



**Festival de Música de Nueva Creación. Diseño y gestión de un
proyecto musical profesional para Castelló de la Plana.**

Trabajo Final de Máster realizado por

José Pascual Gassó García

Tutoría

Dr. D. Ignacio Elpidio Domínguez Ruiz

Máster universitario en Gestión Cultural UOC-UdG

Universitat Oberta de Catalunya

Convocatoria junio de 2022

RESUMEN

El presente proyecto refleja la necesidad y redacta el desarrollo del *Festival de Música de Nueva Creación*. Esta idea con función de metaproyecto, acoge diversos proyectos, o líneas de acción, como un festival de música interdisciplinar y un congreso, así como ofrecer un espacio de nueva creación multidisciplinar. Del mismo modo se pretende crear un circuito de exaltación de la música contemporánea, conjuntamente a los festivales ya existentes centrados en la provincia de València.

El proyecto abarca dos ámbitos de realización: se presenta como un proyecto de aplicación profesional dentro del ámbito sociocultural, específicamente, de la rama musical con mixtura con las diversas expresiones actuales del arte y la tecnología, con la creación de un festival musical y la proyección académica e investigadora de un congreso. La idea se centralizará en el estudio de antecedentes en la provincia de Castellón (España). El proyecto se realizará en la ciudad de Castelló de la Plana y pretende tener un alcance nacional e internacional.

Palabras clave: festival de música de nueva creación, proyecto multidisciplinar, música contemporánea, proyecto de gestión cultural.

ABSTRACT

This project hopes to highlight the need of putting together the “Festival de Música de Nueva Creación” and also to describe its development. The main idea is for it to function as a metaproject, therefore, it encompasses several projects in one, such as a music festival or a congress. Additionally, it offers a newly-created multidisciplinary space. Moreover, another goal is to create a circuit of events that revolve around the exaltation of contemporary music. This would include already existing festivals located in the province of Valencia.

The project is designed along two lines. It can be applied to professional environments related to socio-cultural fields, especially in musical spheres that include other artistic expressions and technologies, as well as to the creation of a musical festival and the academic prestige and research of a congress. Furthermore, it will focus on researching predecessors in the province of Castellón (Spain). It will therefore be developed in the city of Castelló de la Plana and it will hopefully have national and international outreach.

Key words: newly created music festival, multidisciplinary project, contemporary music, cultural management project.

Als meus iaíos, in memoriam

ÍNDICE DE CONTENIDO

<i>RESUMEN</i>	<i>I</i>
<i>ÍNDICE DE IMÁGENES</i>	<i>VI</i>
<i>ÍNDICE DE GRÁFICOS</i>	<i>VII</i>
<i>ÍNDICE DE ANEXOS</i>	<i>VIII</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	<i>IX</i>
CAPÍTULO I. CUESTIONES METODOLÓGICAS	1
1. JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD	1
1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD	1
1.2. ANÁLISIS Y JUSTIFICACIÓN DAFO	2
1.3. ANÁLISIS DEL CONTEXTO	4
1.3.1. Contexto geopolítico y sociodemográfico	4
1.3.2. Contexto de instituciones y lugar del Festival	5
1.4. EVALUACIÓN COMPARATIVA (BENCHMARKING)	6
2. OBJETIVOS	8
2.1. OBJETIVO PRINCIPAL	8
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
2.2.1. Festival Artístico	8
2.2.2. Congreso	8
2.2.3. Estudio y formación de nuevo público.	9
2.3. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE: AGENDA 30.	9
3. JUSTIFICACIÓN DE LA ADECUACIÓN	10
3.1. ESTUDIO DE VIABILIDAD PREVIO	10
3.1.1. Contexto cultural general de la provincia de Castellón	10
3.1.2. Contexto cultural particular de la ciudad de Castelló de la Plana	11
3.2. FORMAS DE EVALUACIÓN	13
CAPÍTULO II. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO PROPUESTO	14
4. METAPROYECTO: FESTIVAL DE MÚSICA DE NUEVA CREACIÓN	14
4.1. CONSTITUCIÓN DE UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO	15
4.2. TEMPORALIZACIÓN DEL METAPROYECTO.	15
4.3. LÍNEA DE ACTUACIÓN 1: FESTIVAL ARTÍSTICO	16
4.3.1. Proyección	16
4.3.2. Conciertos	19
4.3.3. Circuito	19

4.3.4.	<i>Programa del Festival Artístico</i>	20
4.3.5.	<i>Cronograma de trabajo Línea de Acción 1: Festival Artístico</i>	22
4.4.	LÍNEA DE ACTUACIÓN 2: CONGRESO	23
4.4.1.	<i>Organización</i>	23
4.4.2.	<i>Recursos</i>	23
4.4.3.	<i>Inscripciones</i>	25
4.4.4.	<i>Programación del congreso</i>	25
4.4.5.	<i>Cronograma de trabajo Línea de Acción 2: Congreso</i>	27
CAPÍTULO III. ESTUDIOS		28
5.	ESTUDIOS DE IMPACTO, PÚBLICO Y SOSTENIBILIDAD.	28
5.1.	IMPACTO Y ESTRATEGIA	28
5.2.	DE PÚBLICO	28
5.3.	SOSTENIBILIDAD	29
5.3.1.	<i>Colaboraciones</i>	29
5.3.2.	<i>Presupuesto</i>	30
5.3.3.	<i>Ingresos, subvenciones y patrocinios</i>	31
5.3.4.	<i>Pagos</i>	32
CAPÍTULO IV. PLAN DE COMUNICACIÓN		33
6.	ANÁLISIS Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	33
6.1.	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA	33
6.2.	OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	33
6.3.	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	34
CAPÍTULO V. DISPOSICIONES FINALES		37
7.	RESULTADOS ESPERADOS	37
8.	CONCLUSIONES	38
FUENTES Y RECURSOS DE CONSULTA		39

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. "Conciertos". Extracto del Mapa Conceptual Festival de Música de Nueva Creación. Fuente: propia	19
Imagen 6. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Agenda 30. Fuente: Naciones Unidas	46
Imagen 2. Auditori i Palau de Congressos de Castelló. Fuente: Reinhold Möller ..	51
Imagen 3. Auditori i Palau de Congressos. Castelló de la Plana, Castellón. Fuente: wikiarquitectura.com	51
Imagen 4. Interior del Auditori i Palau de Congressos. Sala principal de conciertos. Fuente: Universitat Politècnica de València	52
Imagen 5. Mapa de la comarca de la Plana Alta, provincia de Castellón. Fuente: Vicente i Sempere, M.	52
Imagen 7. Hipotética marca de la primera edición del Festival. Fuente: propia	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Gráfico 40. Personas según la asistencia a conciertos de música clásica en el último año (2019). Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte, pp. 51.	48
Gráfico 2. Tabla 6.3. Los géneros musicales preferidos por sexo y edad. Fuente: La participación cultural en la Comunidad Valenciana, p. 111.	48
Gráfico 3. Tabla 2. Evolución del interés por la música clásica en la Comunidad Valenciana (2011-2015). Fuente: Las prácticas culturales en la Comunidad Valenciana, pp. 48.	49
Gráfico 4. Tabla 8A. Conciertos de música clásica (por CC.AA.). 2014-2019). Fuente: SGAE. Anuario de las Artes escénicas, musicales y audiovisuales, p. 20	49
Gráfico 5. Tabla 5. Géneros de los conciertos de música clásica a los que se asiste en la Comunidad Valenciana (2011-2015). Fuente: Las prácticas culturales en la Comunidad Valenciana, pp. 53.	49
Gráfico 6. Tabla 18A. Música de cámara y solistas. Evolución de los principales indicadores. 2014-2019. Fuente: SGAE. Anuario de las Artes escénicas, musicales y audiovisuales, p. 38	50
Gráfico 7. Tabla 6.7. Los motivos del nivel de participación por sexo. Fuente: La participación cultural en la Comunidad Valenciana, p. 117.	50

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. TABLA DAFO. ANÁLISIS.....	45
ANEXO 2. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.....	46
ANEXO 3. GRÁFICOS.....	48
ANEXO 4. AUDITORI I PALAU DE CONGRESSOS DE CASTELLÓ.....	51
ANEXO 5. MAPA CONCEPTUAL.....	53
ANEXO 6. CONVENIO MARCO CON EL CSMC.....	54
ANEXO 7. ENTIDADES COLABORADORAS.....	55
ANEXO 8. MARCA FESTIVAL 1ª EDICIÓN: OCÉANOS Y ORÍGENES.....	56

INTRODUCCIÓN

El autor de este trabajo cursó estudios profesionales de bombardino y canto, siendo estos últimos de gran interés como estudios complementarios a su carrera superior de Composición en el Conservatorio Superior de Música “Salvador Seguí” de Castelló (España). Adicionalmente, ha estado encargado de la Dirección de Proyecto y Representación de la Federación Nacional de Estudiantes de Música de España; es fundador y asesor artístico y técnico de la Asociación Internacional “Bocetos en Creación”; y vocal de coordinación de proyectos nacionales de la Sociedad por la Educación Musical del Estado Español - SEM-EE. La motivación personal del autor por unir arte y gestión resuelven por encontrar, analizar y definir líneas de acción prácticas sostenibles para mejorar el panorama actual nacional en materia de cultura. Las pequeñas acciones dilucidan la necesidad de los artistas por mejorar y fijar un nuevo horizonte cultural. El presente proyecto nace bajo el paraguas de la necesidad de los artistas músicos, sobre todo, compositores clásicos conceptualmente contemporáneos, por tener espacios propios donde reflejar su arte, sus reflexiones y crear una comunidad estable. Por otra parte, la presente redacción objeta la centralización cultural en las grandes ciudades, centrándose en el éxito cultural diseminado y descentralizado.

Por una parte, se contextualizan los precedentes históricos. En el s. XIII, y hasta principios del s. XIX, València fue considerada reino perteneciente a la Corona de Aragón. Este hecho dio al territorio valenciano protagonismo geográfico y comercial –sobre todo marítimo–, dando paso a una gran proliferación cultural y, por ende, a la irradiación de un patrimonio tanto material como intangible taxativo. En 1833, el Reino de València perdió su título y se adhirió a los territorios castellanos; no obstante, las artes, la literatura, la arquitectura y las tradiciones se han mantenido hasta hoy con un sello identificativo marcado por un movimiento identitario. El Reino de València tuvo su propio Siglo de Oro (s. XIV a XVI) considerado como “El Siglo de las Letras Valencianas”. En 1470, València acogió la primera imprenta de España; en 1754, nace

el compositor Vicent Martí i Soler¹; en 1863, nace en València el pintor impresionista Joaquín Sorolla; en 1927 y 1945, el compositor Manuel Palau recibe el Premio Nacional de Música; y, recientemente, el 12 de mayo de 2021, Francisco Brines recibía el Premio Cervantes. Estos son algunos ejemplos de la magnitud de la expresión cultural valenciana a lo largo de la historia.

