a 23.00 horas, con Rodrigo Romaní.
- *Lumen na palleira*, dedicado íntegramente a la música tradicional y folk, sobre todo gallega, pero con cabida para la música de otros lugares. Incluye música en directo, noticias, presentaciones de discos, informaciones sobre festivales y conciertos y contacto con el oyente. Se emite los sábados de 16.00 a 18.00 horas y los domingos de 14.00 a 15.00 horas, con Emilio Españadero.
- *Punteiro* es otro espacio para la música tradicional popular y folk, para aquella “creada con la fuerza de la sangre y los latidos del corazón, que emocionó en tiempos pretéritos y emociona en la actualidad”¹⁰. Se emite los sábados de 21.00 a 22.00 horas, con Manuel Garrido.

3.- Circuitos: *La Gira y So de Sons*

Por otro lado, fuera de los canales habituales de difusión y conocimiento ya comentados, existen en el País Valenciano dos circuitos que fomentan y dan a conocer los diferentes grupos y artistas que cantan en valenciano, sea cual sea su estilo musical. Es importante matizar el tema de la lengua propia porque el proyecto de festival que plantearé en la segunda parte de este trabajo centra su atención en la música folk, pero sobre todo en aquélla que se hace en este territorio y es cantada en valenciano. Se trata

¹⁰ <http://crtvg.es/>

de *La Gira* de la Fundació Escola Valenciana, y del *So de Sons*, del Col·lectiu Ovidi Montllor:

- *La Gira de la Fundació Escola Valenciana*. Escola Valenciana-Federació d'Associacions per la Llengua (FEV) es una entidad cívica formada por 24 asociaciones comarcales cuyo objetivo es la normalización lingüística en todos los ámbitos del valenciano, con especial incidencia en el sistema educativo del País Valenciano. En este marco nacen “les Trobades d'Escoles en Valencià”, encuentros lúdicos y reivindicativos que han terminado siendo el proyecto con más eco de la entidad. Estas fiestas por la lengua reúnen cada año a más de 220.000 personas entre padres, madres, alumnos y profesores en cerca de los 20.000 encuentros comarcales.

En los últimos años Escola Valenciana ha mantenido la acción en las escuelas y ha ampliado su trabajo en materias de normalización lingüística al resto de ámbitos sociales: música, cine literatura, cultura popular, etc. Un fruto de estas actuaciones es *La Gira-Festival itinerante de música en valenciano*. El proyecto nace en 2006 como un circuito itinerante de música en valenciano destinado al alumnado de secundaria, bachillerato y universitario que se lleva a cabo en primavera. Se trataba de ampliar la oferta de los encuentros escolares al ámbito juvenil y de potenciar un circuito estable con infraestructuras de calidad y con la posibilidad de promocionar a los músicos y cantantes en valenciano por todo el territorio. El número de asistentes aumenta en cada edición, así como el número de conciertos y grupos participantes, según la Federación. Pese a que *La Gira* se ha desarrollado esencialmente por el País Valenciano, ha consolidado paradas en Cataluña y ha empezado su andadura por Mallorca. *La Gira* es, según los organizadores, “un circuit que funciona d'aparador de la música en valencià i que, a més, demostra la bona salut de què gaudeix aquest sector en els últims anys. No és estrany que la producció de discos en el País Valencià s'haja multiplicat per dos durant els últims cinc anys.”¹¹

Además, dado el éxito de las convocatorias, desde 2010 se celebra en julio un festival de tres días en Benlloch, el *Feslloch*. Y está previsto editar el Disc de la Música en Valencia, con grupos participantes en *La Gira* que hayan sacado disco en 2011.

¹¹ <http://www.escolavalenciana.com/categories/index/100/la-gira-festival-itinerant-de-musica-en-valencia> (12/07/2011).

- *So de Sons*. El COM (Col·lectiu Ovidi Montllor de músics y cantantes en valenciano) es una asociación cultural que pretende agrupar al mayor número de grupos y solistas que se expresan en la lengua propia del País Valenciano. Su objetivo es “dignificar el nostre treball com a músics per damunt dels prejudicis d’aquells que menyspreen el valencià com a llengua per a cantar. Davant l’actual realitat valenciana, on ni els mitjans públics ni les institucions donen suport a les nostres produccions –discos, concerts, festivals, etc.-, pensem que, units, fent actes per deixar palesa la nostra qualitat i donant exemple amb els nostres treballs, posem en valor la música que fem”¹².

Este colectivo lleva a cabo tres iniciativas muy conocidas y valoradas dentro de la industria musical en valenciano del PV: *Premis Ovidi*, *Comcerts* y *el So de Sons*. Este último es un circuito de música en valenciano que pretende conjugar las salas privadas con diversas entidades del territorio valenciano para reivindicar la promoción de la música en esta lengua. Los conciertos son de diferentes estilos musicales y sus objetivos son conseguir visibilidad mediática para la música autóctona, normalizar la cultura en valenciano, dinamizar el sector de la industria musical del País Valenciano y crear sinergias entre los artistas y los programadores culturales de salas privadas e instituciones.¹³

En el *So de Sons* participan también Escola Valenciana, la Universidad de Valencia, la Universidad Politécnica de Valencia, la Universidad Jaume I, la Generalitat de Catalunya y Acció Cultural del País Valencià.

¹² <http://www.musicaenvalencia.com/que-es-el-com>. (12/07/2011).

¹³ <http://sodesons.org/2011/01/> (12/07/2011).

VI.- Los festivales de música folk como lugares de difusión y puntos de encuentro: España y País Valenciano

España es un país con multitud de festivales de diferentes tipos de música a lo largo de todo el año y por todo el territorio. Y el estilo de música folk y tradicional abarca gran cantidad de ellos. Su número no decae, pues pese a que algunos festivales no consiguen mantener una periodicidad constante en su realización, parece que el interés por este estilo de música y esta manera de darla a conocer mantiene en alza el número de propuestas. Algunos ejemplos de festival de corta duración en el tiempo o de desaparición en este 2011 son el Maremagnum, que se celebró tan sólo dos ediciones (2008 y 2009) en Tomares, Sevilla; el Lupe Folk, en la localidad de Guadalupe, Murcia, que cumplió cinco ediciones en 2010, pero que en 2011 ya no se ha vuelto a realizar; la Muestra de música tradicional de San Sebastián de los Reyes, Madrid, que tenía una larga trayectoria (la XV edición fue la de 2010) pero este año no ha tenido lugar; o el Folkmedo, que celebró su VIII edición en 2010 y en 2011 no se va a celebrar.

Sin embargo, hay otros muchos festivales que siguen en marcha actualmente. La tabla inferior muestra una selección en el caso español y en el del País Valenciano, donde se especifica el lugar de celebración y antigüedad del festival, el ámbito dentro de la música popular tradicional por el que se decanta y/o la nacionalidad de los grupos participantes, las diferentes actividades que se llevan a cabo durante el festival y si tiene una filosofía o misión concreta, y quiénes son los organizadores, patrocinadores y colaboradores.

Nombre del festival	Lugar y fechas de celebración (edición 2010)	Tipo de música/Países participantes	Actividades y/o filosofía	Organizadores y/o patrocinadores y/o colaboradores
Festival de Ortigueira	Villa de Ortigueira, Galicia. 7, 8, 9 y 10 de julio.	Música eminentemente celta en sus comienzos y actualmente folk de todo tipo. Nombres consagrados y nuevos grupos de España y el extranjero	Además de conciertos se puede disfrutar de: concurso de nuevos talentos, feria de artesanía, pasacalles, danzas, cine y teatro, exposición y artes en la calle. Nace como un espacio de libertad con marcado carácter	El Ayuntamiento de Ortigueira es el organizador, Año Xacobeo, Consellería de Cultura y Turismo de la Xunta de Galicia, Estrella Galicia y Diputación de A Coruña son patrocinadores, y

			folclórico, donde reunirse diferentes tribus urbanas y gentes de lejanos puntos de la geografía.	Coca-cola y el Ministerio de Cultura son colaboradores.
Tradicionarius	Barcelona, Cataluña. Del 12 de enero al 30 de marzo. Nace en 1987.	Música folk internacional, con mucha presencia de grupos locales catalanes	Conciertos, danzas, pasacalles, charlas, talleres de música, danza e instrumentos tradicionales, exposiciones, presentación de novedades discográficas. Su objetivo es difundir la cultura tradicional y la música de raíz catalanas.	L o organiza el C.A.T. Centre Artesà Tradicionàrius, en colaboración con la Generalitat de Cataluña y el Ayuntamiento de Barcelona.
Sete Sóis Sete Luas	30 ciudades de Brasil, Cabo Verde, Croacia, España, Francia, Grecia, Israel, Italia, Marruecos y Portugal. Durante varios días de junio, julio, agosto, septiembre y noviembre. Su primera edición fue en 1993.	Música popular contemporánea, del Mediterráneo y del mundo lusófono. Brasil, Cabo Verde, Croacia, España, Francia, Grecia, Israel, Italia, Marruecos y Portugal	Su programación incluye música fundamentalmente y también artes plásticas. Sus objetivos son fomentar el dialogo intercultural, la movilidad de los artistas de los Países de la Red y la creación de formas originales de producción artística	La Red Cultural creada por los países participantes formada por ayuntamientos, figuras gubernamentales a nivel local y provincial, entidades culturales y el programa Cultura 2000 de la Unión Europea
Pirineos Sur	Pirineo Aragonés (Lanuzas-Sallent de Gállego, Huesca). Del 8 al 25 de julio. Su primera edición fue en 1991.	Especializado en músicas del mundo y populares. Países de todo el planeta	Además de conciertos, el festival cuenta con pasacalles, talleres, exposiciones, cuentacuentos, espectáculos de calle y actuaciones infantiles. Su principal objetivo es servir de punto de encuentro a las distintas culturas del mundo, construir puentes de tolerancia y respeto mutuo a través de la	Organiza la Diputación de Huesca, que es miembro del European Forum of Worldwide Music Festivals y de la Asociación de Festivales por la Diversidad. Cuenta como patrocinador oficial con Ibercaja

			música. También es una apuesta por fomentar el turismo cultural en esa zona de Huesca.	
Folkinvierno	Las Rozas, Madrid. 4 y 5, 11 y 12, 18 y 19, y 24, 25 y 26 de febrero. Nace en 2003.	Música folk de diversas partes de España y de otros países.	Priman las actuaciones musicales, los talleres de instrumentos tradicionales, los cursos de danza y música tradicional, y además hay exposiciones y conferencias. La filosofía de este festival es dar a conocer “la música de distintas tierras y de distintas gentes que han sabido renovarse en aquello que era necesario y preservar aquello esencial”, según afirma el alcalde de Las Rozas.	Organiza el Ayuntamiento de Las Rozas y la compañía Ibérica de danza.
Bidasoa Folk	20, 21 y 22 de agosto. En Irún, Hondarribia y Hendaya (Guipúzcoa y Francia). La primera edición fue en 2001.	Grupos de fuera de España (Reino Unido, Irlanda, Portugal..), de fuera del País Vasco y grupos autóctonos. El festival presenta “expresiones musicales poco conocidas y/o valoradas en Euskadi”.	El programa del festival es básicamente de conciertos, y se define como” crisol de culturas, abierto a todas y a todos, que devuelve a la frontera, característica de nuestra región, una función olvidada desde hace demasiado tiempo: la de punto de encuentro”. Utiliza el vasco, el castellano y el francés para comunicarse. Busca fomentar también el turismo en la Bahía de Bidasoa Txingudi y su comarca.	Los ayuntamientos de las respectivas ciudades son los organizadores, junto a empresas como la Cadena SER, el Diario Vasco, o instituciones como el Gobierno Vasco y la Diputación de Guipúzcoa, quienes colaboran con el festival.
Dansàneu	Estèrri d'Àneu (Lleida). Del 10 al 17 de	Danza y música tradicional de todo el país,	La protagonista en este festival es la danza tradicional, su	Es organizado por el Ayuntamiento de Estèrri d'Àneu