Por otra parte, se ponen en contexto los precedentes legislativos. En 1998, el gobierno valenciano, presidido por Eduardo Zaplana Hernández-Soro (Partido Popular) y con la Conselleria de Cultura, Educación y Ciencia en manos de Francisco Enrique Camps Ortiz (Partido Popular), ponen en manifiesto la necesidad de legislar el Patrimonio Cultural Valenciano, siendo una de las comunidades autónomas españolas más tardías en crear legislación propia sobre Patrimonio Cultural. Actualmente, está vigente la Ley del patrimonio cultural valenciano, recogiendo la misma como *Ley 4/1998, del Patrimonio Cultural Valenciano*; publicada en el Documento Oficial de la Comunitat Valenciana (DOCV) núm. 3267, de 18 de junio de 1998, y en el Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 174, de 22 de junio de 1998. Esta Ley se construye ante la necesidad de estructurar, conservar y difundir el patrimonio propio de València. En la Comunitat Valenciana existen alrededor de dos mil (2.000)² manifestaciones culturales entre bienes inmuebles y bienes inmateriales considerados *Bienes de Interés Cultural*: expresiones artísticas, literarias, arquitectónicas o de folclore (fiestas, tradiciones, bailes regionales o vestimenta).

Existen gran variedad de festivales de músicas actuales en la Comunitat Valenciana, pero la oferta carece de festivales dedicados a la música clásica de nueva creación –o música contemporánea–, y es por ello que surge la necesidad de crear un proyecto que englobe la impetración del sector clásico profesional. Además, la visión arcaica de la música conlleva a programar compositores antiguos obviando en toda programación a los compositores actuales: se necesitan espacios de intervención donde los nuevos

¹ Compositor del Clasicismo Valenciano. *Dato de interés: El compositor W.A.Mozart incluye música de Martí i Soler en sus óperas, y copia reiteradamente pasajes del compositor valenciano.*

² Datos actualizados en enero de 2021. Generalitat Valenciana.

creadores, compositores e intérpretes puedan crear, experimentar e interpretar sus ideas.

Desde otro punto de vista geopolítico, se reconoce que la Comunitat Valenciana tiene una gran oferta cultural referida, sobre todo, a la música, pero gran parte de la programación se concentra en la provincia de València, dejando fuera del panorama internacional a Alicante y Castellón. Aun así, si centramos la mirada en la provincia de Castellón podemos encontrar una oferta de festivales musicales prominente: aunque ninguno de estos festivales tiene una connotación de música clásica o contemporánea.

Hay muy pocos festivales que se centren en una visión clásica, como son los casos del «Festival Internacional de Música Contemporánea ENSEMS», València, propio del IVC (Instituto Valenciano de la Música) y dirigido por Voro García; el «RafelFestival», de Rafelbunyol, dirigido por Miguel Ángel Berbis; y la «Mostra Sonora de Sueca», de Sueca, dirigido por Ricard Capellino. Estos tres festivales valencianos comparten la visión de profundizar y dar un espacio a los nuevos creadores locales, nacionales e internacionales y la misión de crear un circuito perenne de música contemporánea. Las ediciones de estos festivales se producen en lapsos temporales anuales diferentes para que no haya coincidencia y, de este modo, el público puede acudir a toda la programación. Cabe matizar que esta oferta se concentra en València.

Con el afán de profundizar en la misión de estos festivales, y descentralizar la oferta, el proyecto pretende agrandar el círculo del circuito anterior dando protagonismo a la ciudad de Castelló, instaurando un festival que pueda resultar sostenible junto a la oferta actual, además de ofrecer nueva programación y ser, también, un espacio para la investigación en forma de congreso, jornadas y puntos de encuentro.

CAPÍTULO I. CUESTIONES METODOLÓGICAS

1. Justificación y viabilidad

1.1. Justificación de la necesidad

La necesidad de crear un festival de estas características responde a la condición de descongestión que debe producirse en la Comunitat Valenciana de la oferta cultural, apartándola de la ciudad de València, contribuyendo a la idea de descentralización cultural nacional. De esta manera, colaboraremos en formar una agenda cultural de calidad en todas las zonas del país. Centraremos parte del proyecto en formular una propuesta de creación de público activo y recurrente, el estudio de público potencial y crear una estrategia sólida para resolver la insuficiencia de público que ahora tienen los festivales clásicos.

La provincia de Castellón, y más concretamente la ciudad de Castelló de la Plana, tiene el segundo conservatorio superior de música más importante de la Comunitat Valenciana y el primero en oferta cultural para los estudiantes. Este centro es un foco de público potencial que asistirá y participará en eventos que sean de su interés. La creación, por lo tanto, del *Festival de Música de Nueva Creación* favorecerá el crecimiento del conservatorio y la retroalimentación entre ambas instituciones.

Se persigue, con los fines señalados anteriormente, atender también a los objetivos específicos de la Agenda 2030, contribuyendo a la reducción de desigualdades y a una educación de calidad; creando una ciudad más sostenible y diversa; así como perseguir la visión de instituir una alianza sólida general para conseguir objetivos culturales locales, provinciales y nacionales junto a diversos festivales o entidades de mismas características. También, se plantea la hipótesis, con el presente proyecto, de qué demanda musical hay actualmente en Castelló y cómo podemos contribuir, con la creación del festival, a ocupar el espacio demandado.

El *Festival de Música de Nueva Creación* es un proyecto musical sin precedentes en la provincia de Castellón dentro del mundo clásico. Lejos de la imagen tradicional de la música clásica y de aquello que envuelve al elitismo cultural, la nueva idea ofrece una

visión contemporánea del contenido artístico; pensado desde la interacción proactiva entre público y artistas, la visión intergeneracional y la viabilidad sostenible de la cultura. El *Festival* acoge una programación profesional, de calidad, enfocada en los valores intrínsecos del derecho a la libre cultura, siendo el único proyecto que considera la importancia de tener un público participante y crear una programación de interés y adaptada a nuevos públicos. Se porfia en que el espectador pase de ser un oyente pasivo, y enfocar el compendio del programa para crear un oyente activo, perenne e implicado: esto es que el público no solo asiste como invitado a escuchar aquello que se le propone, sino que toma un rol de posesión e interacción con la escena. Pero para poder llevar a cabo este gran proyecto, que potenciará sin duda la marca «Castelló Cultural» a niveles nacionales e internacionales, se necesita de ayuda y presupuestación pública³.

1.2. Análisis y justificación DAFO

Este proyecto está pensado para ser viable durante años, instaurándose como un festival potente y de referencia en la ciudad de Castelló. Por ahora, el *Festival* no es conocido por lo que la marca será débil en inicio. El proyecto debe arrancar con una primera edición potente, asimismo, se debe considerar la mejora en cada una de las ediciones. Es importante, a su vez, considerar que la primera edición va a lidiar con el presupuesto: se arranca con un pensamiento económico nulo.

Después de analizar las estadísticas de público, se debe tener en cuenta el bajo índice de público activo que hay en Castelló y conviene crear una especialización y activación de público. Además, se considera la gran oferta cultural y de actividades que ofrece el Ayuntamiento de Castelló; pese a que ninguna compite con el proyecto presentado, el público es diverso.

Aunque es una debilidad empezar una edición nueva, también se ofrece como fortaleza, ya que la novedad es un factor a tener en cuenta, atrayente de público y miradas. Por otra parte, se considera que el *Festival* se realizará en la Comunitat Valenciana, lugar de

³ Véase *Presupuesto en Cultura*. Destinación presupuestaria de 7.712.743 € (euros), de los cuales se han gastado 4.086.176 €. Fuente: <https://onvanelsmeusimpostos.castello.es/ca/politicas/33/cultura#view=functional&year=2020>

músicos y música, siendo este arte de gran consideración en la zona; y si se suma la transversalidad que ofrece el proyecto de poder entremezclar las artes, el *Festival* se cubre de una fortaleza inédita en el panorama castellonense. Cabe destacar, a su vez, la persecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 y su aplicación directa sobre las dos líneas de actuación del proyecto. Además, se tiene en cuenta también el gran potencial que surge entre las posibles relaciones institucionales y sus consiguientes convenios de colaboración.

A todo esto, se debe considerar que ya existen diversos festivales musicales en la ciudad y en la provincia, con un público específico, y que recogen gran parte de las subvenciones y partidas económicas de los patrocinadores. Esta amenaza debe constituir, con el tiempo, una alianza entre los disímiles festivales; creando así una red interna que pueda compartir estadísticas, datos sobre público, estrategias de comunicación y otros. También, se considera una amenaza el nuevo formato de festival del Conservatori Superior de Música de Castelló: el «FestMus», un festival de índole parecida a este proyecto, que surge de la misma necesidad y concepto.

Para ultimar este apartado, se consideran las oportunidades del proyecto, siendo estas inspiradoras. El campo que pretende abarcar el *Festival* aún no está explotado: no existen concursos de composición –como el presentado en la primera línea de actuación «Festival Artístico»– ni existe un espacio de pensamiento crítico-musical-artístico. Se puede señalar la proyección que conlleva el *Festival* si se tiene en cuenta la opción de crear becas o ayudas de investigación, o servir como entidad que encauce la propuesta y la contribución, a su modo, en la mejora de la calidad cultural tanto de la ciudad como de la provincia.⁴

⁴ Véase Anexo 1. Tabla DAFO. Análisis, pág. 45.

1.3. Análisis del contexto

1.3.1. Contexto geopolítico y sociodemográfico

El *Festival de Música de Nueva Creación* se instaura en la localidad de Castelló de la Plana, capital de la provincia de Castellón, en la Comunitat Valenciana (España). La ciudad, geolocalizada en la comarca de la Plana Alta, bordeada por la costa de la mar Mediterránea, cuenta con diversos puntos de acceso a la ciudad: autovía y autopista, aeropuerto, AVE y cercanías y puerto.

La ciudad tiene 171.728 habitantes de los cuales un 40% de la población no son nacidos en la ciudad y proceden de diversos países europeos e iberoamericanos como Rumanía, Colombia o Francia, entre otros: Castelló se constituye como la segunda comunidad rumana más grande de España con 40.000 rumanos afincados en la ciudad. Además, la pluriculturalidad se establece en este municipio que acoge vecinos procedentes de Marruecos (15.700 habitantes), Colombia (5.700 hab.), Francia (3.500 hab.); Argentina, Argelia, Ecuador, Venezuela, Alemania, Brasil y Perú –todos ellos suman un promedio de 11.000 habitantes– siendo este dato cualidad que caracteriza a Castelló como una ciudad tolerante, libre y abierta que acepta la multiculturalidad.

El perfil socioeconómico que encontramos en la provincia de Castellón, en general, y que sirve de ejemplo para la ciudad de Castelló en particular corresponde a una tendencia al alza de contratación en el sector de servicios (64'47%, en 2019), siguiéndole la industria, la construcción y, con tendencia descendiente, la agricultura. Existe una tasa de afiliación a la Seguridad Social del 64'83%. El rango de edad mayoritaria oscila de entre los 40 y 64 años.