	julio. Nace en 1991.	“D’Occitània al País Valencià, de Galícia a les Illes Balears”, como afirman desde el Festcat.	estudio y las nuevas corrientes. Pero en las últimas ediciones la música tradicional pasa a ser un elemento igual de importante al unirse con el Festcat (el programa de Escuelas de Verano de Cultura Popular de la Generalitat de Cataluña).	y el Festcat, con la ayuda de la Diputación de Lleida y diversas organizaciones de enseñanza y cultura locales y provinciales, como el Consejo Cultural de los Valles d’Àneu o la Asociación de profesionales de gestión cultural de Cataluña.
Una Nit Folk	Quart de Poblet. 10 y 11 de septiembre. Nace en 1992.	Música y baile tradicional y popular, del País Valenciano, resto de España y mundo.	Conciertos, danzas populares y pasacalles. Quiere recuperar y difundir la cultura popular valenciana y de otros países, y se interesa por las diferentes vertientes de la misma: lengua, música, danza y formas de ver la vida. Además, hace especial hincapié en dar oportunidades a grupos noveles.	Es organizado por la Asociación cultural El Mussol en colaboración con el Ayuntamiento de Quart.
Tot a Folk	Picassent. 16, 17 y 18 de junio.	Música principalmente de artistas del País Valenciano, aunque se intenta incluir a una figura de fuera, bien del extranjero o de otra parte de España.	Los conciertos: uno de una vertiente más tradicional, otro con un toque de nuevas músicas y mestizaje (ambos en la Casa de Cultura), y otro con ritmos más bailables y festeros, que es el que se realiza al aire libre, en los jardines de la Ermita. En algunas ediciones se ha hecho una jornada el domingo por la mañana, dedicada a los más pequeños.	El Ayuntamiento de Picassent
Xàbia Folk	Jávea. Del 13 al 30 de mayo. Nace en 2001.	Música popular de diversas áreas españolas y del extranjero (Marruecos, Francia...)	Conciertos y algunos espectáculos o talleres de bailes tradicionales. Música de raíz popular y neo folk o	Lo organiza el Ayuntamiento de Jávea con su área de Cultura colaboran la Generalitat

			folk contemporáneo.	Valenciana y el IVM.
Trobades a la Llum de la Música	Llíria. 28 y 29 de junio. Cada año se celebra en una localidad del País Valenciano. Nace en 1998.	Se decanta por las músicas mediterráneas y del País Valenciano.	Se trata de jornadas lúdico-formativas donde se organizan conciertos, <i>master class</i> , talleres de danza, voz, percusión u orquesta.	CEFIRE de Godella y el IVM.
Cant al ras. Trobada de cant rural	Massalfassar. 21 de mayo. Se hace desde 1997.	Cantos tradicionales valencianos: <i>cant d'estil, albaes, cant de batre...</i>	Es una sola noche de actuaciones que dura hasta la madrugada. Intervienen tanto aficionados como profesionales.	Es organizado por Colla de Dimonis de Massalfassar i l'Associació Cultural Tradició i Música, Tramús
Música al castell	Dénia. 23, 30 y 31 de julio, 6 y 8 de agosto. Empezó en 1992.	Música popular de raíz tradicional valenciana y del resto de España, con poca presencia de artistas extranjeros.	Conciertos de artistas reconocidos y algunos noveles en un espacio diferente, el castillo de Denia. Desde su inicio pretendió dar visibilidad y apostar por las músicas tradicionales y populares, aunque en su momento no fueran muy mediáticas.	El ayuntamiento de Denia es el organizador, con colaboraciones de cajas de ahorro, del IVM y medios de comunicación.
Festacarrer de Ondara	Ondara, Alicante. Tuvo lugar los días 2, 3 y 4 de julio. Empezó a celebrarse en 1995.	Centra su atención en la música del País Valenciano.	Festival de música y bailes tradicionales y de raíz. Solía durar varios días pero debido a la actual crisis económica en 2011 pasa a hacerse durante una única jornada, el 18 de julio.	Está organizado por la Asociación Cultural Ocell.

Como se observa en la clasificación, la mayoría de festivales se celebra durante los meses estivales, ya que es el momento en que un porcentaje muy elevado de la población tiene vacaciones, sean trabajadores o estudiantes, y como los eventos de este tipo suelen durar varios días, al menos un fin de semana (aunque en el caso del Cant al Ras es una sola noche) las fechas veraniegas facilitan los posibles desplazamientos a lo largo de la geografía española para ver a los artistas que interesen.

En cuanto a la procedencia de los artistas y al estilo musical dentro de lo tradicional y/ o folk, no hay mucha diferencia entre los festivales de ámbito nacional y

los de ámbito local, ya que ambos programan a artistas españoles e internacionales, dando también importancia a los músicos de la tierra y a nuevas voces. Aunque sí existe una preferencia por la música tradicional local en las citas que tienen lugar en el País Valenciano.

También se aprecia que muchos de los festivales que se alargan en el tiempo no cuentan sólo con conciertos, sino que fijan la mirada en otros aspectos de la música folk, como son las danzas y los talleres de instrumentos, para dar a conocer en plenitud el ámbito musical que acercan en cada cita.

Por último, en cuanto a las entidades organizadoras y colaboradoras, si el festival tiene una mayor proyección internacional, dura varios días y es susceptible de tener una gran afluencia de público, las empresas privadas como bancos, medios de comunicación o marcas de bebidas son más proclives a colaborar en su puesta en práctica, además de contar con fondos provenientes de entidades públicas como órganos de gobierno locales, provinciales o autonómicos. Un festival más pequeño en cuanto a duración, a cantidad de artistas y a su cercanía geográfica va estar más respaldado por entidades locales que por empresas privadas de ámbito nacional o multinacional.

VII.- Propuesta de un festival de música folk País Valenciano-Galicia: Folkejant

1.- ¿En qué consiste Folkejant?

Folkejant es un festival de música folk y cultura popular que pretende ser un puente, un intercambio, entre dos maneras de entender este tipo de música. El País Valenciano va a ser el territorio que acoja las propuestas musicales de otra zona, sea país o región. En esta primera edición la zona invitada es Galicia.

El festival tendrá una duración de tres días, en los cuales, además de conciertos con grupos muy reconocidos a escala nacional, habrá talleres de danza tradicional y una conferencia de un experto en el ámbito de las músicas tradicionales. Los grupos participantes son: Al Tall, Urbàlia Rurana y Mara Aranda i Solatge del País Valenciano y Milladoiro, Luar na Lubre y Leilía, de Galicia. Los talleres de danza tradicional serán impartidos por Alimara y la Colla Brians, y la conferencia correrá a cargo de Josep Vicent Frechina.

Folkejant tendrá una periodicidad bianual y se celebrará en la localidad valenciana de Almussafes en el mes de agosto, durante el tercer fin de semana.

El programa del festival sería el siguiente:

Día 1: Taller de danza a cargo de la Colla Brians y conciertos de Urbalia Rurana y Luar na Lubre.

Día 2: Conferencia a cargo de Josep Vicent Frechina y conciertos de Mara Aranda y Solatge y Leilía.

Día 3: Taller de danza a cargo del Grup de danses Alimara y conciertos de Al Tall y Milladoiro.

Los talleres y la conferencia se celebrarán en la Casa de Cultura y empezarán a las 18.00 horas y los conciertos tendrán lugar en el patio del CEIP Almazaf a las 22.00 horas.

2.- Planteamiento o enfoque. Misión. Objetivos generales y específicos.

El festival Folkejant aspira a ser un punto de encuentro y de reflexión sobre las músicas tradicionales. Para ello establece un diálogo entre las manifestaciones que tienen su origen en el País Valenciano y aquellas foráneas, a modo de comparación entre las diferentes maneras de crear, interpretar y entender la música de raíz tradicional actualizada, el folk. El ámbito de lugares con los que establecer un diálogo se

circunscribe a Europa, ya que querer abarcar más territorios y por lo tanto más propuestas musicales es una tarea demasiado grande para un festival recién nacido.

Además, el hecho de limitar a Europa los países o regiones participantes en el festival actúa como signo diferencial con otros eventos, que suelen abarcar músicas de todo el mundo, lo que en muchos casos crea dispersión respecto al estilo musical de los grupos, pues se trata más de fusión de múltiples estilos como el jazz, el folk, etc., que un estilo musical definido proveniente de diferentes lugares¹⁴, como es el caso de Folkejant: música folk del País Valenciano y de otros lugares de Europa.

El punto común de todas las ediciones del festival, su base, es el territorio del País Valenciano y la música que se hace y se expresa en su lengua propia: el valenciano. ¿Por qué? Porque entiendo que no hay suficientes propuestas ni caminos actualmente para desarrollar la música que se hace en esta lengua y que proviene de lo más cercano al pueblo, sus tradiciones.

Las diferencias básicas con el resto de festivales existentes en España y en esta comunidad son, por lo tanto, el carácter de encuentro, de establecimiento de lazos entre diversas propuestas folk, y el visibilizar y sensibilizar acerca de este estilo musical; además de ser un escaparate para difundir y dar a conocer al mayor número de personas posible la música en valenciano. Así pues, podríamos decir que el establecer diálogos entre las músicas folk realizadas en distintas zonas y lenguas, y el visibilizar y sensibilizar a través de esta propuesta al espectador e instituciones son los objetivos principales de Folkejant. Los objetivos secundarios son convertirse en un escaparate para la música de raíz tradicional en valenciano y convertir el festival en una cita ineludible para los aficionados a este estilo musical, contando para ello con artistas de primer nivel pero sin obviar a las nuevas figuras y grupos. Aunque en esta primera edición, con el fin de atraer al mayor número de espectadores y aficionados se contaría con grupos de larga trayectoria y muy reconocidos a nivel nacional e internacional.

En cuanto a las actividades no musicales (los talleres de danza tradicional y la conferencia) forman parte de la filosofía del festival de no ceñirse al ámbito estrictamente musical. No se trata sólo de la música folk en sí y de los grupos y/o artistas, sino que para apreciarla en toda su universo cultural es interesante conocer de

¹⁴ Se trata de diferenciar claramente que el festival Folkejant es un festival donde impera el género de música folk aunque no en un sentido purista, sino en un sentido que busca aunar los puntos comunes entre los diferentes zonas y grupos dedicados a este estilo musical, pero matizando que no se trata de un festival de “world music” (músicas del mundo), nombre que se le da a un nuevo género musical donde confluyen diversos estilos musicales provenientes de multitud de países.

dónde viene, los diferentes estilos existentes dentro de la música de raíz y el folk, etc; además de los movimientos ligados a ella. Para ello he considerado que la mejor opción es una conferencia a cargo de un experto en esta materia, quien pertenecerá a uno de los países o regiones participantes en el festival. En esta primera edición se trata de Josep Vicent Frechina, de quien hablaré en profundidad en otro apartado.

Acerca de los talleres de danza tradicional, se impartirán por dos agrupaciones que entienden de forma diferente esta disciplina artística. Alimara abarca un campo más amplio de trabajo, se dedica no sólo a la danza y a la música sino que recupera también indumentaria tradicional; mientras que la Colla Brials ciñe su campo de actuación en diversos estilos de baile y en los “bureos”. Pero ambas dan la oportunidad de aprender algo sobre las danzas tradicionales, pues el baile y la música siempre han ido de la mano, no se entiende el uno sin el otro. Es un complemento para disfrutar de los conciertos, pues se podrá aplicar lo aprendido en los talleres una vez empiece a sonar la música.

3.- Los grupos

En este apartado expondré brevemente los rasgos más destacados de cada formación, quiénes son sus miembros y su discografía.

A) País Valenciano

- AL TALL. Nace en 1975 y sus fundadores fueron Vicent Torrent, Manuel Miralles y Miquel Gil. Actualmente sus miembros son Vicent Torrent, Manuel Miralles, Jordi Reig, Enric Banyuls, Xavier Ahuir, Robert Moreno y Maribel Crespo. Ellos mismos se definen como una formación con “un plantejament renovador de la música tradicional amb un repertori fonamentalment de nova creació amb textos actuals i música que fusiona elements de diferents tradicions mediterrànies.”¹⁵. Ha actuado a lo largo de la geografía española y en países como Francia, Portugal, Italia, Alemania o México. En su web explican que junto a Milladoiro (Galicia), Oskorri (Euskadi) o Nuevo Mester de Juglaría (Castilla) forman parte “del núcleo que consagró la música folk de las diferentes tradiciones ibéricas como un género moderno a partir del cual se han desarrollado posteriormente los centenares de grupos y las diversas tendencias de la onda folk”. Así, a partir de la tradición musical del País

¹⁵ <http://www.altall.cat/valencia/benvinguts.html>. (25/07/2011).