Como se ha tratado anteriormente, la descentralización de la oferta cultural de València es el punto clave repercusivo del proyecto. La cultura debe ser universal y sostenible, debiendo descentralizar la oferta de las grandes urbes, dando protagonismo a otras poblaciones. Resultaría provechoso ofrecer nueva programación y atrayendo al público a Castelló. Cabe destacar que otro impacto indirecto sería beneficiar los estudios musicales, incrementando la repercusión del Conservatorio Superior de Música “Salvador Seguí”. La población objetivo es aquella que basa su actividad profesional en el sector artístico multidisciplinar, tratando profesionales, investigadores y estudiantes del sector. Y el

público objetivo será quién asistirá al desarrollo del proyecto, que tomará consciencia como público activo para crear públicos estables al evento.

1.3.2. Contexto de instituciones y lugar del *Festival*

Hay varios edificios locales públicos destinados a la cultura: Casa de la Cultura de Castelló, el Teatro “Raval”, La Pérgola y El Templete, y la escuela municipal de teatro. Por otra parte, se encuentra el Teatro Principal y el Auditorio y Palacio de Congresos de Castelló gestionados por el IVC. También, de ámbito privado se localizan la Fundación Dávalos-Fletcher, el Real Casino de Castellón y “La Bohemia *CultureClub*”. Asimismo, existen instituciones de índole educativa con finalidades culturales como el Conservatorio Superior de Música, el Conservatorio Profesional de Música y Danza, el *Espai d’Art Contemporani*, el *Centre de Belles Arts*, el *Teatre* y el Observatorio del Grau; junto a diversos espacios al aire libre como la Plaza Mayor y el Paseo Ribalta.

Se debe tener en cuenta que el *Festival de Música Nueva Creación* abarcaría los proyectos de «Festival Artístico», como primera línea de acción y del «Congreso», como segunda, necesitando ambos para su realización espacios con diversas salas para los procesos y actividades que tendrán lugar de manera síncrona.

El lugar propuesto, dentro de la ciudad, para la realización del *Festival de Música de Nueva Creación* es el *Auditori i Palau de Congressos de Castelló*. Este edificio – construido a principios de siglo por el arquitecto Carlos Ferrater– está pensado bajo un punto de vista contemporáneo, de construcción asimétrica y tratado conceptualmente como “contenedor de cultura”. Este tipo de visión es fiel a la idea principal del proyecto: crear un espacio para la nueva creación.

Además, el Auditori se sitúa en uno de los pulmones verdes más importante de la ciudad: un parque de 90.000m² del que se dispone gran parte para realizar actividades al aire libre, espacios de bosque y zonas de contemplación. Este edificio es propiedad del Ayuntamiento, pero su gestión interna, contratación y programación depende

directamente del IVC⁵. El espacio ofrece una Sala Sinfónica, con capacidad para 1200 personas, una sala de cámara, para 350 personas, una sala de exposiciones, sala “Magic Box”, sin capacidad fija de aforo, sala de prensa, cafetería y varias salas polivalentes. La gran cantidad de salas y espacios que tiene el Auditori permitirían llevar a cabo las actividades propuestas, siendo este un punto importante para el desarrollo del proyecto.

Otro motivo importante es el acceso al recinto, ya que ofrece una accesibilidad universal tanto peatonal como para vehículos. Además, es un lugar muy transitado, rodeado de las vías de acceso más importantes a la ciudad. Este hecho es un factor a tener en cuenta, ya que el público no encontrará barreras de lejanía o incomodidad de acceso para asistir a los eventos.

1.4. Evaluación comparativa (Benchmarking)

Se eligen, para la comparativa, los tres festivales de relevancia y con características semejantes al proyecto presentado. Esta comparativa se basa en los tres principios del «Benchmarking»: calidad, productividad y tiempo; siendo incorporado los proyectos.

Objetivo		Festival		
		ENSEMS	RafelFestival	Mostra Sonora
Calidad	Portal de transparencia	Cuentas de ejercicio (2018) 201.817,53 € ⁶	No consta información	No consta información
	Compromiso	Proyectos pedagógicos diversos en cada edición.	No consta información	Temática diferente por edición.
	ODS	No referencia	No referencia	No referencia
	Actuación	València	Rafelbunyol (València)	Sueca (València)
	Institución de apoyo	Institut Valencià de Cultura	Ajuntament de Rafelbunyol	Ajuntament de Sueca
	Colaboradores	19 entidades	7 entidades	16 entidades
Productividad	RRSS (difusión)	Instagram, Facebook, YouTube y Twitter	Facebook	Instagram, Facebook, YouTube y Twitter
	Equipo RRHH	Profesional	Asociativo	Asociativo
	Entradas	Libre. Gratuita. Asume IVC	Precio por concierto 3€	No consta
	Espacios de actuación	Seu de València, Palau de la Música; espacio aire libre.	Auditorio de Rafelbunyol	Centre Municipipl Bernat i Baldoví (Sueca)

⁵ Institut Valencià de Cultura - IVC, perteneciente a la Consejería de Educación, Investigación, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana.

⁶ Véase Institut Valencià de Cultura (2018). *Cuentas anuales. Ejercicio 2018*, pág. 63. <https://ivc.gva.es/admin/assets/docs/e/d/edpivcca2018signed.pdf>

	Página Web	Hosting IVC. Página propia.	Propia.	En mantenimiento. Existe información en la caché.
Tiempo	Planificación	39 actuaciones (2021)	6 actuaciones (2021)	9 actuaciones (2021)
	Ediciones	44 ediciones	9 ediciones	18 ediciones
	Proyección	Internacional	Internacional	Internacional
Proyectos comparativos	Concursos	No	ReCrea (interpretación) 2 ediciones (2020)	No
	Proyectos internos	XXXIII edició de les Trobades de Composició Taller ENSEMS de Creació Sonora	No consta	Mesa Redonda (2021)

Con el objeto de analizar los aspectos expuestos en la tabla comparativa presentada anteriormente, se procede a determinar las particularidades positivas y negativas generales:

Aspectos Positivos	<ul style="list-style-type: none"> • El compromiso por la divulgación, la pedagogía y la nueva creación es óptimo y cumple con los objetivos. • Las actuaciones son cercanas a la población y accesibles universalmente. Sus costes no son altos o son gratuitos. • Fuertes instituciones colaboradoras. • Equipos de personas que realizan programaciones, ediciones y gestión. • Difusión del contenido por RRSS con antelación y actualizadas. • Convenios y colaboraciones entre los tres festivales. Actuaciones dentro del circuito. • Proyección internacional gracias a la contratación de artistas de todo el mundo.
Aspectos Negativos	<ul style="list-style-type: none"> • Los portales de transparencia (ingresos y gastos) no están a fácil alcance o no existen. • No hay referencia a los ODS, aunque este factor se intuye mediante las temáticas propuestas. Pero, aun así, no se persiguen los objetivos. • Inexistencia de estudios de mercado, público o estrategias de comunicación. • Pocos asistentes a la programación.⁷

⁷ Téngase en cuenta las conclusiones del I Congreso de Composición del CSMC (Castelló), referidas a la Mesa Redonda “Festivales de música de nueva creación”, celebrada el día 18 de octubre de 2019 en el Auditori i Palau de Congressos de Castelló (Castellón). En estas reflexiones se hace referencia al poco índice de público asistente y la necesidad de crear público activo.

2. Objetivos

2.1. Objetivo principal

Crear un festival de música adaptado a las necesidades interdisciplinarias artísticas y que sirva de espacio de encuentro para los agentes relacionados con el arte, la investigación y la creación.

2.2. Objetivos específicos

Para alcanzar la sostenibilidad y la viabilidad del *Festival de Música de Nueva Creación* –metaproyecto–, se perseguirán tres líneas de actuación –proyectos– de ámbito artístico e investigador.

2.2.1. Festival Artístico

- Proyectar compositores locales y nacionales mediante un concurso de composición.
- Proyectar intérpretes locales e internacionales mediante un concurso de interpretación.
- Crear las bases, la estrategia de difusión y teorizar un circuito de programación.
- Promocionar artistas locales mediante conciertos.

2.2.2. Congreso

- Crear un lugar de encuentro entre compositores y compositoras locales, nacionales e internacionales.
- Ampliar la red de investigadores dedicados a las ramas del pensamiento artístico.

2.2.3. Estudio y formación de nuevo público.

- Crear una estrategia de impacto en redes sociales y medios analógicos.
- Estudiar el público actual y crear herramientas para su conversión en público potencial y/o activo.
- Crear un espacio de interacción entre las diversas disciplinas artísticas: Interdisciplinariedad de las artes.

2.3. Objetivos de Desarrollo Sostenible: Agenda 30.

Se insta en la necesidad de tener en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) redactados para alcanzar las metas propuestas por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en el documento Agenda 2030, definido como un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que también tiene la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia.⁸ En el marco del *Festival* se persiguen los ODS 4. Educación de calidad; 5. Igualdad de género; 10. Reducción de desigualdades; 11. Ciudades y comunidades sostenibles; 16. Paz, justicia e instituciones sólidas; y 17. Alianzas para lograr los objetivos. Todos ellos están dispuestos y redactados para su aplicación en este proyecto en el apartado de Anexo 2. Objetivos de Desarrollo Sostenible⁹. Estos objetivos, de carácter transversal a los objetivos planteados para el metaproyecto, deben considerarse esenciales en pro de la sostenibilidad y buena adecuación y ejecución del programa descrito.

Además de los ODS razonados como objetivos de carácter transversal, el *Festival de Música de Nueva Creación* atiende al cumplimiento de los ODS 12, 13, 14 y 15, los cuales se presentarán como tema de desarrollo temático en las diversas ediciones de la línea de acción 2: «Congreso»; siendo el hilo conductor de las propuestas, debates y congresos presentados, así como de la idea general de planteamiento.

⁸ Definición de la ONU pronunciada el 25 de septiembre de 2015 en la Asamblea General.

⁹ Véase pág. 46, Anexo 2. Objetivos de Desarrollo Sostenible.

3. Justificación de la adecuación

3.1. Estudio de viabilidad previo

3.1.1. Contexto cultural general de la provincia de Castellón

La música clásica nunca ha estado a la “moda” para los consumidores de contenido musical: ni coetáneo ni posterior a la creación. Sentando esta base como precedente, el *Festival de Música de Nueva Creación* es vulnerable a encontrarse con un tipo de público pasivo y aminorado en lo que refiere a asistencia a conciertos; sea por repertorio o por la concepción que se tiene de la música clásica, el público lo rechaza. Según la encuesta de hábitos y prácticas culturales del Ministerio de Cultura y Deporte (Ministerio de Cultura, 2018-2019), solo el 9’4% de la población española asistió a conciertos de música clásica en 2019. Estos datos se deben, en gran parte, a la gestión arcaica de los conciertos y del programa: los tiempos modernos piden conciertos modernos, y no solo en forma estética, sino en la manera en que percibimos la música desde la visión como público¹⁰.

Actualmente, existen ocho festivales de música en la provincia Castellón dedicados a la música rock, reggae, pop, indie y flamenco-fusión, enfocados a todo tipo de público: desde festivales para familias con niños pequeños –«*Formigues Festival*»– hasta festivales internacionales –«*Arenal Sound*»–. Estos proyectos favorecen la diversidad en la provincia, respondiendo a su misión de dar a la música un papel notorio y diverso en todas sus ramas. Siendo este el propio contexto, se desarrolla la idea de focalizar la misión que persiguen estos festivales desde la mirada del músico clásico¹¹.

Aunque la ciudad ofrece una cantidad considerable de eventos culturales, sobre todo enfocados al ámbito tradicionalista y popular, no existe ningún estudio sobre públicos o consumo de oferta cultural, pero para subsanar esta falta de información se ha procedido a la revisión del resultado de la encuesta “La participación cultural en la Comunidad

¹⁰ Véase Anexo 3, pág. 48. “*Gráfico 1*. Gráfico 40. Personas según la asistencia a conciertos de música clásica en el último año (2019).”

¹¹ Véase Anexo 3, pág. 48. “*Gráfico 2*. Tabla 6.3. Los géneros musicales preferidos por sexo y edad.” y “*Gráfico 3*. Tabla 2. Evolución del interés por la música clásica en la Comunidad Valenciana (2011-2015).”

Valenciana”¹² y del documento sobre “Las prácticas culturales en la Comunidad Valenciana”¹³ para ilustrar los datos aquí expuestos. Estos documentos, pioneros en la Comunidad Valenciana, no se han considerado para una nueva versión, por lo que los datos resultantes implican los años 2011 a 2017. Todo este material será de vital importancia a tener en cuenta para reconocer que el *Festival de Música de Nueva Creación* aportará a la ciudad una oferta cultural que cubrirá el espacio de la demanda pública sobre música clásica de calidad e interesante.

Se debe tener en cuenta que la población que escucha música clásica en directo asiste antes a un concierto de orquesta sinfónica que, por ejemplo, a un recital lírico (solista); y esto se debe a que en la Comunidad Valenciana se celebran 2.574 conciertos sinfónicos: una oferta razonable y con muchas probabilidades de acoger más público¹⁴.

Se conviene, con estas cifras, que el *Festival* tendrá un público activo, regular y receptivo, con proyección a convertirse en público implicado, ya que una parte del proyecto se centra en la música clásica sinfónica¹⁵. Por otra parte, se debe considerar que la música de cámara o solista no pierde protagonismo: se realizaron 8.090 conciertos en 2019, con 2.102.573 asistentes, de solistas y música de cámara. Este formato de agrupación –la música de cámara– se tendrá en cuenta para la mayoría de conciertos del *Festival*.¹⁶

3.1.2. Contexto cultural particular de la ciudad de Castelló de la Plana

Cabe reseñar que, la ciudad de Castelló fue elegida el año 2020 como ciudad piloto de la “Agenda Urbana”¹⁷, de políticas sostenibles para el desarrollo urbano, impulsada y respaldada por la Comunidad Europea, de conformidad con los criterios de la Agenda 2030, y cuyo objetivo se ampara bajo el prisma de la sostenibilidad económica, social y

¹² Oriño, A; Llopis, R. (2017). *La participación cultural en la Comunidad Valenciana. Encuesta 2017*, pp. 107 – 118, 155 – 169, 217.

¹³ Oriño, A; Llopis, R. (2017). *Las prácticas culturales en la Comunidad Valenciana*, pp. 45 – 58, 91 – 117.

¹⁴ Véase Anexo 3, pág. 49. “Gráfica 4. Tabla 8A. Conciertos de música clásica (por CC.AA.). 2014-2019”

¹⁵ Véase Anexo 3, pág. 49. “Gráfica 5. Géneros de los conciertos de música clásica a los que se asiste en la Comunidad Valenciana (2011-2015)”

¹⁶ Véase Anexo 3, pág. 50. “Gráfica 6. Tabla 18A. Música de cámara y solistas. Evolución de los principales indicadores. 2014-2019.

¹⁷ Véase *Presentación: ¿qué es la Agenda Urbana?* Ministerio de transporte, movilidad y agenda urbana. Agenda 2030. <https://www.auc.gob.es/que-es-la-auc>

medio ambiental. Este hecho, aunque puede parecer ajeno a la cultura –y al presente proyecto– implica una estrecha relación con el *Festival*: para que una ciudad pueda llegar a tener un plan estratégico real urbanístico debe ser estudiado a fondo qué ofrece el municipio, qué quiere su publicación y cómo se adapta al cambio la sociedad residente. Si la ciudad ha optado a la “Agenda Urbana” velando por las necesidades de sus vecinos, valdría aceptar la presupuestación de un festival que acoja las necesidades culturales cubriendo los vacíos existentes en oferta. Se apela, por ejemplo, a ideas precedentes como el Plan Estratégico «Fes Cultura» que se instauró en el período 2016-2020, cuyos ejes centrales se basaban en la democratización del acceso a la cultura.

Al mismo tiempo, gracias al estudio de estadísticas, se verifica que el primer motivo para asistir a un concierto que tiene el público es el relativo a la economía: el precio. La música clásica ha cargado siempre el peso de la magnificencia, conllevando elevados precios de montaje, cachés, orquestas; con su sucesiva subida de precio en las entradas. Los festivales sin una fuerte subvención pública se ven abocados a programaciones de coste pequeño o cero, haciendo que su cartel merme en contenido y dando paso a que el público afiance sus motivos para no asistir razonando falta de interés, falta de oferta y oferta de baja calidad. Si el Ayuntamiento asume parte del presupuesto del *Festival*, el público podrá asistir de manera gratuita a una programación diversa, de calidad y sujeta a un interés general; siendo esta revisada y evaluada por comisiones externas y por el mismo público mediante encuestas de satisfacción¹⁸.

Las estadísticas no favorecen al sector musical clásico, pero sí determinan que existe público y que está al alza. También, se determina que, si la calidad de la programación y del evento es buena, el público se anima a participar y asistir a los conciertos; sumando que el precio de la entrada no sea imposible.

¹⁸ Véase Anexo 3, pág. 50. “Gráfico 7. Tabla 6.7. Los motivos del nivel de participación por sexo.”

3.2. Formas de evaluación

Para el estudio de impacto y conocimiento de alcance de objetivos se proponen diversas herramientas de evaluación:

- **Indicador de participación social.** Encuesta de satisfacción y evaluación para las partes intérpretes. Plataforma: Google Forms.
- **Indicador de crítica.** Encuesta de satisfacción para el público. Plataforma: Google Forms.
- **Indicador de mejora.** Encuesta interna para la Comisión de Organización y Participación. Plataforma: Google Forms
 - Informe del tribunal del «Concurso de Composición» y «Concurso de Intérpretes».
 - Actas del «Congreso»: ponencias, simposios, comunicaciones; estadísticas de participación.
 - **Indicador de participación y crítica.** Encuesta de satisfacción y mejora a los asistentes del «Congreso».
- **Indicador de visibilidad.** Recolección de menciones, fotografías, publicaciones en RRSS y demás archivos relacionados con la marca *Festival de Nueva Creación*.

CAPÍTULO II. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO PROPUESTO

4. Metaproyecto: *Festival de Música de Nueva Creación*

Festival de Música de Nueva Creación es una idea conceptual que se materializa sobre tres proyectos: un festival artístico y un congreso, conjuntamente con los estudios de público y viabilidad¹⁹. A esta idea conceptual le damos el nombre de «metaproyecto» por su carácter abstracto; su realización se verá reflejada en la práctica de los dos proyectos o líneas de acción. La construcción del concepto «metaproyecto» proporcionará la idea mental total que abarca el *Festival*, siendo definido por la practicidad de todas las líneas de acción.

Se requiere que el *Festival* adopte o se adapte a una forma jurídica legal para su ejecución: se plantean dos posibles escenarios:

- a) Colaboración con una entidad reconocida.

La opción sencilla para conseguir llevar a la práctica legalmente el *Festival* es realizarlo bajo el respaldo de una entidad como un conservatorio, un teatro o un museo, o una sociedad²⁰, aunque esta opción conlleva perder identidad propia, pasando a ser parte de una actividad programada de estas entidades.

- b) Formalizar una nueva entidad.

La constitución de una nueva entidad con único fin de llevar a cabo la actividad del *Festival* es la opción viable para mantener la independencia de marca y obrar en nombre propio del *Festival*. Se procede a detallar la viabilidad de esta opción.

¹⁹ Véase Anexo 5. Mapa Conceptual *Festival de Música de Nueva Creación*, pág. 53.

²⁰ Existen varias sociedades autonómicas y nacionales dedicadas a la promulgación, defensa e investigación musical, como la Sociedad por la Educación Musical del Estado Español (SEM-EE) o la Federació de Societats Musicals de la Comunitat Valencina (FSMCV).

4.1. Constitución de una entidad sin ánimo de lucro

- **Constitución.** La asociación llevará por nombre “Asociación Cultural Festival de Música de Nueva Creación” –en adelante, la *Asociación*– y tendrá carácter no lucrativo. Se formará un Órgano Directivo recogido en el Acta Fundacional de la *Asociación*. También, se procederá a redactar los Estatutos, según se regula en Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación.
- **Jurisprudencia y ámbito de actuación.** La acción –o ámbito de actuación– será local y el registro de la misma se realizará en el Registro de Asociaciones de la Comunitat Valenciana, siguiendo los requisitos expuestos en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (BOE nº 236, de 02/10/2015); Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, Reguladora del Derecho de Asociación (BOE nº 73, de 26/03/02); Decreto 181/2002, de 5 de noviembre, del Gobierno Valenciano, por el que se crea el Registro Autonómico de Asociaciones de la Comunidad Valenciana DOGV nº 4375, de 11/11/02); y Ley 14/2008, de 18 de noviembre de 2008, de la Generalitat, de Asociaciones de la Comunitat Valenciana (DOCV nº 5900, de 25/11/08).
- **Órgano directivo y ejecutivo.** La Asociación velará legal y jurídicamente de la realización del *Festival* siendo parte de la propia Dirección de Festival Artístico y del Congreso, y de la Secretaría. Este órgano ejecutivo obra sobre las líneas de acción, temáticas y evaluación del metaproyecto.

4.2. Temporalización del metaproyecto.

El proyecto se rige por ediciones, siendo estas anuales, e instaurándose dos periodos de actividad de la acción. Por una parte, el «Congreso» tendrá una duración de cuatro días (jueves a domingo) en el mes de noviembre. Por otra parte, el «Festival Artístico» se compartimenta en: meses de enero y febrero, como fechas de ejecución de la acción, y

meses previos para la admisión y recolección de composiciones enviadas al concurso. Para cada uno de los proyectos se establece un cronograma concreto²¹.

Las fechas para el *Festival de Música de Nueva Creación* se proponen teniendo en cuenta los meses de actuación de los tres festivales del circuito: ENSEMS, en septiembre; Mostra Sonora, en junio; y RafelFestival, de octubre a noviembre²². Teniendo en cuenta estas fechas, el *Festival* no intercede con ninguno, creándose así un circuito anual completo.