Valenciano, las Islas Baleares y Catalunya, ha ido fusionando diferentes estilos del arco mediterráneo, lo que ha dado lugar a que sea uno de los grupos con más presencia y renombre “en los ámbitos internacionales del Occidente europeo”. Al Tall ofrece la posibilidad de escuchar un repertorio más festivo y lúdico y otro más tranquilo.

Su discografía la conforman 17 discos: *Cançó popular al país Valencia, Deixeu que rode la roda, Posa vi, Posa vi A Miquel assassinaren, Quan el mal ve d'Almansa, Nadal valencià I y II, Som de la pelitrumpeli, Cançons de la nostra Mediterrània, Tocs i vares, 10 anys, Xarq al andalus, Xavier (el coixo), Europeu!, La nit, 25 anys en directe, Vares velles, Envit a vares y Vergonya, cavallers, vergonya.*

- URBÀLIA RURANA. Se crea en 1990. Sus miembros son Josep Sebastià, Xampo Llobat, Carles Gil, Toni Torregrossa y Bernat Pellisser. Su especialidad es la música de raíz valenciana y mediterránea. La idea del grupo era “difondre un repertori prou treballat a una escala local i de País Valencià però poc conegut a l'exterior dels nostres estrictes límits regionals, i combinar-lo amb les músiques germanes de l'àmbit de l'Europa mediterrània, com ara les d'Eivissa, Occitània, el Piemont, Calàbria, Macedònia...”¹⁶. Su instrumentalización es acústica, para “preservar una sonoritat popular i ètnica de regust mediterrani”.

Han dado conciertos a lo largo del territorio español y en el extranjero, en Italia, Francia, Suiza, Alemania, Inglaterra, Portugal, Bélgica y Luxemburgo.

Urbàlia Rurana une mucho la música con el baile, y tiene tres espectáculos en gira: *Sarau mediterrani, Ball de plaça y la vespra i la festa*, ese último junto con la compañía de viento La Romàntica del Saladar.

En cuanto a su discografía, *A la banda de migjorn, Rom i café, Folk nou, Sarau mediterrani y Territoris amables* son sus discos, junto con multitud de colaboraciones en recopilatorios y obras colectivas.

- MARA ARANDA I SOLATGE. Mara Aranda i Solatge es una compositora y cantante que ha emprendido diversos proyectos musicales a lo largo de su carrera. Para este festival el elegido es uno de los varios en los que se encuentra inmersa, de su mismo nombre. Se trata de Solatge, donde junto con músicos

¹⁶ <http://www.urbaliarurana.com/PAGES/Presentacio.htm> (25/07/2011)

expertos en las músicas de raíz dan una nueva mirada al repertorio tradicional y popular de las tierras que pertenecieron a la antigua Corona de Aragón.

Los componentes de Solatge son Mara Aranda, Eduard Navarro, Josep María Ribelles, Manolo López y Jota Martínez. También cuentan con colaboradores como Diego López, David Mayoral, Tobal Rentero, Abel García y Xavi Folk.

El primer disco de esta formación es *Dèria*, editado en 2009.

B) Galicia

- MILLADOIRO. Se crea en 1978 de la mano de Xosé V. Ferreirós, Nando Casal, Moncho García, Xosé A. F. Méndez, Laura Quintillán, Rodrigo Romaní y Antón Seoane. Actualmente el grupo está formado por todos los miembros excepto Rodrigo Romaní y Antón Seoane, y cuenta con Harry. C y Manu Conde.

El grupo se presenta a sí mismo de esta forma en su página web: “Compartíamos y compartimos la pasión por la música y por nuestro país, pero siendo conscientes de que el camino, el emblemático camino de Santiago es vía de dos direcciones; de ahí nuestro nombre. Los milladoiros que guiaban los pasos de los peregrinos que se acercaban a Galicia nos permitieron abrimos a las muchas influencias que enriquecieron esta esquina de Europa.

Somos y nos sentimos de aquí en la medida en que creemos conocer y respetamos el mosaico temporal y espacial rico y diverso en que vivimos. No pretendemos proclamar con la música, tan sólo divertir y divertirnos con este tesoro que son las melodías que esta tierra nos legó, fruto de generaciones anónimas de músicos tradicionales.

Nuestra ilusión sería devolver lo mucho recibido en forma de música hermosa y viva que nos ayude como país a mantener un lugar de identificación colectivo que nos permita seguir existiendo bajo el irremediable manto de la aldea global”¹⁷.

Milladoiro tiene una amplia discografía, cuyos títulos más representativos son los siguientes: *A Galicia de maeloc*, *O berro seco*, *3*, *Solfafría*, *Galicia no país das maravillas*, *Castellum honesti*, *Galicia no tempo*, *Vía láctea*, *A xeometría da alma*, *Iacobus magnus*, *Gallaiea fulget*, *As fadas de extraño nome*, *O confín dos verdes castros*, *Auga de maio*, *No niño do sol*, *Adobrica suite*, *25*, *Unha estrela por guía* y *A quinta das lágrimas*. Además ha participado en recopilatorios, en

¹⁷ <http://www.milladoiro.com/bio/bio.html>. (26/07/2011).

discos de otros artistas, tiene obras para orquestas y bandas sonoras para cine y televisión.

Algunas de los países que ha visitado de gira son: EEUU, Argentina, México, Venezuela, Canadá, Portugal, Francia, Irlanda, Gran Bretaña, Japón, y por supuesto muchas ciudades españolas.

- LUAR NA LUBRE. El grupo empieza su andadura en el año 1986. Se define como una formación dedicada a la música folk y de raíz gallega, por lo que presta especial atención a los cancioneros gallegos y al trabajo de campo. Luar na lubre defiende en su página oficial¹⁸ que la música es uno de los más importantes factores culturales para la afirmación del derecho a la diferencia enriquecedora del pueblo gallego, y “pretende que en Galicia predomine su cultura aunque no rechaza influencias que mejoren su propuesta sin deturpar el carácter central de su proyecto”.

Un dato curioso sobre esta formación es su especial relación con Mikke Oldfield, a quien conocieron en 1992 y que realizó una versión de *O son do ar* en su disco *Voyager*. A partir de ahí la proyección internacional de este grupo aumentó en gran medida. El grupo está formado por Sara Vidal (vocalista que se incorporó a la formación en 2005 tras los pasos de Ana Espinosa y Rosa Cedrón), Xulio Varela, Bieito Romero, Eduardo Coma, Patxi Bermúdez, Pedro Valero, Xavier Ferrero y Xan Cerqueiro.

Han ofrecido conciertos por toda España y algunos países del extranjero como Jordania.

Su discografía se compone de: *O son do Ar*, *Beira Atlántica*, *Ara Solis*, *Plenilunio*, *Cabo do mundo*, *XV Aniversario*, *Espiral*, *Hai un paraisso*, *Saudade*, *Camiños da fin da terra*, *Ao vivo* y *Solsticio*.

- LEILÍA. Nace en 1989 de la mano de seis mujeres: Ana, Patri, Merchi, Montse, Felisa y Rosario. Esta formación da prioridad a la voz ante todo, acompañada de panderetas. Surge como su personal proposición de “recuperar del olvido la tradición oral gallega”¹⁹, aunque a medida que el grupo avanza en su trayectoria deciden “acercar el pasado al presente” y lo hacen “por medio de la incorporación de instrumentos y polifonías no tradicionales”, así como en años posteriores introducen letras más modernas a la música de raíz.

¹⁸ <http://www.luarnalubre.com/>. (26/07/2011).

¹⁹ http://leilia.net/?page_id=2. (26/07/2011).

Su discografía se compone de *Leilía, I é verdade, i é mentira, Madama y Son de Leilía*; además de diversas colaboraciones en recopilatorios, homenajes a otros artistas y con grupos como Milladoiro.

El grupo ofrece dos espectáculos diferentes en concierto: *Leilía de raíz* y *Leilía*.

4.- Los talleres de danza tradicional

- COLLA BRIALS. Esta agrupación se dedica a estudiar y a dar a conocer las danzas tradicionales, pero no como algo caduco y objeto museístico, sino como una parte de la fiesta valenciana íntimamente ligada a sus raíces y a su música tradicional que aún sigue muy viva y de actualidad.

Toni Guzmán, miembro de la Colla, me explicó en qué consisten las citas en las que participan. Se llaman *bureos* y reproducen una fiesta tradicional. Se trata de reunirse, cenar y tocar y bailar jotas y fandangos. Los bailarines hacen diferentes estructuras de baile para cada tipo de música, todos tienen cambios de pareja. Toni lo describe como “un ball per cohesionar la comunitat social, no es una coreografía per a un spectacle”. En los talleres de baile enseñan a reproducir las estructuras de baile que siguen vivas, que son las que después pondrán en práctica en los “bureos”.

En el *bureo* los músicos tocan en vivo, en *rogle* (en círculo) y los danzantes aprovechan la música para bailar. Se produce también un intercambio de roles entre los bailarines y los músicos. Cuando estos últimos se cansan de tocar, bailan.

En los talleres, por su parte, enseñan tres géneros musicales básicos: seguidillas, jota y fandango. También practican varios bailes: baile en pareja, baile de tres, baile de 6 (3x2), *ball de rogle* y *ball de reng*, todos implican cambio de pareja. Se enseña un paso básico para la tonada instrumental (más sencillo) y otro para las cantadas (cobla). Lo habitual es que después del taller haya una cena y un concierto para bailar lo aprendido.

Respecto al taller que realizarían para el festival, éste sería de una duración de unas dos horas, con dos profesores y un máximo de 50 alumnos. La música sería enlatada.

- GRUP DE DANSES ALIMARA. Esta formación nace en 1975. Actualmente está ligada a la Sociedad Coral El Micalet, donde se reúne y ensaya. Salvador Mercado es su director y el promotor de todas las acciones destinadas a la

recuperación de la *dansà* valenciana. El ámbito de actuación de Alimara es “la investigación, la restauración y la difusión del folklore valenciano (música, bailes, danzas, canciones e indumentaria) desde una perspectiva científica que busca la mayor autenticidad sin desvirtuar ni manipular las manifestaciones de cultura popular de la comarcas del País Valenciano”²⁰. Uno de los campos a los que se ha dedicado en mayor medida es la *dansà*, el baile nacional del País Valenciano. Además de su labor de restauración y estudio, también trabajan en el ámbito didáctico impartiendo cursos teórico-prácticos.

Fruto de su trabajo de recuperación son los discos editados *Al aire de la terra, Cançons del pla i de la muntanya, Cançons i danses del País Valencia, Les Noces, Faena i festa*; y las publicaciones *Faena i festa, Les Noces, La dansà, ball dels valencians, El ball de Torrent, Carrer major, A la moda valenciana y De la festa, la vespra*.

Respecto al taller para Folkejant, sería impartido por una profesora y con un máximo de 20 personas. Duraría una hora y media y se enseñarían pasos de la *dansà* y alguno de jota. La música también provendría de un disco.

5.- La conferencia

Como ya se comentó anteriormente la conferencia que forma parte de Folkejant correrá a cargo de Josep Vicent Frechina. Se trata de un estudioso de la música y la cultura popular de ámbito mediterráneo que ha sido coordinador de la revista *Caramella*, crítico musical, investigador, colaborador en programas radiofónicos, profesor en el Máster de Gestión Cultural de la UV, organizador del festival de música tradicional Cant al ras y fundador de la Colla de Dimonis de Massalfassar. También ha publicado este 2011 un libro sobre la música hecha en el País Valenciano en su lengua propia, *La cançó en valencià*, por lo que es una persona de plena actualidad.

En el marco del festival daría una conferencia de una hora y media-dos horas de duración acerca de su libro, sobre el concepto de la música mediterránea y/o algún aspecto concreto de la música tradicional valenciana. El aforo máximo para esta charla sería el de la sala de conferencias de la Casa de Cultura de Almussafes.

²⁰ <http://www.alimara.com/>. (26/07/2011).

6.- Lugar: Almussafes²¹

Este municipio situado en el interior de la provincia de Valencia es el elegido para llevar a cabo el festival. Las razones son que cuenta con un gobierno municipal que apoya la propuesta de Folkejant, se encuentra centrado en el territorio del País Valenciano, está cerca de la capital de provincia y cuenta con unos espacios apropiados para desarrollar las actividades y los conciertos del festival.

A continuación, un breve recorrido por el ámbito político, económico, social y cultural de Almussafes: Se trata de un municipio de la comarca de la Ribera Baixa de 8.300 habitantes según los datos de 2008, y se estima que crezca hasta los 10.000 en 2030. Está gobernado por una coalición entre el Bloc y el Partido Popular cuyos miembros son: Albert Girona Albuixech, del Bloc, Alcalde-Presidente y coordinador de áreas y concejal delegado de Hacienda, Comunicación y Participación Ciudadana; M^a Carmen Santos Juanes Fuster, del PP, Primera teniente de alcalde y encargada de las Delegaciones de Urbanismo, Formación y Empleo, Desarrollo Local e Industria; Jesús Bernabé Salesa Aguado, del Bloc, Segundo Teniente de Alcalde, Concejal delegado de Personal, Obras Públicas y Servicios, Servicios Sociales y Medio Ambiente; Arcadio Ramírez Villar, del PP, Tercer Teniente de Alcalde, Concejal delegado de Agricultura, Mercados y Sanidad y Consumo; M^a Esperanza Carbonell Moreno, del Bloc, Cuarta Teniente de Alcalde, Concejala Delegada de Cultura, Fiestas y Tercera Edad; Carles Grancha Bosch, del Bloc, Concejal delegado de Deportes y Juventud y Seguridad Ciudadana (Policía Local y Protección Civil); y Elia Alepuz Albuixech, Concejala delegada de Educación y Mujer, del Bloc.

En cuanto a los datos económicos del municipio, pertenecientes al año 2010, quedan reflejados en la siguiente tabla:

PRESUPUESTO AÑO 2010 RESUMIDO POR CAPÍTULOS

INGRESOS:

CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	2010	PORCENTAGE
1	IMPUESTOS DIRECTOS	8.717.000,00	67,18%
2	IMPUESTOS INDIRECTOS	300.000,00	2,31%
3	TASAS Y OTROS INGRESOS	1.230.499,00	9,48%
4	TRANSFERENCIAS CORRIENTES	1.893.413,00	14,59%
5	INGRESOS PATRIMONIALES	78.000,00	0,60%

²¹ Toda la información de este apartado ha sido obtenida de la web oficial del Ayuntamiento de Almussafes. www.almussafes.es (8,9 y 10 de agosto de 2011)

6	ALIENACIÓN DE INVERSIONES REALES	165.000,00	1,27%
7	TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	266.088,00	2,05%
8	ACTIVOS FINANCIEROS	40.000,00	0,31%
9	PASIVOS FINANCIEROS	285.000,00	2,20%
TOTALES		12.975.000,00	100,00%

GATOS POR CLASIFICACIÓN ECONÓMICA:

CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	2010	PORCENTAGE
1	GASTOS DE PERSONAL	4.654.476,42	35,87%
2	COMPRA DE BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS	5.111.734,48	39,40%
3	INTERESES DE LA DEUDA	435.000,00	3,35%
4	TRANSFERENCIAS CORRIENTES	1.104.210,00	8,51%
6	INVERSIONES REALES	1.332.000,00	10,27%
7	TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	69.500,00	0,54%
8	ACTIVOS FINANCIEROS	40.000,00	0,31%
9	PASIVOS FINANCIEROS	228.079,10	1,76%
TOTALES		12.975.000,00	100,00%

GASTOS POR PROGRAMAS:

CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	2010	PORCENTAGE
1	SERVICIOS PÚBLICOS BÁSICOS	3.946.943,75	30,42%
2	ACTUACIONES DE PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN SOCIAL	1.961.386,32	15,12%
3	PRODUCCIÓN BIENES PÚBLICOS DE CARÁCTER PREFERENTE	3.588.277,18	27,66%
4	ACTUACIONES DE CARÁCTER ECONÓMICO	193.568,00	1,49%
9	ACTUACIONES DE CARÁCTER GENERAL	2.646.745,65	20,40%
0	DEUDA PÚBLICA	638.079,10	4,92%
TOTALES		12.975.000,00	100,00%

Almussafes, pese a ser una localidad pequeña, está muy bien dotado en cuanto a servicios y equipamientos municipales se refiere. Dentro del área urbana, los equipamientos existentes son: ayuntamiento, mercado, edificio Arrossera (destinado al centro de información juvenil), torre árabe, iglesia, centro cultural, centro de salud, polideportivo y piscinas, pabellón cubierto, escuelas de primaria Almazaf y Pontet, centro de formación de personas adultas, hogar del jubilado, residencia de la tercera edad, centro de día y diferentes zonas verdes y parques públicos.

En materia educativa dispone de un sistema público de centros que garantiza toda la educación no universitaria completa en la población, con los dos actuales

Colegios de Infantil y de Primaria, el CP Almazaf con enseñanza en valenciano y el CP Pontet en castellano, una Escuela Municipal Permanente de Adultos, y el Instituto de Enseñanza Secundaria y Bachillerato de Almussafes. Además cuenta con un centro universitario dependiente de la Universidad Politécnica de Valencia, ubicado dentro de la factoría de FORD y destinado a la automoción y a ingenierías.

En materia deportiva, las dotaciones contemplan las instalaciones del antiguo polideportivo, las del nuevo de la Foia, un pabellón cubierto, piscinas municipales en verano y una piscina cubierta en invierno.

En materia asistencial y sanitaria, la localidad tiene un centro de salud con atención primaria de propiedad municipal, cedido a SERVASA, un nuevo hogar del jubilado, una residencia para la tercera edad y un centro de día.

En materia de zonas verdes y ocio, Almussafes cuenta con un total de 205.727 metros cuadrados de zonas verdes, destinadas a parques y jardines de uso lúdico y familiar.

En materia industrial, la zona incluida en el Polígono Juan Carlos I, de 1.172.563 metros cuadrados industriales, cuenta con aparcamientos, zona deportiva, gasolinera, lavadores de coches y de camiones, ecoparque para residuos industriales, área de descanso, hoteles y zonas de servicios y restauración. Las empresas que forman el Polígono Juan Carlos I están asociadas en APPI (Asociación de Propietarios y Usuarios del Parque Industrial Juan Carlos I) y en su mayoría pertenecen al ámbito de la automoción, puesto que la planta de Ford es la industria más importante del lugar. Pero también hay empresas dedicadas a la sanidad como Asepeyo y Muvale, el instituto de Almussafes, un hotel, una empresa de artes gráficas, de mobiliario infantil, de trabajo temporal, importación-exportación de frutos secos, diseño y fabricación de embalajes, entre otras.

En otro orden de cosas, Almussafes es un municipio con un gran entramado asociativo. Existen multitud de clubs deportivos, clubs de caza y pesca, diversas asociaciones femeninas, asociaciones de padres y madres de los centros escolares, comparsas de moros y cristianos, fallas, cofradías de Semana Santa, asociaciones de carácter religioso, grupos de pequeños empresarios y agricultores, organizaciones de carácter social y humanitario y culturales.

Respecto al ámbito cultural, el Ayuntamiento sigue tres líneas de actuación:

-Línea de formación, dedicada a talleres y cursos. Actualmente ofrece manualidades, pintura y dibujo, teatro, cerámica y *tabal y dolçaina*.

-Línea de promoción de la creación, destinada a promocionar a los artistas locales y a aumentar la participación colectiva. Se producen obras teatrales, exposiciones fotográficas, pictóricas, de dibujo y se promociona a los grupos musicales locales. Dentro de esta línea se enmarcan diferentes concursos y certámenes como el Certamen de Poesía Marc Granell, el Encuentro Internacional de Magos y el Concurso Estatal de Fotografía.

-Línea de difusión cultural, a través de una variada programación cultural regular y abierta a todos los públicos que incluye cine, teatro, música, exposiciones, conferencias y danza.

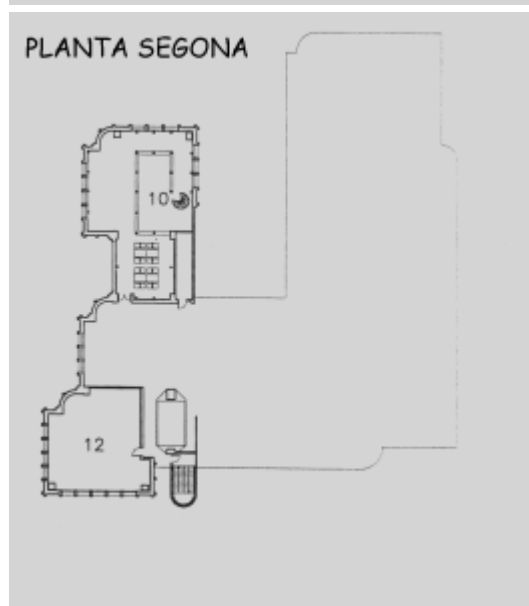
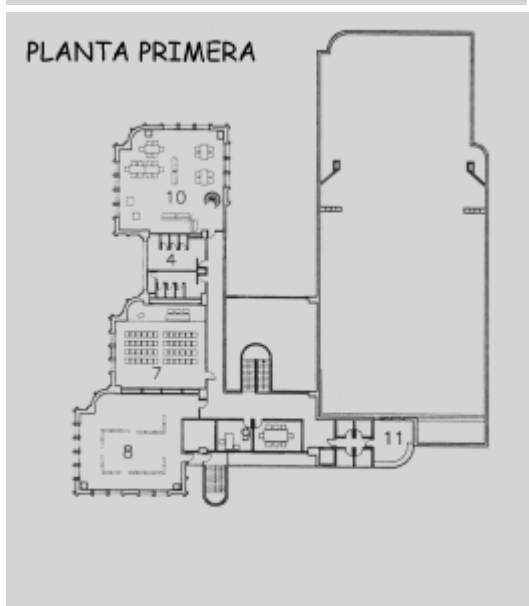
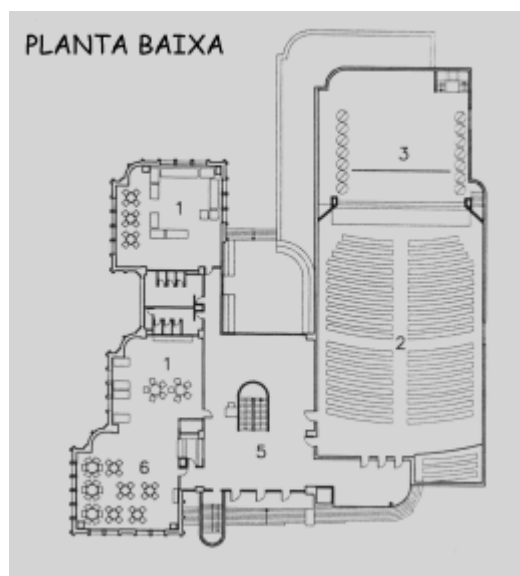
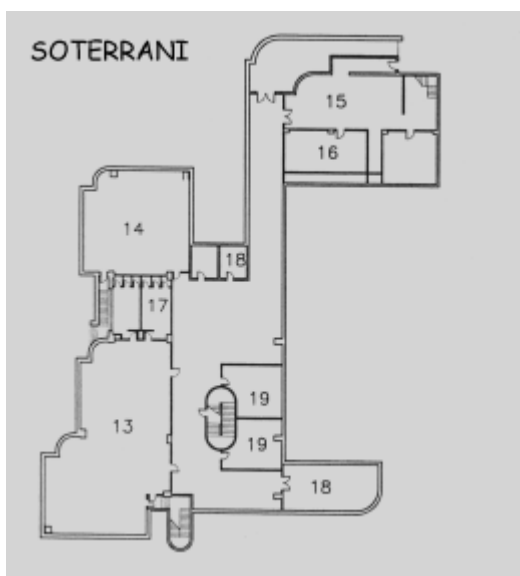
Todo ello tiene su sede en la Casa de Cultura, que también ofrece sus espacios a las diversas asociaciones de la localidad para que lleven a cabo sus talleres y actividades y cede las salas para el desarrollo de actividades concretas, como sería el caso de Folkejant. Además, este centro cultural pertenece al Circuito Teatral Valenciano, a la Red de Música del Instituto Valenciano de la Música y al SARC.