4.3. Línea de actuación 1: Festival Artístico

La primera línea de actuación del *Festival de Música de Nueva Creación* es la confección de un «Festival Artístico». Con esta línea se pretende cubrir la necesidad de dar un espacio a compositores e intérpretes para realizarse artísticamente. Quizá, es la sección más importante de nuestro *Festival*, ya que comporta la participación de público universal. Esta línea perseguirá dos objetivos:

4.3.1. Proyección

Para dar visibilidad al «Festival Artístico» debemos producir eventos que animen a los músicos a participar, obteniendo algún reconocimiento directo. Es por ello que se considera que, a nivel internacional, los concursos o certámenes pueden difundir la marca del evento.

Concurso de composición

El primer evento será el «Concurso de Composición», evento el cual será único en su categoría de la provincia de Castellón. Este concurso pretende aunar las ideas de los compositores nacionales e internacionales, dando visibilidad a nuevas tendencias

²¹ Véase apartado 4.3.5. *Cronograma de trabajo Línea de Acción 1: Festival Artístico*, pág. 22, y apartado 4.3.5. *Cronograma de trabajo Línea de Acción 2: Congreso*, pág. 27.

²² Datos sobre fechas actualizados por las ediciones del año 2022.

compositivas, y potenciar a las nuevas generaciones de compositores del panorama mundial. Para la realización del concurso se tendrá en cuenta:

- Bases por edición

Para cada edición, los compositores deberán reflexionar sobre el concepto o línea de pensamiento escogida como temática del *Festival de Música de Nueva Creación*, teniendo que componer una obra exclusiva e inédita basada en esta reflexión. Las temáticas estarán enlazadas, entre otros conceptos, con los ODS anteriormente descritos.

También, las bases determinarán la fecha límite de entrega de partituras, las copias que deben proporcionarse, las características formales y temporales y, entre otros aspectos, la conformidad de cesión de difusión, edición e interpretación de la obra presentada para el *Festival*. Cabe referenciar que las obras se mandarían de manera anónima para no influir sobre el tribunal.

- Tribunal/Jurado

El tribunal que valorará la calidad y adecuación de la obra estará compuesto por tres figuras de la música de prestigio nacional o internacional, así como de la figura de la dirección del *Festival* y de la figura de la secretaria del *Festival*.

- Difusión

Se establece, dentro del «Capítulo III. Plan de Actuación» redactado en este proyecto, una acción en RRSS y prensa para la difusión del «Concurso de Composición». Esta difusión será universal.

- Premios y dotaciones

Todo concurso debe tener una dotación económica y/o de prestigio para la parte ganadora. En este caso, se establece un primer premio, un segundo premio, un accésit y una mención de calidad.

Concurso de intérpretes

Otra de las acciones que se debe considerar es la elaboración del «Concurso de Intérpretes». Aunque esta categoría no es única en el panorama musical nacional ni

provincial²³, sí tiene un valor propio, ya que los intérpretes buscan concursos para poder presentar su trabajo. Este concurso se presenta en formato de “música de cámara”, habiendo un mínimo de tres y un máximo de doce intérpretes por agrupación. Para la realización del concurso se tendrá en cuenta:

- Bases por edición

Para cada edición, los grupos deberán preparar dos obras: una obra obligada, propuesta por la dirección del *Festival* y una obra de libre elección. También, las bases determinarán la fecha límite de inscripción, las características de forma y minutaje de las obras de libre elección y, entre otros aspectos, la conformidad de cesión de difusión de imágenes y sonido de la interpretación de las obras representadas. Se establecen dos rondas: la primera, de carácter eliminatorio, y siendo elegidos cuatro grupos, y la segunda ronda, la final, donde se decidirán los premios de cuarto a primero.

- Tribunal/Jurado

El tribunal valorará la calidad, interpretación y fidelidad a la escritura de la obra. A su vez, tendrá en cuenta la novedad y dificultad de las obras. Este tribunal estará compuesto por tres intérpretes de renombre, la dirección y la secretaria del *Festival*.

- Difusión

Se establece, dentro del «Capítulo III. Plan de Actuación» redactado en este proyecto, una acción en RRSS y prensa para la difusión del «Concurso de Interpretación». Esta difusión será universal.

- Premios y dotaciones

En este caso, se establece un primer premio que constará de una compensación económica, una mención honorífica y una interpretación libre en la siguiente edición del *Festival*, siendo, su actuación, el concierto inaugural de la posterior edición.

²³ En febrero de 2022, el Conservatorio Superior de Música “Salvador Seguí” de Castelló anunció la primera edición del FestMus, un festival musical en pruebas que recogía el *III Concurso Internacional de Interpretación de Música de Nueva Creación: Re_Cre@*, junto a ENSEMS, IVC, ISEACV y RafelFestival. Este concurso no es propio ni original de este festival académico.

4.3.2. Conciertos

La segunda parte del «Festival Artístico» es la realización de una serie de conciertos. Estos conciertos tendrán dos vías: por una parte, se realizarán conciertos con grupos e intérpretes profesionales, los cuales serán invitados del *Festival*. Por otra parte, los ganadores del concurso de interpretación realizarán un concierto en el marco del *Festival*. También, habrá un llamamiento público para recibir propuestas profesionales de compositores o intérpretes que, dentro del presupuesto del *Festival*, se considerarán para su interpretación. Estos conciertos tendrán coherencia de pensamiento o interpretativa con el lema o título de cada edición.

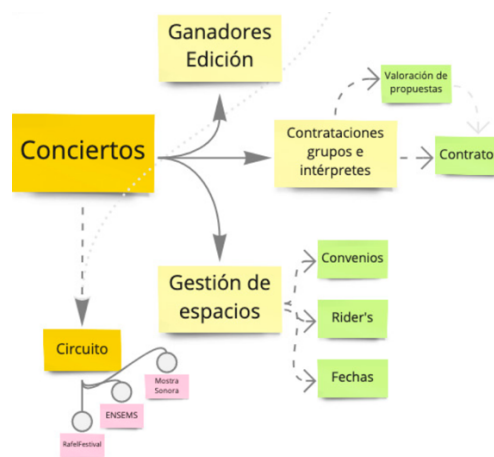


Imagen 1. "Conciertos". Extracto del Mapa Conceptual Festival de Música de Nueva Creación. Fuente: propia.

El acceso a los conciertos por parte del público asistente estará condicionado a la compra de una entrada. Esta entrada tendrá un valor universal de diez euros (10 €) y su validez será para la totalidad de los conciertos expuestos.

4.3.3. Circuito

El «Festival Artístico» pretende consolidarse como una pieza más del circuito preestablecido de festivales de música contemporánea de la Comunitat Valenciana. Este circuito está configurado por los festivales “ENSEMS”, “RafelFestival” y “La Mostra Sonora de Sueca”. Los diversos festivales se realizan en fechas y temporadas diferentes, lo que permite tanto a los intérpretes como a los compositores asistir a los tres sin dificultad temporal. A su vez, la parte organizadora ha preestablecido un circuito que

permite a la parte ganadora de los respectivos concursos realizar conciertos en los diferentes festivales del circuito.

El *Festival de Música de Nueva Creación* será una destinación más del circuito, enlazando el contenido y programando las ediciones en tiempo y forma para su reconocimiento. Con este hecho, la provincia de Castellón sería parte del circuito que, actualmente, solo se presenta en la provincia de València.

4.3.4. Programa del Festival Artístico

El festival tendrá una duración temporal de cuatro días, repartidos en sábado y domingo de la 2ª quincena del mes de enero y de la 2ª quincena del mes de febrero.

<i>1º DÍA (enero)</i>	HORA	Programa	Descripción
<i>SÁBADO</i>	12:00 – 14:00	Concurso de Intérpretes	Primera parte del concurso de intérpretes por orden de inscripción.
	14:00 – 20:00	<i>Continúa</i>	Primera parte del concurso de intérpretes por orden de inscripción.

<i>2º DÍA (enero)</i>	HORA	Programa	Descripción
<i>DOMINGO</i>	10:00 – 12:00	Final del concurso	Segunda parte del concurso de intérpretes por orden aleatorio. Veinte minutos máximos por actuación.
	12:00	Entrega de premios	Acto solemne de entrega de premios a los ganadores del concurso de Composición y de Interpretación.

<i>3º DÍA (febrero)</i>	HORA	Programa	Descripción
<i>SÁBADO</i>	10:00 – 11:30	Concierto 1	Concierto para flauta, piano y recitado Título: Poéticas de fraternidad. Literatura y Música. El compromiso con la vida, el arte, la educación y el respeto a los otros, nos abran un camino de reflexión con y para los demás. La fraternidad implica libertad, y esta es una verdad que es la que emerge en el encuentro de los demás y en las relaciones solidarias. Idea original y dirección: Rosa María Rodríguez Hernández Intérpretes: Emilio Oltra, flauta Pedro Miguel Garrido, piano Leticia Arrametapongsa, recitado
	11:30 – 14:00	Concierto 2	Dentro del circuito preestablecido: invitado ganador de ENSEMS, RafelFestival o Mostra Sonora.
	17:00 – 18:30	Taller-simposio	“La transversalidad en las artes”: la práctica y reflexión sobre la unión de las artes.
	19:00 – 21:00	Concierto Ganadores	Concierto a cargo de los grupos finalistas y ganador de la edición del concurso de Intérpretes.

<i>4º DÍA (febrero)</i>	HORA	Programa	Descripción
<i>DOMINGO</i>	10:00 – 11:30	Improvisación y <i>performance</i>	Concierto para flautista y pintora. Título: <i>Més enllà del concepte</i>

			Idea original y dirección: Pascual Gassó Ejecutantes: Emilio Oltra, flautista Leticia Arrametaponga, pintora
11:30 – 12:00	Exposición		Exposición del cuadro realizado por la artista plástica L. Arrametaponga.
12:00 – 13:30	Concierto Ganadores		Concierto a cargo de la Orquesta del Conservatori Superior de Música “Salvador Seguí” de Castelló, interpretando las obras finalistas y ganadora del concurso de composición. Director artístico: Miguel Ángel Navarro
13:30 – 14:00	Acto de clausura		Acto solemne de clausura y conclusiones de la edición.

4.3.5. Cronograma de trabajo Línea de Acción 1: Festival Artístico

	Actividad	Duración temporal (meses enero-diciembre)												Quincena					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Primera	Segunda				
PRE FESTIVAL	Diseño del programa del Festival																		
	Diseño de la cartelería, publicidad y marca																		
	Publicidad inscripción y admisión concurso de composición																		
	Publicidad inscripción y admisión concurso intérpretes																		
	Redacción bases concursos																		
	Preparación del presupuesto																		
	Contratación de grupos e intérpretes																		
	Preparación de Actas y formularios de cesión de derechos																		
	Temporalización y creación de programa																		
	Envío de programa																		
	Redacción y envío de invitaciones oficiales																		
	Búsqueda de patrocinio y mecenazgo																		
	Patrocinio de Premios																		
	Gestión de espacios																		
	Convenio con <i>Auditori</i>																		
	Contacto con tribunal especializado y suplentes																		
Redacción y envío de nota de prensa oficial																			
DURANTE FESTIVAL	Publicación ganadores concurso de composición																		
	Publicación de obras finalistas																		
	Concurso de intérpretes (orden inscripción)																		
	Entrega de premios concurso composición																		
	Publicación ganadores concurso de intérpretes																		
	Entrega de premios concurso de intérpretes																		
	Grabación de contenido																		
	Configuración de programa según bajas, si procede																		
	Control de tiempos y horarios																		
	Control de sonido e iluminación																		
POST FESTIVAL	Redacción de actas																		
	Encuesta al público asistente																		
	Estadísticas de asistencia, valoración de contenido, líneas estratégicas perseguidas, obtención de objetivos sobre temática...																		
	Evaluación de participación																		
	Evaluación interna de resultados																		
	Reunión de evaluación de edición																		
	Portal de transparencia: ingresos y gastos																		
	Reunión previa a la redacción de posterior edición: crítica, pensamiento y líneas																		
	Redacción y envío de nota de prensa oficial																		

4.4. Línea de actuación 2: Congreso

4.4.1. Organización

La dirección del *Festival* es la encargada de organizar, programar y adecuar las acciones del congreso. Entre sus acciones tendrán la responsabilidad de crear una temática de reflexión y confeccionar la programación de cada edición.

El congreso contará con una programación repartida en cuatro días, con una totalidad de 20 horas certificables para asistentes y, sobre todo, personal investigador y docente²⁴. Este evento está dirigido a toda persona con perfil investigador o docente, artista y/o público interesado en la materia del congreso.

Se debe tener en cuenta la formalización de inscripciones, recogidas en un formulario telemático. En la inscripción debe constar los datos fiscales del participante y las casillas de verificación y consentimiento para la cesión de datos personales²⁵, cesión de difusión de imágenes generales y, en caso de ser participante ponente, cesión de difusión y reproducción diferida de contenido tanto en audio como por escrito.

4.4.2. Recursos

Recursos Humanos

- **Comisión Ejecutiva:** personal de la Junta Directiva de la Asociación, miembros de la organización y voluntariado; ponentes: conferenciantes – los cuales recibirán una compensación económica por su conferencia–, expertos especialistas en la materia del congreso y comunicadores que presentarán sus actuales investigaciones.
 - **Voluntariado.** Se establecerá un convenio con el Conservatorio Superior de Música “Salvador Seguí” de Castelló para que el alumnado interesado

²⁴ Se tendrá en cuenta la certificación y aval del Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación de Profesorado (INTEF) del Ministerio de Educación y Formación Profesional tal y como consta en la Orden EDU/2886/2011, de 20 de octubre, por la que se regula la convocatoria, reconocimiento, certificación y registro de las actividades de formación permanente del profesorado. Además,

²⁵ Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, publicada en «BOE» núm. 294, de 06/12/2018.

del centro pueda asistir como personal de organización a cambio de una compensación ECTS²⁶.

Recursos Materiales

- **Recursos tecnológicos:** ordenador portátil a disposición de los ponentes, memorias flash (USB) como copia de las comunicaciones recibidas, proyector o equipo de proyección y cables HDMI, USB y USB-C.
- **Recursos varios:** carpetas, bolígrafos y agua para los asistentes y para los ponentes.
- **Recursos físicos.** Para la realización de conferencias se utilizará la Sala Sinfónica para las conferencias y conciertos, la Sala de Prensa para los simposios y talleres, la Sala de Cámara para los paneles de expertos y las mesas de inauguración y clausura, y el mostrador o entrada principal para las recepciones y registro. El taller se realizará en la Sala “Magic Box”. En las pausas se habilitará la cafetería.

No se requiere un espacio físico de trabajo para los organizadores.

Recursos de comunicación

El equipo organizador tendrá a disposición varios canales de WhatsApp y Telegram para la comunicación interna durante el congreso. Para las reuniones previas y organización de equipo se hará uso de las plataformas de videoconferencia Google Meet o FaceTime.

²⁶ Véase Anexo 6. Convenio marco con el Conservatorio Superior de Música de Castelló, pág. 54.

4.4.3. Inscripciones

Las inscripciones tendrán un coste de 90€, habiendo estipulado las bonificaciones según edad, estudios y/o situación especial:

- Investigadores, profesorado y artistas activos: **sin bonificación**
- Ponentes en cualquier panel, mesa o ponencia: **bonificación del 100%**
- Estudiantes, parados y/o jubilados: **bonificación del 50%**
- Personas en riesgo de exclusión, víctimas de terrorismo o refugiados: **bonificación del 100%**

También, tendremos en cuenta el BONO RENFE, una bonificación del 5% para pasajeros de AVE o Larga Distancia que participan o asisten a ferias y congresos.

4.4.4. Programación del congreso

La programación del congreso es orientativa ya que, dependiendo del volumen de recepción tanto de público asistente como de ponentes en comunicaciones, se procederá a cambiar, ampliar o solicitar nuevos horarios. Se presenta la programación de la primera edición bajo el lema “El Pensamiento Transversal de las Artes”. A su vez, las horas programadas están de acuerdo con la normativa vigente de certificación de congresos.

- **Panel de expertos:** mesa de exposición sobre tema pactado con especialistas de las diversas ramas artísticas.
- **Simposio:** espacio de intervención y debate de especialistas sobre tema expuesto, con intromisión del público para preguntas.
- **Comunicaciones:** Las personas inscritas al congreso con perfil investigador presentan sus líneas de investigación o reflexiones sobre investigaciones, tesis o tesinas recientes.
- **Conferencia:** exposición oral de un especialista en materia de investigación.

NOTA: Los posters son comunicaciones visuales expuestas por los autores durante todo el periodo de congreso abierta al público. El foro participativo es un lugar de encuentro para la reflexión común. El taller es una exposición práctica de conocimientos.

1º DÍA	HORA	Programa	Descripción
JUEVES (TARDE)	15:00	Recepción de participantes	Acreditación de la inscripción como miembro activo del congreso.
	16:00 – 16:30	Mesa inaugural	Mesa institucional para inaugurar el Congreso. Parlamentos de autoridades, dirección del <i>Festival</i> y presentación de temáticas y conferencias.
	16:30 – 18:00	Panel de Expertos I.	La transversalidad como fundamento creativo.
	18:00 – 18:30	PAUSA	
	18:30 – 20:30	Simposio I.	Música contemporánea: ¿realidad o márquetin?
	21:00 –	CONCIERTO. <i>A determinar.</i>	Realización de un concierto de música de cámara.

2º DÍA	HORA	Programa	Descripción
VIERNES (MAÑANA)	09:00 – 10:00	Recepción de participantes	Acreditación diaria.
	10:00 – 11:30	Comunicaciones I	Dos sesiones paralelas 20 min. cada una.
	11:30 – 12:30	Panel de Expertos II.	Márquetin, autogestión y emprendimiento.
	12:00 – 12:30	PAUSA	
	12:30 – 14:00	Conferencia I. <i>A determinar.</i>	INVITACIÓN CONFERENCIANTE. Tema culminante del Congreso, de gran relevancia e importancia.
	14:00 – 16:00	PAUSA COMIDA	
VIERNES (TARDE)	16:00 – 16:30	Recepción de participantes	Acreditación diaria.
	16:00 – 18:00	Comunicaciones II	Dos sesiones paralelas 20 min. cada una.
	18:00 – 18:30	PAUSA / Posters	
	18:30 – 20:00	Simposio II.	Nuevas tecnologías en el arte.
	20:00 – 21:00	Panel de Expertos III.	La creación musical en tiempo y forma.
	21:00 –	CONCIERTO. <i>A determinar.</i>	Realización de un concierto de música de cámara.

3º DÍA	HORA	Programa	Descripción
SÁBADO (MAÑANA)	09:00 – 10:00	Recepción de participantes	Acreditación diaria.
	10:00 – 11:30	Conferencia II. <i>A determinar.</i>	INVITACIÓN CONFERENCIANTE. Tema culminante del Congreso, de gran relevancia e importancia.
	11:30 – 12:30	Comunicaciones III	Dos sesiones paralelas 20 min. cada una.
	12:00 – 12:30	PAUSA	
	12:30 – 14:00	Concierto. <i>A determinar.</i>	Realización de un concierto de música de cámara.
	14:00 – 17:00	COMIDA INSTITUCIONAL	
SÁBADO (TARDE)	17:00 – 17:30	Recepción de participantes	Acreditación diaria.
	17:30 – 18:30	Comunicaciones IV	Dos sesiones paralelas 20 min. cada una.
	18:30 – 19:30	Taller.	Ser artista en un mundo global. Gestión de recursos y optimización.
	19:30 – 20:30	Panel de Expertos IV	Nueva conciencia social en la década de los 20 del s. XXI.
	21:00	Acto de Clausura	Parlamento sobre las primeras conclusiones del Congreso. Presentación de la edición consiguiente.

4º DÍA	HORA	Programa	Descripción
DOMINGO (MAÑANA)	10:00	Recepción de participantes	Acreditación diaria.
	10:00 – 14:00	Foro Participativo	Foro de reflexiones, conclusiones del Congreso, aportaciones y demás escritos referidos a la mejora, adecuación y viabilidad de próximas ediciones del Congreso. <i>PROCESO ONLINE.</i>

4.4.5. Cronograma de trabajo Línea de Acción 2: Congreso

Actividad	Duración temporal (meses) ENERO - DICIEMBRE												Agentes implicados				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
PRECONGRESO	Diseño del programa del Congreso																
	Diseño de la cartelería, publicidad y marca																
	Diseño estrategia RRSS																
	Preparación del presupuesto/patrocinio																
	Puesta en contacto con conferenciantes																
	Preparación de Actas, documentos de inscripción, formularios de cesión.																
	Revisión de formularios oficiales																
	Envío público de inscripción y recolección de datos de inscripción																
	Redacción de bases para envío de comunicaciones																
	Recolección de comunicaciones y ordenación temporal																
	Contacto empresa catering/restaurante																
	Temporalización de los actos																
	Convenio con <i>Auditori</i>																
	Búsqueda de voluntariado																

Actividad	Duración temporal (meses)												Agentes implicados				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
DURANTE CONGRESO	Acreditación diaria (firmas asistentes)																
	Preparación de catering, café (pausas)																
	Pruebas informáticas <i>pre</i> ponencias																
	Redacción de actas y grabación de contenido																
	Asistencia logística (material, humana...)																
	Configuración de programa según bajas, si procede																
	Control de tiempos y horarios																
	Moderación de Paneles de Expertos																
	Moderación de Simposios																
	Control de sesiones de Comunicación																

Actividad	Duración temporal (meses)												Agentes implicados				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
POST CONGRESO	Certificados INTEF: envío masivo asistentes																
	Certificados INTEF: envío de actas y programa																
	Redacción de ACTAS																
	Evaluación interna de resultados																
	Reunión de Evaluación de Edición																
	Propuesta de mejora: formularios																
	Portal de transparencia: ingresos y gastos																
	Estadísticas de asistencia, valoración de contenido, líneas estratégicas perseguidas, obtención de objetivos sobre temática...																
	Reunión previa a la redacción de posterior edición: crítica, pensamiento y líneas																

Leyenda: Dirección de Asociación (I), Secretaría de Asociación (II), Gestoría Externa (III), Comisión de Evaluación (IV) y Organización y voluntarios (V).