El Centro Cultural del Ayuntamiento de Almussafes fue inaugurado el 18 de Noviembre de 1985. Se encuentra en la c/Ausiàs March, 39, prácticamente enfrente del Ayuntamiento y del CEIP Almazaf, el lugar donde se realizarán los conciertos. El personal está compuesto por un responsable técnico, que es el gestor cultural, Josep María Bullón Torres, un técnico de biblioteca, un auxiliar de biblioteca, un operador técnico de sonido, un técnico en información y protocolo, un auxiliar administrativo, cuatro conserjes, una taquillera y una acomodadora.

Consta de dos plantas, un desván y un subterráneo, con una superficie total de 2.977 metros cuadrados, y dispone de las siguientes dependencias: en el subterráneo se encuentran las salas de ensayo, los talleres de plástica y cerámica, el laboratorio de fotografía, las salas de reuniones, el almacén y los camerinos; en la planta baja, la sala de actos polivalente (cine, teatro, asambleas, etc.), el vestíbulo, la cafetería, las oficinas, la sala multiusos, los servicios y la habitación de luces; en la primera planta, los despachos, las salas de exposiciones y conferencias, el espacio de la fotografía, más servicios, la biblioteca y las salas de máquinas; y en la golfa se sitúa la segunda planta de la biblioteca y el archivo, así como salas de máquinas y aparatos de mantenimiento.

Los siguientes planos muestran la ubicación de algunas de las infraestructuras anteriormente citadas:

1 Sala para asociaciones	8 Sala de exposiciones	15 Taller de cerámica
2 Patio de butacas	9 Despachos	16 Taller de fotografía
3 Escenario	10 Biblioteca	17 Vestuarios
4 Lavabos	11 Cabina de proyección	18 Almacén
5 Vestíbulo	12 Sala Multiusos	19 Sala de reuniones
6 Cafetería	13 Gimnasio	
7 Sala de conferencias	14 Sala de plástica	



Así pues, los talleres de danza tradicional impartidos por la Colla Brials y por Alimara el primer y último día del festival tendrán lugar en la sala del gimnasio, mientras que la conferencia de Josep Vicent Frechina el segundo día de festival se celebrará en la sala de conferencias existente.

El otro espacio donde se desarrollará Folkejant es el CEIP Almazaf, sito en el Paseo del Parque, s/n. Está muy cerca de la Casa de Cultura, donde habrían de celebrarse los conciertos en caso de lluvia. Si el tiempo es el esperado (sin lluvia) los grupos actuarán en un escenario que se montará en el patio del colegio, al aire libre. Se trata de un espacio muy grande, con una capacidad para unas 2000 personas sentadas y unas 4000 de pie. En este lugar ya se han hecho otras actividades, como el cine de verano de la localidad, algunos espectáculos de las fiestas del municipio o conciertos de grupos de música pop.

Durante el festival se vallaría el escenario con un perímetro de seguridad, en el cual habría un par de guardias de seguridad para vigilar que no haya interrupciones durante los conciertos y para solucionar posibles problemas. También habría disponibles sillas de plástico para aquellos espectadores que quisieran disfrutar de los conciertos sentados.

7.- El público

Folkejant va dirigido a un tipo de público bastante concreto. Se trata de personas de edades comprendidas entre la veintena y la cincuenta-sesentena²², a los que les gusta la música de raíz tradicional y folk. Tienen una cosmovisión progresista, en la órbita de la llamada izquierda en sentido amplio, con un sentimiento arraigado de “lo propio”, y defienden la cultura y la lengua valenciana, compartida con Cataluña y Baleares. Algunos de ellos manifiestan estas ideas con un carácter más nacionalista, autonomista o soberanista, con posiciones que van desde la creencia en los denominados Païssos Catalans hasta los que sin defender esta denominación creen en los ámbitos culturales comunes de las tierras de habla catalana.

Se trata de un público que está interesado también en las manifestaciones culturales propias de otras zonas y culturas, y no sólo en la música, sino también en la

²² La franja de edad de público objetivo es tan amplia porque son dos generaciones distintas. La primera, que tiene actualmente una edad entre cincuenta y sesenta años, fue la juventud de la época de Transición, quienes defendieron entonces este tipo de música y tenían compromiso político. La segunda, jóvenes hoy en día, tienen unas motivaciones diferentes, en las que el compromiso político e ideológico está patente junto al gusto por ese tipo de música en sí mismo. Puede tratarse de los hijos de la primera generación y de aquéllos estudiantes en línea en valenciano, por ejemplo.

danza o en aspectos de índole más teórica, ya sea porque les interesa conocer y aprender algo nuevo o porque conocen las tradiciones, les han educado y han crecido con ellas y reviven sentimientos pasados con las interpretaciones y adaptaciones que hace la música folk de la tradición.

Respecto al nivel cultural e intelectual de dicho espectador, suele ser medio-alto, con estudios e inquietudes culturales, artísticas y/o políticas.

8.- DAFO

El DAFO es una herramienta para considerar cuáles son los puntos fuertes y los puntos débiles de un proyecto frente a otros similares que son su competencia. Intervienen no sólo la propuesta de proyecto en sí y la competencia, sino las características del entorno. Se trata de analizar las debilidades y fortalezas (análisis interno) y las amenazas y oportunidades (análisis externo). Para ello se ha empleado la información recabada a través de las entrevistas personales, del análisis de los otros festivales y del municipio, principalmente.

a) Análisis Interno

1.- Fortalezas:

-Folkejant es diferente al resto de festivales de música folk y de raíz tradicional porque actúa a modo de puente entre la música que se hace en el País Valenciano y el resto de regiones europeas.

-Juega con la fortaleza de los lazos que unen al público objetivo con este tipo de música, pues la sienten como algo propio, suyo, con lo que se parte de una predisposición muy favorable hacia eventos que la promocionen.

-Los grupos que actúan son muy relevantes y reconocidos en su ámbito, tanto a nivel nacional como internacional. También son figuras importantes y conocidas los dos grupos que impartirán los talleres de danza, y el ponente es un experto de renombre.

-Tanto el colegio donde se celebran los conciertos como la Casa de Cultura donde se harán los talleres y la conferencia están muy cerca el uno del otro y en el centro del pueblo, fáciles de localizar.

-Al celebrarse en el mes de agosto, que es el mes por excelencia de vacaciones, la incompatibilidad de fechas con trabajo o estudios se reduce.

-El acceso en coche no es problema en cuanto a aparcamiento se refiere, ya que se habilitarán múltiples zonas de aparcamiento para los días del festival.

2.- Debilidades:

- Es la primera edición de un festival nuevo, por lo que es desconocido y carece de méritos anteriores que le den prestigio y notoriedad.
- Los accesos en transporte público a Almussafes son deficientes, pues carece de tren. Se puede llegar en autobús y en coche.
- Hay multitud de festivales durante los meses de verano.

b) Análisis Externo

1.- Oportunidades:

- Almussafes dispone de cuatro hoteles situados en el centro del municipio o a las afueras, en el polígono Juan Carlos I, con unas capacidades para alojar entre 150 y 300 personas, donde podrían alojarse los espectadores del festival. Cuenta también con todos los servicios necesarios, y al estar tan cerca de Valencia también es posible disponer de su amplísima oferta de alojamientos y servicios.
- El Ayuntamiento de Almussafes tiene como uno de sus pilares fundamentales la gestión de la cultura, gracias a lo cual ayudará económicamente y con recursos materiales a la organización de Folkejant.

2.- Amenazas:

- Crisis económica prácticamente en todo el mundo. Cuando no hay bonanza económica, el sector de las artes y la cultura es de los primeros en resentirse y ver mermar sus inversiones económicas.
- Es una propuesta para la que no hay casi ayudas públicas, por lo que ha de buscar su financiación a través de empresas privadas, más difíciles de conseguir.
- La oferta de vacaciones de “sol y playa” en Valencia sumada a toda la oferta cultural de la ciudad.
- En agosto, muchas personas aprovechan para realizar viajes largos y/o al extranjero.

9.- Organización del festival

La idea, desarrollo y gestión de Folkejant es obra de un gestor cultural *freelance*, el cual vende el proyecto al Ayuntamiento de Almussafes. El ayuntamiento acepta participar en el proyecto y lo hace a través de la cesión de espacios, con ayuda económica, con la cesión de algunas infraestructuras técnicas y materiales, además de estar en contacto permanente con el gestor externo para acordar todos los detalles del evento. El

ayuntamiento no paga la totalidad del festival, sino que el gestor ha de buscar financiación externa, ya sea pública y/o privada.

Respecto al proceso de producción del evento, son muchos los aspectos a tener en cuenta. En toda planificación de eventos hay tres fases, la fase de pre-producción, donde se gestiona todo lo necesario para que el evento, en este caso un festival de música folk, tenga lugar sin contratiempos; la fase de producción, que es la del evento en sí mismo, su realización; y la post-producción, momento en el que se ha de evaluar el evento y ver si se han cumplido las expectativas, si ha funcionado como se esperaba.

A) Fase de pre-producción (Enero-Agosto):

- Documentarse sobre el ámbito musical del festival a través de fuentes documentales y entrevistas personales. (Mes 1).
- Seleccionar y contactar con los grupos de música que se quieren para el festival. (Mes 2).
- Seleccionar y contactar con los grupos de danzas y con el ponente de la conferencia. (Mes 2).
- Establecer las condiciones de contrato y realizar las contrataciones de todos ellos. (Mes 2 y 3).
- Investigación de campo para encontrar el lugar más adecuado para la realización del festival. Almussafes es la localidad elegida. Reunión con el gestor cultural del municipio. Acuerdo de la realización del festival en colaboración con el ayuntamiento. (Mes 2 y 3).
- Gestión de todos los contratos y permisos necesarios para llevarlo a cabo, basándonos en la legislación vigente autonómica Ley 14/2010, de 3 de diciembre, de la Generalitat Valenciana, de Espectáculos Públicos, Actividades Recreativas y Establecimientos Públicos [2010/13297] y Ley 7/2002, de 3 de diciembre, de la Generalitat Valenciana, de Protección contra la Contaminación Acústica [2002/13497], y en la estatal, Ley 37/2003, de 17 de noviembre. Ley de Ruido. De esta forma, algunos de los documentos imprescindibles para llevar a cabo la correcta realización del festival son la declaración responsable acerca de la realización del espectáculo y sus características, el seguro de responsabilidad civil, la cesión de los espacios donde se realizarán los conciertos (CEIP Almazaf), los

talleres y la ponencia (Casa de cultura), cesión de algunos materiales e infraestructuras, plan de seguridad (corte de calles para el montaje y desmontaje, salidas de emergencia, Policía Local, ambulancias, etc.), plan de riesgos laborales (para todos los trabajadores externos, como los implicados en el montaje y desmontaje del escenario y los equipos de luz y sonido), permisos sobre la manipulación de alimentos y bebidas alcohólicas en el recinto de los conciertos y la habilitación de zonas de aparcamiento para el público. (Mes 3 y 4)

- Contratación de las empresas externas que trabajarán en el festival: escenario y equipo de luz y sonido según los *riders* de los grupos, técnicos de luz y sonido, carga y descarga y montaje y desmontaje, seguridad privada, diseño de la imagen corporativa y la publicidad, servicio de barra y catering durante los conciertos (la empresa que lo lleve ha de tener vigente el registro de Sanidad, el carnet de manipulador de alimentos y un seguro de responsabilidad civil), servicio de transporte para los músicos los días del festival, empresa de alquiler de sillas, wc químicos y vallas de seguridad. (Mes 3 y 4)
- Búsqueda y contratación de transporte y alojamiento y dietas para los artistas. (Mes 3 y 4).
- Gestión de los derechos de autor con la SGAE. (Mes 3).
- Búsqueda y consecución de financiación pública y privada. (Mes 3, 4 y 5).
- Gestión del personal voluntario para trabajar en Folkejant. (Mes 6).
- Elaboración y desarrollo del plan de comunicación. (Mes 3, 4, 5, 6, 7 y 8).
- Elaboración del plan de evaluación del evento. (Mes 5)
- Venta de entradas a través de la página web de Folkejant y en la Casa de Cultura de Almussafes. (Mes 5).
- Apertura del plazo para apuntarse a los talleres de danza hasta que se completen las plazas. (Mes 5)

B) Fase de producción (Fin de semana del festival):

- Viernes. Primer día de Folkejant. A las 09.00 horas empieza la descarga y el montaje del escenario y del equipo de luz y sonido. Las calles circundantes al colegio Almazaf se cortan para ello desde las 00.00 horas, pero el aviso lo pone la Policía Local 15 días antes. Un vigilante de seguridad vigila el

recinto desde ese día y hasta el desmontaje de los equipos el domingo. Durante los conciertos son dos vigilantes quienes se encargan de que no ocurra ningún incidente. Los ensayos se realizan de 16.00 a 20.00 horas. Luar na Lubre ensaya primero y después Urbàlia Rurana, para que al terminar los ensayos en el escenario se quede el montaje del primer grupo que actúa. Para el taller de danza de la Colla Brials, los dos profesores han de estar a las 17.30 horas en el gimnasio de la Casa de Cultura para preparar la clase y empezar a recibir a los alumnos. A las 18.00 horas comienza el taller de danza y a las 22.00 horas, los conciertos. Las puertas del CEIP Almazaf se abren a las 20.30 horas, momento en el que empieza también el servicio de barra, donde se venden bebidas y bocadillos.