CAPÍTULO III. ESTUDIOS

5. Estudios de impacto, público y sostenibilidad.

5.1. Impacto y estrategia

La primera edición del *Festival de Música de Nueva Creación* llevará por lema “El Pensamiento Transversal de las Artes”, junto al hashtag *#festNuevacrea*, que acompañará a las publicaciones en redes sociales (RRSS). Este lema surge bajo la mirada crítica hacia la nueva manera de concebir el arte por el arte, sin caer en el arte supremo o arte puro, dando paso a interconectar todas las escenificaciones posibles de representación artística.

Para llevar a cabo la estrategia de publicidad y promoción no se cuenta con un equipo profesionalizado: la propia directiva del *Festival* abrirá diversos perfiles en RRSS y escribirá las noticias.

A su vez, y para publicitar el «Festival Artístico» se contará con una estrategia analógica que consistirá en elaborar cartelería que, también, servirá como publicidad en RRSS.

5.2. De público

Este proyecto persigue la idea de poder crear unos estudios específicos de público que den a conocer el perfil local de gustos, necesidades y carencias. Aunque en la idea inicial se contemple la posibilidad de enfocar una parte del proyecto hacia los estudios estadísticos y gráficos, procederemos a referenciar qué estudios se pretenden y cómo gestionarlos.

La hipótesis anuncia estudios sobre el público local, el público potencial y el público interesado:

	Observaciones	Ejemplo
Público local	Público general de la ciudad.	Aficionados al fútbol; participantes en fiestas locales; miembros de asociaciones culturales...
Público potencial	Miembros de la comunidad cultural.	Abonados al <i>Auditori</i> ; asistentes a conciertos...
Público interesado	Profesionales, educandos; instituciones artísticas y universitarias.	Conservatorios, academias artísticas, socios museos o ateneo, investigadores.

5.3. Sostenibilidad

5.3.1. Colaboraciones

Las colaboraciones participan en la organización y proyección del evento. Se presenta, en el apartado de Anexos, una lista hipotética según sus actividades principales y de desarrollo, que podría tener una implicación real en el proyecto presentado.²⁷

La sostenibilidad del proyecto pende de la formación de una red de entidades colaboradoras que apoyen pública y activamente el *Festival*, atendiendo a los objetivos 11, ciudades y comunidades sostenibles, y 17, alianzas para lograr los objetivos, del plan de Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

El *Festival de Música de Nueva Creación* debe tener en cuenta que la organización, la producción y la ejecución debe estar conjuntamente a la par con las diversas entidades colaboradoras, creando así una alianza que ayude al desarrollo cultural de la ciudad y de la provincia.

²⁷ Véase Anexo 7. Entidades colaboradoras, pág. 55

5.3.2. Presupuesto

La siguiente tabla muestra una estimación de gastos sobre las actividades que conllevan un coste económico.

	Objetivo Específico	Actividad	Importe
Festival Artístico	Premios económicos	Primer Premio Composición	1.500 €
		Segundo Premio Composición	500 €
		Primer Premio Intérpretes	2.000 €
	Impresión de diplomas	Primeros premios, menciones y accésit	60 €
	Contratación de músicos	Presupuesto general para la contratación de actuaciones invitadas	3.000 €
		Concierto 1 , para trío flauta, piano y recitado. - Alquiler de piano: 0€ - Flautista: 375 € - Pianista: 250 € - Recitado: 200 €	(825 €)
		Improvisación y performance , para flauta y pintura. - Flautista: 300 € - Artista: 450 € - Material: 150 €	(900 €)
	Concierto 2 , del circuito	(1275 €)	
Tribunal	Compensación por desplazamiento, dietas y colaboración.	1.500 €	
Congreso	Contratación de ponentes	Dos conferencias	1.000 €
	Catering pausas / Café	Bar <i>a convenir</i>	800 €
	Comida de gala	Restaurante Mac Numm (Alcora, Castellón)	1.400 €
Servicios	Cartelería	Diseño, artista Leticia Arrametapongsa	450 €
		Impresión de cartelería	100 €
	Internet	Publicidad en RRSS	50 €
		Página web: hosting	149.99 €
		Página web: dominio	9.99 €
	Grabación	TV Castelló (servicio gratuito)	0 €
		<i>Estudi Damián Aragó</i>	750 €
Gestora externa	Gestor "Rafael Mateu S.L.". Servicio de gestoría y evaluación externa.	500 €	
Estudios	Gestora externa	Servicios de Portal de Transparencia	150 €
Material fungible	Material Congreso/Festival	Cuadernos, papel y material de escritura (reciclado) /congreso	250 €
		Agua / ambos	200 €
		Kit de prensa: carpeta con logo (reciclado)	140 €
Imprevistos			1.000 €
TOTAL			15.034,98 €

5.3.3. Ingresos, subvenciones y patrocinios

Ingresos por actividades

Ingresos	Actividades cubiertas	Importe
Entrada conciertos	Contratación actuaciones invitadas	1200 localidades a 10 € por persona: 12.000 € Estimación de venta: 500 localidades a 10 € por persona: TOTAL ESTIMADO 5.000 €
Inscripciones al congreso	Resto de actividades propuestas	90 € /pers. Estimación de 80 personas inscritas sin bonificación: 7.200 € Estimación de 65 personas inscritas con bonificación 50%: 2.925 € TOTAL ESTIMADO 10.125 €
Sistema de micromecenazgo <i>Consolat del Mar, CSMC, Casino Antiguo de Castelló.</i>	Premios económicos	Estimación de 500 € por entidad TOTAL ESTIMADO 1.500 €
		TOTAL ESTIMADO 16.625 €

Subvenciones

Este proyecto se presentará a cada una de las subvenciones propuestas, sirviéndose de referencia las partidas destinadas por las entidades emisoras en el ejercicio 2022.

Entidad	Título de la Subvención	Descripción
Gobierno de España. Ministerio de Cultura y Deporte ²⁸	Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.	Ayudas para la internacionalización del sector del arte. Impulsar la proyección exterior de la Cultura Española en el ámbito de la creación. [...] del arte transnacional y los creadores españoles.
Institut Valencià de Cultura (IVC) ²⁹	RESOLUCIÓ de 31 de març de 2022, del president de l'Institut Valencià de Cultura	Por la cual se convocan subvenciones para el fomento de actividades musicales en 2022.
Diputación de Castellón ³⁰	Bases de subvención.	Concreción de las bases por las que se rige la concesión de subvenciones a asociaciones culturales de la provincia de Castellón para la realización de programas culturales.
Fundación <i>Dávalos- Fletcher</i>	Bases y ayudas 2022. Música, artes plásticas y trabajos de investigación.	Convocatoria de concurso público para la concesión de una beca para perfeccionamiento de estudios de música; Ayuda a un proyecto de investigación.

²⁸ Véase Gobierno de España. (2022). *Calendario de próximas convocatorias previstas del Plan de Recuperación (enero-junio 2022)*, p. 31. <https://planderecuperacion.gob.es/ejecucion/calendario-de-proximas-convocatorias>

²⁹ Véase Resolución 20867 de 2022 [Institut Valencià de Cultura]. Por la que se convocan subvenciones para el fomento de actividades musicales para 2022. 07 de abril de 2022. <https://ivc.gva.es/admin/assets/docs/d/o/dogvconvocatoria-fam22.pdf>

³⁰ Véase Diputación de Castellón. (2022). *Concreción bases subvenciones programas culturales 2022*. <https://bop.dipcas.es/PortalBOP/obtenerPdfAnuncio.do?idAnuncio=122992>

Patrocinios

Entidad	Título del Patrocinio	Descripción
Ajuntament de Castelló	Patrocinador del evento	El ayuntamiento carece de subvenciones para este tipo de actividades, por lo que se opta a la petición de un patrocinio por valor de 3.500 €, subsanando los puntos 2 y 5 de la tabla de presupuesto.
Fundació Dávalos-Fletcher	Patrocinador del evento	Se estima la petición de un patrocinio por 750 € para la grabación del evento.
Ajuntament d'Alcora (Castellón)	Patrocinador del evento	Posibilidad de financiación de la Comida de Gala con autoridades: 1.400 €

5.3.4. Pagos

La Asociación Cultural Festival de Música de Nueva Creación obtendrá un CIF el cual podrá ser utilizado para generar facturas. Los músicos invitados que así lo estipulen y los participantes conferenciantes del congreso recibirán su prestación económica por servicios mediante factura, con la sujeción al 15 del IRPF y con un 21% de IVA (a excepción de la conferencia si se mantiene como materia en educación, ya que estaría exento según el artículo. 20, epígrafe. 9, de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido.)

Por otra parte, se entiende que el grupo ganador del concurso, así como los grupos o solistas invitados que así procedan, estarán contratados por la Asociación siguiendo las pautas legales según el Real Decreto-ley 5/2022, de 22 de marzo, por el que se adapta el régimen de la relación laboral de carácter especial de las personas dedicadas a las actividades artísticas, así como a las actividades técnicas y auxiliares necesarias para su desarrollo, y se mejoran las condiciones laborales del sector. Así como también debe aplicarse y deducir las oportunas partes según el Real Decreto 1435/1985, de 1 de agosto, modificado por el artículo segundo, así como el Reglamento General sobre Cotización y Liquidación de otros Derechos de la Seguridad Social, aprobado por el Real Decreto 2064/1995, de 22 de diciembre.

Para liquidar cualquier pago que se haya efectuado en efectivo o sin factura deberá presentarse la justificación en factura reducida o tique y estas se contabilizarán dentro del presupuesto según la partida a cuál corresponda (congreso, servicios, etc.).

CAPÍTULO IV. PLAN DE COMUNICACIÓN

6. Análisis y estrategia de comunicación

6.1. Estrategia de comunicación interna y externa

En lo que se refiere a la comunicación interna, las personas encargadas de la organización se comunicarán entre ellas mediante los canales propios del *Festival*, siendo estos *Telegram* y *Google WorkSpace*; el cual incluye *Google Meet*, *Duo*, *Docs* y *Drive*. No se hará uso de servicios como *WhatsApp* o mensajes por redes sociales por su falta de rigor en privacidad y cifrado, tratándose de códigos cerrados.

Las herramientas a utilizar serán digitales –*Google Ads*, *Facebook Ads* e *Instagram Ads*– así como los códigos QR para la impresión digital del programa. Obviamente, las herramientas actuales digitales, relacionadas con canales de Internet, van a ser prioritarias para la distribución de nuestro Plan de Comunicación.

6.2. Objetivos del plan de comunicación

El objetivo principal del plan de comunicación es ayudar al crecimiento del *Festival* en cuanto a indicadores de impacto, recaudación y asistencia. Para obtener unos objetivos óptimos se hará uso de la herramienta clasificatoria **SMART**. Se proponen cuatro objetivos que serán alcanzables en un período determinado del tiempo:

- **Impacto.** Creación de perfil en Redes Sociales (RRSS) como Facebook, Instagram, TikTok o Twitter, con el fin de aumentar, progresivamente de edición a edición, en un 20% las visualizaciones de los videos de las ediciones anteriores

Este objetivo pretende que el nuevo público conozca aquello que se ha realizado para pasar de ser un público con demanda inexistente o latente en público activo regular.