- Sábado. Segundo día de Folkejant. Josep Vicent Frechina llega a la sala de conferencias de la Casa de Cultura a las 17.00 horas para preparar la conferencia, que contará con proyección de imágenes y música. En el escenario del colegio ensayarán de 16.00 a 20.00 horas Leilía y Mara Aranda i Solatge. Las puertas del recinto se abren a las 20.30 horas, al igual que el servicio de barra.
- Domingo. Tercer y último día de Folkejant. La profesora del Grup de Danses Alimara llega a la sala de la Casa de Cultura a las 17.30 horas para preparar la clase y recibir a los alumnos. De 16.00 a 20.00 horas ensayan Milladoiro y Al Tall. A las 20.30 horas pueden empezar a entrar los espectadores. El servicio de barra abre a esa hora. Al finalizar los conciertos comienza el desmontaje del escenario y los equipos de luz y sonido y la carga de los materiales en los camiones.
- Todos los grupos que actúan llegan a Almussafes la mañana del día que actúan. Los grupos gallegos llegan al aeropuerto de Valencia y de ahí se les traslada al hotel en Almussafes, mientras que los grupo valencianos llegan con sus propios medios a Almussafes. La organización del festival también se encarga del traslado del hotel hasta el recinto de los conciertos, así como de las dietas.
- Los camerinos se encuentran a la espalda del escenario. Se trata de los vestuarios del gimnasio del colegio. Los grupos de música tienen bebida y comida a su disposición.

- Los espectadores disponen de sillas y servicios portátiles a su disposición.
 - Punto de venta de *merchandising* dentro del recinto de los conciertos.
- C) Fase de post-producción (Dos meses siguientes al festival. Última semana de agosto, septiembre y octubre):
- Desarrollo y resultados del plan de evaluación. (Mes 8, 9 y 10).
 - Comienzo del planteamiento de la segunda edición de Folkejant. (Mes 10).

10.- La comunicación

Lo primero de todo es crear una imagen de marca del festival. Puesto que Folkejant es un festival recién nacido necesita un logotipo, una imagen que lo represente y por la que sea conocido a primera vista. El diseño del logotipo lo realizaría una empresa especializada, junto con el diseño de la publicidad y los carteles. Pero a modo ejemplificador he incluido un logo en el que están presentes tres elementos que necesariamente estarían en el original: el nombre del festival, Folkejant, algún instrumento tradicional como una gaita, una *dolçaina*, un *tabalet* y algunas notas musicales; elementos todos ellos que recogen el espíritu del festival.

La imagen ha de ser sencilla y fácil de leer y reconocer. Las notas y los instrumentos explicitan el carácter musical del evento con el matiz de los instrumentos tradicionales como símbolo reconocible del estilo de música que difunde. Además, el nombre de Folkejant lleva en él el estilo musical del que se trata y la derivación “-jant” remite a la lengua valenciana, puesto que el País Valenciano y la música en su lengua propia son parte esencial del proyecto. Al ser un gerundio también remite a la simultaneidad, al movimiento, y eso enlaza con la otra faceta del festival, la danza tradicional y su puesta en práctica en los conciertos por los espectadores que lo deseen.



Dentro del plan de comunicación se van a realizar distintas acciones, unas eminentemente comunicativas y otras de promoción: publicidad convencional en medios especializados, distribución de carteles, elaboración de una página web propia, notas de prensa para los medios, entrevistas y reportajes, una rueda de prensa para presentar el festival y venta de *merchandising*.

Respecto a las ligadas a la publicidad, se llevará a cabo una inserción de anuncios en las revistas especializadas en música de raíz *Caramella* y *Sons de la Mediterrànea*. En la revista *Caramella* se publicaría un anuncio en color del tamaño de dos módulos interior en dos números de la revista, ya que de esta manera se obtiene un descuento sobre la tarifa de publicidad. Los números serían el de marzo-abril y mayo-junio.

En la revista *Sons de la Mediterrània* se insertaría un faldón, también en color. El precio estipulado oficialmente es mayor que el precio que finalmente se pagaría, ya que al tratarse de un festival nuevo y no muy grande, la revista ofrece una oferta para este tipo de eventos. Los números de la revista en los que se contrataría la publicidad serían abril, mayo y junio.

También se haría un pegado de carteles por Valencia ciudad y Almussafes. La ubicación de los carteles estaría en locales como Ca Revolta y el Centre Octubre de Cultura Contemporànea, en las zonas universitarias y de residencia de estudiantes (Ruzafa, el Carmen, Velluters, Benimaclet y Sant Josep) y en el lugar de celebración del festival, como manera de captar la atención del público más joven y de tener una presencia física en las calles en los dos lugares considerados más significativos, uno por ser la capital de la provincia y una ciudad donde residen y trabajan personas que no necesariamente tienen ahí su lugar fijo de residencia, y el otro porque es donde se va a celebrar el festival. La cartelera se pondría a partir del momento de la venta de entradas, en el mes de mayo.

Otra manera de llegar a gran parte del público objetivo y que no supone una inversión económica es la *publicity*. Esta estrategia de comunicación y relaciones públicas abarca todos los actos que se llevan a cabo para que la información salga en los medios de comunicación pero sin ningún coste económico para la organización, es decir, ruedas de prensa, comunicados de prensa, invitaciones directas a periodistas de las secciones de cultura para que vayan a cubrir los actos informativos, facilitar los contactos para que hagan entrevistas y reportajes sobre los grupos y participantes en el festival y apariciones en programas de radio televisión.

Un buen método para asegurarse la cobertura de las informaciones que se van generando es conocer quién se encarga de la sección de cultura y más detalladamente, de las noticias sobre música, de los diferentes medios de comunicación, ya sean generalistas o especializados. Algunos de los periodistas valencianos con los que contactar para que cubran las noticias sobre el festival son: Xavier Aliaga, de *El País*; Vicent Contrí, *Levante-EMV*; Amalia Garrigós, *Radio 9*; Eduard Guillot, *La Cartelera del Levante-EMV* y Raúl Serrador, de *Mundo Sonoro*.

Además de contratar publicidad en ellas, también se mantendría un estrecho contacto informativo con las revistas especializadas *Caramella*, *Sons* e *Interfolk*, con las webs y blogs anteriormente mencionados: tierrafolk.com, mundofolk.com, interfolk.com, *La caseta del plater* de Josep Vicent Frechina, folkenlared, paradisofolk y mosicayparolas; así como con Escola Valenciana y el Col·lectiu Ovidi Montllor, para que difundan todo lo relativo a Folkejant a través de su red de contactos.

También se estaría en permanente contacto para conseguir aparecer en algunos de los programas de radio y televisión valencianos y gallegos expuestos anteriormente como *Tarataña*, *Los sonidos del planeta azul* y *Lumen na palleira*; y se llevaría a cabo una labor de información con *AU (Agenda Urbana)*, con *Bussi* (Canal de Información Urbana) y con la cartelera *Turia*, medios de difusión de eventos culturales (e información general el segundo) que llegan muy fácilmente a todo el mundo; uno, por ser gratuito y estar presente en multitud de espacios públicos, como universidades, bibliotecas, bares, etc.; otro por estar presente en todos los autobuses de las líneas metropolitanas de autobús de Valencia, y el tercero por ser un medio de información y difusión cultural muy conocido y representativo de la actualidad cultural valenciana.

En cuanto a la rueda de prensa, se celebraría en la Casa de Cultura de Almussafes. Se presentaría el festival de forma oficial ante los medios de comunicación, especializados y generalistas, audiovisuales, escritos y online. Tendría lugar en el mes de mayo.

Folkejant tendría una página web propia, diseñada y mantenida por el propio gestor cultural. Estaría escrita en valenciano, castellano y en el idioma de procedencia de los grupos invitados en cada edición, siendo en gallego en esta primera edición. Los menús de los que constaría la página son: ¿Qué es Folkejant?, Ubicación, Conciertos, Más que música, Voluntarios, Compra de entradas, Organización y Contacto, y Colaboradores.

En el apartado “¿Qué es Folkejant?” se explicaría en qué consiste el festival y cuál es su filosofía.

En “Ubicación” se daría toda la información de interés sobre el lugar de celebración, Almussafes. Se podría descargar un plano con la localización del colegio donde se realizarán los conciertos, con la localización de la Casa de Cultura donde se realizarán los talleres y la conferencia y con los lugares habilitados como aparcamientos. También se incluirían lugares de alojamiento, de ocio, bares y restaurantes, y otros servicios de la localidad.

En “Conciertos” se podría ver un breve resumen de la trayectoria de los grupos participantes en el festival, con enlaces a sus webs propias, junto con los horarios de los conciertos.

En “Más que música” se detallaría la información acerca de los dos talleres de danza impartidos por la Colla Brials y por Alimara, un formulario de inscripción para los mismos y una breve explicación de quiénes son cada una de las agrupaciones, con enlaces a sus webs. También contendría toda la información relativa a la conferencia de Josep Vicent Frechina y datos acerca de él mismo y acerca de su trayectoria en el campo de la música folk y mediterránea.

“Voluntarios” es el sitio donde se podrían apuntar aquellas personas interesadas en trabajar para el festival gratuitamente a cambio de poder ver el concierto o conciertos que más le interesen. Se trataría de trabajos sencillos, como el control de accesos, la recogida de entradas, asistencia a los artistas, información al espectador y venta de *merchandising*.

“Compra de entradas” daría acceso a una red de compra de entradas on-line, por Servientrada de Bancaixa, e información sobre el otro punto de venta no virtual: la Casa de Cultura de Almussafes. Se informaría del precio de la entrada para un solo día, del precio para los tres días del festival y de toda la política de descuentos.

“Organización y contacto” hablaría de la organización de Folkejant y daría la posibilidad de contactar con ella a través de un formulario y de un correo electrónico.

“Colaboradores” es el apartado donde se nombraría a todas las entidades, organizaciones y/ o empresas que hubieran colaborado de alguna forma con el festival y daría acceso a sus respectivas páginas web.

Una última estrategia de promoción es la venta directa a través del *merchandising*. Se venderían durante los días del festival en el recinto de los conciertos camisetas, bolígrafos y abanicos con el logotipo del festival.

11.- El presupuesto

Todo presupuesto tiene una partida de gastos y otra de ingresos. En el caso de Folkejant, los gastos totales ascienden a 102.663,82 euros. En este caso no hay gastos fijos, aparte del sueldo del gestor cultural, puesto que se trata de un evento que se celebrará y no volverá a repetirse de la misma manera. Folkejant podrá celebrar ediciones posteriores manteniendo la misma filosofía de su fundación, pero tanto el lugar, los grupos, las actividades no musicales, la organización del evento...todo ello podría ser o sería diferente. Así, los gastos de este presupuesto son eminentemente variables.

GASTOS:

CONCEPTO	Importe €	TOTAL €
Capítulo 1.- Caché de Artistas, Talleres de Danza y Conferenciante		
Urbàlia Rurana	2.714,00	
Al Tall	11.328,00	
Mara Aranda i Solatge	4.130,00	
Luar na Lubre	16.520,00	
Leilía	3.304,00	
Milladoiro	17.700,00	
Taller de danza de la Colla Brials	1.000,00	
Taller de danza Grup Alimara	350,00	
Conferencia de Josep Vicent Frechina	250,00	57.296,00
Capítulo 2.- Equipamiento Técnico		
2 grupos electrógenos de 100 Kwa insonorizados, con transporte, puesta en marcha y combustible	1.328,00	
Escenario de 8,00x10,80 m, con escalera de acceso, incluido transporte, montaje y desmontaje	1.416,00	
Alquiler de 350 sillas de PVC con reposabrazos y 10 sillas de madera para el escenario, incluido el transporte	516,40	

Alquiler de 15 m. de vallas para delimitar zona de seguridad del escenario, incluido el transporte	162,90	
Alquiler de 4 wc químicos portátiles, incluido portes y vaciado de los mismos	753,42	
Equipo de sonido formado por mesa Yamaha PM5D, reproductor CD, sistema intercom, mesa de mezclas Yamaha M7CL con 48 canales mono y 4 estéreos, 3 Cajas acústicas de 15”+2”, 12 monitores de escenario 15”+2”, 5 amplificadores Carver, y microfonía necesaria según <i>riders</i>	6.246,54	
Equipo de iluminación formado por 1 mesa Avolites Pearl 2000, 2 dimmer RV de 12 canales 2.500W, 1 dimmer RV 6 canales 5.000W, 6 barras de focos Par 64, 6x1.000W, 2 barras Par 36, 8x250W, 6 focos móviles de 550W, 2 cegadoras de 4x6.000W, estructura formada por dos puentes (8 truss de 3m.y 4 torres), 2 maquinas de humo y 1 telón de fondo color negro.	1.691,00	
2 técnicos de sonido y 1 auxiliar y 1 técnico de iluminación y 2 auxiliares. Transporte, montaje y desmontaje	4.806,46	16.920,72
Capítulo 3.- Publicidad, Diseño y Merchandising		
Publicidad en la Revista Caramella	150,00	
Publicidad en la Revista Sons de la Mediterrània	1.050,00	
Diseño gráfico del logo, de la publicidad y de la cartelería	1.300,00	
Labores de imprenta (cartelería)	480,00	
<i>Merchandising</i>	1.356,50	4.336,50
Capítulo 4.- Varios		
Desplazamiento de los grupos gallegos	6.000,00	
Alquiler de furgoneta con conductor	260,00	
Alojamiento Hotel Tryp Almussafes	875,00	
Dietas de los grupos	1.550,00	
Seguridad privada	2.305,60	
Carga y descarga	1,120,00	
Gastos imprevistos	2.000,00	14.110,60

Capítulo 5.- Honorarios		
Honorarios gestor cultural <i>freelance</i>	10.000,00	10.000,00
TOTAL (IVA e Impuestos incluidos)		102.663,82

A continuación, paso a matizar algunos aspectos de los gastos: Los cachés de los grupos valencianos incluyen el desplazamiento hasta Almussafes, y el de Mara Aranda i Solatge incluye también los gastos de alojamiento y las dietas. Los cachés de los grupos gallegos no incluyen ninguno de esos aspectos, corren de parte de la organización del festival, salvo el grupo Luar na Lubre que sí incluye estos gastos en su tarifa.

Los costes de los derechos de autor que hay que pagar a la SGAE no se tendrían en cuenta en este caso concreto, ya que los grupos accedieron a renunciar al cobro de sus derechos al entender las características de Folkejant y compartir su filosofía. Para ello, los grupos y autores de la música deberían enviar un documento firmado a la entidad explicando la situación.

INGRESOS	
Ayudas de la Xunta de Galicia.	2.142
Ayudas para actividades culturales del Vicerrectorado de Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat de València	2.000
Àrea de Promoció i Normalització Lingüística de la Universitat Politècnica de València	2.000
Escola Valenciana	2.000
Acció Cultural del País Valencià	5.000
Ayuntamiento de Almussafes	30.000
La Caixa	15.000
Bancaixa	15.000
Estrella Galicia	10.000
TOTAL	83.142 euros

INGRESOS OPERATIVOS	
Venta de entradas	34.500

Concesión de la barra para los conciertos a una empresa hostelera	6.000
Venta de <i>merchandising</i>	4.400
TOTAL	44.900 euros

Respecto a los ingresos, el grupo Leilía sería receptor de las ayudas de la Xunta de Galicia que se dan a la distribución exterior para productoras gallegas, y que incluyen gastos de desplazamiento, alojamiento y manutención. De esta forma, pese a que es el propio grupo quien ha de solicitar dicha subvención y justificarla mediante el contrato con el festival, el festival se beneficia de la misma al no correr con esos gastos. Pero en el presupuesto se ha incluido en el apartado de gastos aquellos relativos al desplazamiento, alojamiento y dietas de Leilía y en el apartado de ingresos se ha reflejado el importe de la ayuda que le correspondería al grupo. La ayuda obliga al contratante del grupo a publicitar dicha subvención a través de la inclusión de su imagen de marca en la publicidad del evento y a proporcionar información sobre la misma.

Todas las demás instituciones colaboradoras con el festival lo harían mediante la fórmula de patrocinio. A grandes rasgos, esto implica que invierten una cantidad económica en el proyecto y obtienen publicidad y ven reflejados en sus compañías los valores que difunde el festival. Es una manera de obtener visibilidad y en algunos casos de mejorar su imagen pública por medio de participar en acciones que revierten en la sociedad, como lo es este acto cultural.

Tanto la UV como la UPV tienen como pilar fundamental la cultura dentro de sus programas educativos, y este evento casa con la comunidad universitaria por su temática y objetivos, de carácter muy humanista y como medio de defensa de la lengua valenciana, y va dirigido a estudiantes universitarios, quienes forman parte de su público. Así, ambas universidades colaborarían económicamente con el festival a cambio de aparecer como entidad colaboradora en todos los soportes de publicidad de Folkejant y a cambio de que se establezca un 50% de descuento a todos los estudiantes de sus facultades. Además el festival formará parte de la programación cultural de la Facultad de Ciencias Sociales de la UV.

Escola Valenciana y Acció Cultural del País Valencia realizarían una inversión en Folkejant al tratarse de un evento muy ligado a las convicciones que defienden desde

sus entidades. Obtendrían presencia en la publicidad y un stand informativo en el festival.

El Ayuntamiento de Almussafes colaboraría financiando una parte importante del evento además de con la cesión de espacios y algunos materiales, como el proyector para la conferencia y el equipo de música para los talleres y la conferencia. Se beneficiaría de los ingresos que obtendría la localidad los días del festival (hoteles, restauración, turismo) además de la repercusión mediática del festival.

Y en cuanto a las entidades bancarias, ambas invertirían en Folkejant por todo lo comentado, pero en el caso de La Caixa también porque cuenta con un programa de su obra social llamado Diversons, música para la integración, en el que realiza conciertos con formaciones de todas partes del mundo que reinterpretan música tradicional. Y al ser Folkejant un festival dedicado a la música folk y de raíz, La Caixa tendría interés en él por los puntos comunes con Diversons y le serviría como plataforma de lanzamiento del mismo y como modo de dar a conocer su ligazón con las músicas tradicionales. Bancaixa, por su parte, obtendría unos ingresos a través de la venta de entradas por su servidor.

La marca de cerveza Estrella Galicia es una marca poco conocida en el País Valenciano, procedente de A Coruña. En Galicia participa en muchos conciertos como patrocinadora, tiene un proyecto llamado Son Estrella a través del que se celebran multitud de conciertos en diferentes salas repartidas en Galicia, Valladolid y Madrid. Puesto que es una empresa comprometida con la música, formaría parte de los patrocinadores de Folkejant como forma de apoyo a los grupos gallegos participantes. De esta forma conseguiría dar a conocer la marca en el territorio valenciano, notoriedad y presencia mediática. Además, se llegaría a un acuerdo con la empresa que llevaría el servicio de barra para que la única cerveza que se vendiera fuera de esta marca.

Respecto a los ingresos operativos obtenidos por el *merchandising*, el resultado se obtiene por la presunta venta de todos los productos. Las camisetas se venderían a ocho euros, los bolígrafos a dos euros y los abanicos a seis euros. Los ingresos obtenidos del servicio de barra durante los conciertos proceden de la concesión del servicio a una empresa de hostelería que paga a la organización un precio determinado, en este caso 6000 euros en total, a cambio de quedarse con todos los beneficios que obtenga durante el servicio.

12.- El precio

Folkejant sacaría a la venta un número limitado de entradas, establecido en 4.500. Pese a que la capacidad del recinto es mucho mayor (recordemos que en el patio del CEIP Almazaf caben cerca de 4.000 personas de pies y unas 2.000 sentadas) la organización del festival prefiere ser cauta con las expectativas de venta de entradas, puesto que el clima económico no es el más favorecedor, hay una amplia variedad de festivales durante el verano con el mismo público objetivo y además Folkejant es nuevo y se conocería a raíz de los esfuerzos puestos en la campaña de comunicación y publicidad. Aún así, se ha presupuestado que a raíz de las entradas vendidas se obtendrían unos ingresos que cubrirían el umbral de rentabilidad (punto a partir del cual se obtienen beneficios y si no se llega se obtienen pérdidas) del proyecto y generarían beneficios.

Las entradas se venderán anticipadamente hasta el día anterior al comienzo del festival en la web de Folkejant y en la Casa de Cultura de Almussafes a través del servicio de Servientrada de Bancaixa, y una vez comenzado el festival se podrán comprar únicamente en la Casa de Cultura (se reserva un 5% de las entradas).

El precio de una entrada para un día de festival cuesta 30 euros, e incluye los dos conciertos y la actividad de ese día. Pero existe también la opción de comprar una entrada para los tres días, que cuesta 65 euros, e incluye todos los conciertos y todas las actividades vespertinas. Además se aplicará un descuento del 50% a los alumnos de la UV y de la UPV que presenten su carnet acreditativo en el momento de la compra de la entrada. Si la compra se hace a través de la web, se facilitará la información relativa al carnet de estudiante solicitada por el sistema. De las 4.500 entradas que se sacarían a la venta, 2.500 entradas serían de un día y las restantes 2.000 de tres días.

Basándonos en esos precios y en la partida del presupuesto destinada a ingresos, que asciende a 83.142 euros (no se tienen en cuenta los gastos operativos de la barra y el *merchandising*) el umbral de rentabilidad estaría en la venta de 667 entradas de 30 euros ó 308 entradas de 65 euros ó 1.334 entradas de un día con la reducción del 50% ó 616 entradas reducidas al 50% de tres días.

Por último, se presupone por estimarlo razonable y factible que se venderían a lo largo de Folkejant 300 entradas de 30 euros, 200 entradas de 65 euros, 400 entradas reducidas de un día y 200 entradas reducidas de tres días. De esta forma se obtendrían unos ingresos de 34.5000 euros.

13.- La evaluación del evento

La fase de evaluación de Folkejant comienza al terminar el festival y continúa durante los dos meses posteriores. En ella se desarrolla el plan de evaluación planificado en la fase de pre-producción.

El plan de evaluación constaría de un cuestionario *on line* a través de la web del festival con el fin de conocer el grado de satisfacción de los asistentes sobre el contenido del festival, mediante preguntas de respuesta abierta en las que pudieran expresar libremente sus opiniones acerca de qué concierto les ha gustado más, qué opinión les merecen las actividades vespertinas y qué propondrían para la siguiente edición; y para conocer su punto de vista sobre la organización del festival, a través de preguntas de respuesta cerrada y semi de múltiples opciones acerca de temas relativos a la organización, infraestructuras y personal del festival. También se incluirían algunas preguntas relativas a sus hábitos y preferencias culturales y de índole personal (edad, sexo...). De esta forma se obtendrían datos susceptibles de ser utilizados en siguientes ediciones y se conocería de primera mano los aspectos a mejorar y los más valorados por el público.

Como no siempre el público es receptivo a rellenar este tipo de cuestionarios, por breves y sencillos que sean, se premiaría el interés de todas aquellas personas que lo hicieran con un sorteo de entradas para la siguiente edición de Folkejant. Se sortearían diez entradas dobles. Las entradas se entregarían a los ganadores una vez la segunda edición del festival estuviera avanzada en su gestión.

Una señal de que se está en el buen camino, y por lo tanto, otra manera de evaluación de Folkejant, sería la venta de entradas, que permitiera no sólo empatar costes con ingresos, sino que generara beneficios. Esto supondría que el festival ha tenido visibilidad y se ha dado a conocer y que las estrategias de comunicación, publicidad y promoción han funcionado.

De esta forma, en función del éxito del evento y como un producto derivado del mismo, se procedería a grabar un disco con los temas de los distintos conciertos para su venta. Esta acción formaría parte del proceso de producción de la segunda edición de Folkejant.

Puesto que los objetivos de Folkejant son a largo plazo y de índole no comercial sino más bien social y cultural (el establecer diálogos entre las músicas folk realizadas en distintas zonas y lenguas y dotar de visibilidad y sensibilizar al espectador y organismos en las músicas de raíz tradicional modernas son los objetivos principales de

Folkejant, y los objetivos secundarios son convertirse en un escaparate para la música de raíz tradicional en valenciano y convertir el festival en una cita ineludible para los aficionados a este estilo musical) hasta que el festival no llevara varias ediciones no se podría establecer si se han cumplido los objetivos o no.

VIII.- Conclusiones

1.- Una de las conclusiones a las que he llegado tras la puesta por escrito y desarrollo del proyecto Folkejant es que se trata de una iniciativa complicada y costosa para ser llevada cabo por una sola persona, aunque ésta sea una forma de abaratar costes de producción, al pagar un solo sueldo y no tener gastos de constitución de una empresa o una fundación.

2.- La consecución de fondos de esta manera también es más complicada, puesto que ayudas para proyectos de similares características a este festival no abundan y además las existentes no son para primeras ediciones, o son para proyectos que impliquen a más comunidades autónomas o países. También existen varias subvenciones para entidades sin ánimo de lucro, pero el que un proyecto cultural parta de una empresa o un trabajador autónomo no significa que el fin sea meramente económico, sino que también puede ser social. De hecho, Folkejant tiene unos objetivos sociales y culturales que obviamente van ligados a los económicos, puesto que si no tiene espectadores no se puede dar a conocer la iniciativa ni sus objetivos ni por tanto lograrlos. Pero su fin no es obtener un gran beneficio económico, sino más bien nivelar costes e ingresos y obtener una cantidad monetaria suficiente para poder llevar a cabo una segunda edición con una inversión previa.

3.- Considero que los objetivos principales de Folkejant, el de establecer un diálogo entre diferentes maneras de hacer y entender la música folk teniendo muy en cuenta las lenguas propias, así como el de dotar de visibilidad a estas músicas, sí se cumplen, pues el festival es precisamente eso, un intercambio de música y de información entre los grupos participantes, entre el público y los grupos, y también entre el ponente, los profesores de danza y el público, pues todo ello forma parte del universo folk y tradicional. Aunque claro está que ese diálogo puntual no debe quedar ahí, sino que a lo largo de sucesivas ediciones se desarrollaría y encontraría otras vías de expresión que podrían germinar a raíz del festival y alcanzar por sí solas otras metas y objetivos.

4.- En cuanto a los objetivos de convertir Folkejant en una cita ineludible y en un escaparate de la música de raíz tradicional en valenciano, son a largo plazo. El festival requiere de una continuidad en el tiempo y de inversiones similares e incluso mayores para dotarle de más contenido, como por ejemplo varios ponentes para celebrar mesas redondas donde el diálogo, la discusión y el intercambio de puntos de vista

fueran mayores, talleres de danza que se alarguen en el tiempo para permitir un conocimiento más profundo de esta disciplina y/o una red asociativa presente los días del festival en stands donde se pudiera informar de primera mano a los espectadores.

5.- A pesar de las dificultades encontradas, de la actual crisis económica y de lo ambicioso del proyecto, creo que es realizable y tendría éxito considerable, puesto que se trata de un formato de festival folk no explotado en el País Valenciano, la lengua valenciana es el modo de expresión que cada vez más artistas y grupos de música utilizan, sean del estilo que sean, por lo que existe un amplio abanico de posibles participantes, y además he encontrado un gran apoyo por parte de los artistas contactados y de instituciones muy comprometidas con la lengua como Escola Valenciana.

6.- Conociendo actualmente las ayudas públicas existentes, se podrían hacer las modificaciones pertinentes sin que eso resultara incompatible con la filosofía y los objetivos del festival ya expuestos para obtener una mayor facilidad de financiación.

A modo de cierre de este proyecto, decir que me han sido imprescindibles los conocimientos adquiridos a lo largo del máster, sobre todo aquellos de índole teórica proporcionados por la asignatura “Fiestas populares y teatro de calle” en la elaboración de la base teórica sobre el patrimonio y la cultura popular, y los de índole más práctica proporcionados por la asignatura “Planificación cultural”, en la elaboración del DAFO y de los objetivos del festival; “Marketing y comunicación en las Artes Escénicas”, en lo relacionado con el público, el plan de comunicación y el plan de evaluación; “Legislación aplicada”, en qué leyes se aplican en la Comunidad Valenciana para el desarrollo de espectáculos públicos y en la gestión de los derechos de autor; “Procesos y planificación de la producción escénica” para desarrollar las fases de producción del festival; “Sistemas de evaluación y calidad y gestión de presupuestos” en la elaboración del presupuesto y en la búsqueda de inversores y “Prácticas y hábitos culturales” en lo relacionado con la definición del público objetivo y el plan de evaluación.

Finalmente, añadir que tengo intención de seguir trabajando en el ámbito del proyecto a nivel profesional si la situación actual me ofrece la oportunidad.

IX.- Bibliografía y sitografía

- MONCUSÍ, A. (2005): “El patrimonio etnológico”, en HERNÁNDEZ I MARTÍ, G.M. et al. (2005), *La memoria construida. Patrimonio cultural y modernidad*. Valencia, Tirant lo Blanch.
- AGUDO TORRICO, J. (2003): “Patrimonio y derechos colectivos”, en AGUDO TORRICO, J. y otros (2003): *Antropología y patrimonio: investigación, documentación e intervención*. Granada, Junta de Andalucía- Editorial Comares; pp. 12-29.
- VELASCO, H. (1990): “El folklore y sus paradojas”, en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 49:123-144.
- LOWENTHAL, D. (1998): *El pasado es un país extraño*, Madrid, Akal.
- ALBERT, J.P. (2003): “Patrimonio y etnología en el sur de Francia” en GONZALEZ -ALCATUD, J.A. (ed.) (2003): *Patrimonio y pluralidad. Nuevas direcciones en Antropología Patrimonial*, Granada; Centro de Investigaciones Ángel Ganivet (Diputación de Granada); pp. 247-270.
- GARCÍA PILÁN, P. (2009): *Tradición en la modernidad avanzada: la Semana Santa Marinera de Valencia*, Valencia, Col.lecció Intercanvis, Museu Valencia d’Etnologia- Diputació de València.
- WEBER, M. (2002): *Economía y sociedad. Esbozo de Sociología comprensiva*. México. FCE.
- GAMBLE, A. (2003): *Política y destino*. Madrid. SXXI.
- GIDDENS, A. (1997): “Vivir en una sociedad postradicional” en BECK, U. et al. (1997): *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid. Alianza; pp. 13-73.
- HERNÁNDEZ I MARTÍ, G.M. (2000): “Les transformacions de la cultura popular”, *Afers*, 37. Valencia. Universitat de València; pp. 751-760.
- PRAT, J. (1999): “Folklore, cultura popular y patrimonio”, en *Arxius de Sociologia*, 3; pp. 87-109.
- JULIANO, D. (1986): *Cultura popular*, Anthropos, Barcelona.
- MÉNDEZ RUBIO, A. (1997): *Encrucijadas. Elementos de crítica de la cultura*. Cátedra. Madrid.
- MARTÍ, J. (1992): *El folklorismo. Uso y abuso de la tradición*, Barcelona, Fin de Siglo-Ensayo.

- TORRENT, V. (1990): *La música popular*, Valencia, Edicions Alfons el Magnànim. Institució valenciana d'estudis i investigació.
- ALÉN, M. P. (2009): *Historia da música galega*. Vigo, Andavira Editora.
- FRECHINA, J. V. (2011): *La cançó en valencià. Dels repertoris tradicionals als gèneres moderns*. Valencia. Col.lecció Recerca 14. Acadèmia Valenciana de la Llengua.
- FLOR, V. (2011): *Noves glòries a Espanya. Anticatalanisme i identitat valenciana*. Valencia. Afers.
- BECK, U., et al. (1997): *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*, Madrid, Alianza Editorial.
- CARPINTERO ARIAS, P. (2009), *Instrumentos tradicionais galegos - Unha seleccion natural*, Ourense, Difusora de letras, artes e ideas.
- ALBÁN LAXE, C. (2003). *O saber do pobo. Enciclopedia do traxe, danza e música tradicionais* Vigo, Edicións Xerías de Galicia.
- HERNÁNDEZ I MARTÍ, G.M. Y ALBERT, M. (2011): “La identidad en lucha. Iniciativas civiles culturales ante el conflicto identitario valenciano”, *Papeles del CEIC*, #66, marzo 2011; pp. 1-38.
- “Editorial”, *Caramella*, número 20, enero-junio 2009. p.3
- “Editorial”, *Sons*. Número 12, septiembre 2009. Barcelona, Enderrock; p.4.
- “Editorial”, *Sons*. Número 14, enero 2010. Barcelona, Enderrock; p.4.
- “Editorial”, *Sons*. Número 22, junio 2011. Barcelona Enderrock; p.4.

Páginas web y fechas de consulta:

- <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002> (8/04/2011)
- <http://www.filosofia.org/filomat/df276.htm> (28/03/2011)
- <http://www.xornal.com/artigo/2001/11/23/galicia/unos-200-gaiteiros-ensayan-en-barcelona-para-la-toma-de-posesion-de-fraga/2001112314180600000.html>.(8/07/2011).
- <http://novashistoria.blogspot.com/2010/02/vinte-anos-das-gaitas-de-fraga.html> (8/07/2011)
- <http://www.crtvg.es>
- <http://www.escolavalenciana.com/categories/index/100/la-gira-festival-itinerant-de-musica-en-valencia> (12/07/2011).
- <http://www.musicaenvalencia.com/que-es-el-com>. (12/07/2011).
- <http://sodesons.org/2011/01/> (12/07/2011).

- <http://www.enderrock.cat/seccio/quisom> (3/8/2011)
- <http://www.revistacaramella.cat> (3/8/2011)
- <http://www.rtve.es/podcast/radio-3/taratana/> (3/8/2011)
- http://www.upv.es/pls/oreg/rtv_web.ListaProgRadio?p_idioma=c (3/8/2011)
- <http://www.estrellagalicia.es> (22/08/2011)
- http://obrasocial.lacaixa.es/ambitos/musica/musica_es.html (22/08/2011)
- <http://www.altall.cat/valencia/benvinguts.html>. (25/07/2011).
- <http://www.urbariarurana.com/PAGES/Presentacio.htm> (25/07/2011)
- <http://www.milladoiro.com/bio/bio.html>. (26/07/2011).
- <http://www.luarnalubre.com/>. (26/07/2011).
- http://leilia.net/?page_id=2. (26/07/2011).
- http://www.solatge.com/presentacion_castellano.html (26/07/2011)
- <http://www.alimara.com/>. (26/07/2011).
- <http://www.almussafes.es> (8,9 y 10 de agosto de 2011)
- www.todofolk.com. (12 de agosto de 2011)
- www.mundofolk.com (12 de agosto de 2011)
- www.tierrafolk.com (12 de agosto de 2011)
- www.interfolk.net (12 de agosto de 2011)
- folkenlared.blogspot.com (12 de agosto de 2011)
- Mosaicyparolas.blogia.com (12 de agosto de 2011)
- *La caseta del plater* (<http://blocs.mesvilaweb.cat/frechina>) (12 de agosto de 2011)