- **Recaudación.** Incrementar un 5% la venta de entradas online en periodo de pretemporada, dando fuerza a la precampaña de presentación de cada edición del *Festival*; anticipando la venta de entradas de taquilla.

Antes de realizar la venta ordinaria de entradas para la temporada, abriremos la pretemporada con entradas con un coste inferior (entre un 10 y un 15% menos del PVP).

- **Fidelización.** Aumento de la cantera de público activo regular implicado (PARI): promoción de 25 socios por edición, siendo aumentado exponencialmente en cada edición. Previamente a la temporada. Total: 25 altas nueva en la primera edición.

El “socio” o PARI sustenta la programación de calidad y es un agente muy importante a tener en cuenta. El sistema de fidelización debe ser recurrente.

- **Diversificación.** Reducción de la brecha generacional durante la temporada.

Para implicar al público en proceso de desarrollo y que se conviertan en un público latente o activo es necesario reducir el coste de las entradas a menores (-50% PVP) y a grupos adolescentes (-75% a partir de 10 miembros). Esto ayudará a promocionar el festival entre las generaciones más jóvenes.

Como se observa en los objetivos, hay dos tipos de público diferenciado: un público latente, al que se le debe ayudar a comprometerse con el *Festival*, y un público dedicado al cual hay que fidelizar. Por otra parte, debemos tener en cuenta también el perfil de no-público, al cual llegaremos mediante el cumplimiento del objetivo **1. Impacto.**

6.3. Estrategias de comunicación

Para elaborar una correcta estrategia de transmisión del mensaje al público, se lanzarán dos campañas de recogida de datos³¹ basadas en una encuesta pública lanzada en redes sociales, con un rango provincial y a edades comprendidas entre los 15 y los 70 años, con información referida a género, edad, procedencia, nivel de estudios y el canal de información más utilizado. Se omitirán aspectos como aficiones, ya que vamos a priorizar un público interesado a priori con el *Festival*, dando por hecho que han contestado a la

³¹ Véase la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, publicada en el BOE núm. 294, del 6 de diciembre de 2018. Esta ley será referencia para la elaboración de tablas y recolección y protección de los datos.

encuesta por este motivo. La otra encuesta será para el público latente y activo para comprometerlos y fidelizarlos con el *Festival*. Esta encuesta, aunque contenga los ítems de la pesquisa anterior, conllevará a su vez información sobre margen de ingresos, estudios específicos realizados, interés por la cultura (popular, tradicional, culta, nacional...) y la rama artística de preferencia.

Contrastados los datos recolectados, se elabora el mensaje para cada uno de los agentes que queremos implicar:

Público asistente o potencial

Al público potencial o asistente vamos a enviarles información general del Festival con programación, actos y actores que intervienen y demás información de interés referido al programa; con información detallada sobre precios, entradas y posibles promociones y ofertas.

Público general

Tomando por base las estadísticas de las herramientas *ADS* de las redes sociales, se agruparán perfiles según edad y gustos y se les enviarán un folleto ilustrado, con información de programa, sin detalle mínimo y con información suficiente para que muestren interés.

Medios de comunicación

La nota de prensa y los anuncios ilustrados a modo de imagen interactiva (RRSS) son la opción más cercana, acertada y económica para realizar una campaña de comunicación en medios. Con las notas de prensa se puede establecer una noticia real, firme y sin fisuras, con información exacta que permita a los diversos periódicos o medios realizar una crónica.

Instituciones

Las instituciones como ayuntamientos, delegaciones de cultura, diputaciones, compañías de teatro, escuelas de arte y demás, deben tener la información detallada y técnica de todo aquello que se va realizar, entregándoles un dossier que aporte conocimientos sobre la programación, las obras, los agentes involucrados; incluso, a poder ser, entrevistas y datos

técnicos de montaje. Los conservatorios, espacios de arte contemporáneo y demás academias y/o instituciones artísticas son las que por excelencia nos permitirán darnos a conocer y construir, incluso, una cantera de nuevos programados y agentes activos.

Patrocinadores, colaboradores, responsables económicos.

A los patrocinadores y demás agentes implicados en la parte económica debemos hacerles llegar información detallada sobre el programa y el presupuesto de cada obra: cachés, montaje, sonido e iluminación... También, deben recibir una aproximación de los gastos generales y de la previsiva de ganancias y beneficios. A los agentes económicos no les interesa la parte artística ni de promoción, pero sí de mercadeo, las estrategias para conseguir público activo y las remuneraciones por las entradas.

Canal

El canal que se empleará para las comunicaciones será digital, haciendo uso del correo electrónico para el envío masivo de información. Se descartan, por ejemplo, canales de transmisión digital como las *webinars* –o *banners* publicitarios– ya que hoy en día existe una gran transmisión de publicidad en las páginas webs y, a su vez, cada vez hay más bloqueadores de publicidad. El mensaje para cualquiera de los agentes debe ser conciso y claro y tendrá como núcleo el lema “El Pensamiento Transversal de las Artes”. Para las instituciones, el lema debe ser transmitido como objeto de querer mejorar la sociedad hacia un camino más ético, comunitario y enriquecedor, que atienda a la diversidad local.

CAPÍTULO V. DISPOSICIONES FINALES

7. Resultados esperados

En las dos líneas de acción se establecen herramientas de evaluación periódica y continua que definirán los resultados de manera clara y concisa, atendiendo a las necesidades establecidas y sirviendo de guía para posibles mejoras y adecuaciones de todas las partes del proyecto.

Los resultados esperados para la línea de actuación 1: «Festival Artístico» son positivos y se han considerado las estimaciones oportunas, dentro de los planes de ingresos y programación, para crear un entorno teórico real que se adecue a una posible competencia sostenible práctica. El «Festival Artístico» se considera que alcanzará una repercusión tanto nacional como internacional, atendiendo a la colaboración con las entidades propuestas para conseguir la proyección necesaria. Además, las previsiones de participación por parte de compositores y compositoras, nacionales e internacionales, y de los intérpretes, para los concursos de composición e interpretación van a ser superadas, advirtiendo la poca oferta que existe dentro del campo de la música conceptualmente contemporánea y la escasa promoción de concursos de índole contemporáneo más allá de los concursos de escritura tonal dentro de los cánones estéticos clásicos. Por otra parte, los conciertos que se ofrecen y la programación son de calidad y profesional.

Por otra parte, se espera una respuesta favorable de participación para la línea de actuación 2: «Congreso». Esta línea de acción se ha diseñado atendiendo a la falta de espacios para debatir y consensuar nuevas líneas de actuación musical; dando opción a crear nuevas corrientes artísticas de pensamiento y creación. Aditivo a ello, en la provincia de Castellón no existe ningún evento similar que resista la contumaz política cultural actual.

8. Conclusiones

La sociedad camina hacia el individualismo colectivo: las personas se agrupan bajo premisas y gustos individuales, abandonando la idea de cooperación colectiva, moviéndose ante la necesidad propia y dejando de lado las insuficiencias grupales. Este camino es un hecho –cada día más agravado por el uso de las redes sociales– y, sobre todo los artistas, deben estar a la vanguardia del movimiento social.

El *Festival de Música de Nueva Creación* es una necesidad empírica dentro de la comunidad musical: los compositores necesitan más lugares –fuera del elitista círculo actual– que les permita experimentar, mostrar y consensuar nuevos caminos artísticos, hacia nuevas sonoridades; romper el papel, literalmente, y expresar las críticas, sentimientos y necesidades transversalmente junto a todas las disciplinas artísticas a su alcance. El *Festival* aporta un nuevo espacio de cohesión y consenso artístico, pero también de pensamiento y deliberación constante.

A fin de acabar con la descentralización cultural, el metaproyecto presentado realiza la labor de espaciar geopolíticamente los circuitos ya establecidos y agrandar la propuesta de la cultura sostenible, dando valor a todo el territorio y visibilizando las ciudades con menos protagonismo. En función de lo planteado, el *Festival de Música* conllevará una nueva visión cultural e investigadora o, al menos, intervendrá la perspectiva actual.

FUENTES Y RECURSOS DE CONSULTA

Legislación y jurisprudencia

Decreto 181/2002, de 5 de noviembre, del Gobierno Valenciano, por el que se crea el Registro Autonómico de Asociaciones de la Comunidad Valenciana. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 4375, de 11 de noviembre de 2002, 27933 – 27934. https://dogv.gva.es/datos/2002/11/11/pdf/2002_F12159.pdf

Ley 14/2008, de 18 de noviembre de 2008, de la Generalitat, de Asociaciones de la Comunitat Valenciana. *Diari Oficial de la Comunitat Valenciana*, 2008/13709, de 25 de noviembre de 2008, 87872 – 87892. https://dogv.gva.es/datos/2008/11/25/pdf/2008_13709.pdf

Ley 14/2008, de 18 de noviembre de 2008, de la Generalitat, de Asociaciones de la Comunitat Valenciana. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 5900, de 25 de noviembre de 2008, 2008/13709. <https://dogv.gva.es/va/eli/es-vc/l/2008/11/18/14/>

Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido. *Boletín Oficial del Estado*, 312, de 29 de diciembre de 1992, 44247 – 44305. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1992-28740>

Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas. *Boletín Oficial del Estado*, 236, de 02 de octubre de 2015, sec. I, 89343 – 89410. <https://www.boe.es/boe/dias/2015/10/02/pdfs/BOE-A-2015-10565.pdf>

Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, Reguladora del Derecho de Asociación. *Boletín Oficial del Estado*, 73, de 26 de marzo de 2002, 11981 – 11991. <https://www.boe.es/boe/dias/2002/03/26/pdfs/A11981-11991.pdf>

Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. *Boletín Oficial del Estado*, 295, de 06 de diciembre de 2018, 119788 – 119857. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2018/BOE-A-2018-16673-consolidado.pdf>

Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. *Boletín Oficial del Estado*, 294, de 6 de diciembre de 2018, 119788 – 119857. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2018/12/05/3>

Real Decreto 1435/1985, de 1 de agosto, por el que se regula la relación laboral especial de los artistas en espectáculos públicos. *Boletín Oficial del Estado*, 194, de 14 de agosto de 1985, 25797 – 25799. <https://www.boe.es/eli/es/rd/1985/08/01/1435>

Real Decreto 2064/1995, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento General sobre Cotización y Liquidación de otros Derechos de la Seguridad Social. *Boletín Oficial del Estado*, 22, de 25 de enero de 1996, 2295 – 2323. <https://www.boe.es/eli/es/rd/1995/12/22/2064>

Real Decreto-ley 5/2022, de 22 de marzo, por el que se adapta el régimen de la relación laboral de carácter especial de las personas dedicadas a las actividades artísticas, así como a las actividades técnicas y auxiliares necesarias para su desarrollo, y se mejoran las condiciones laborales del sector. *Boletín Oficial del Estado*, 70, de 23 de marzo de 2022, 37421 a 37435. <https://www.boe.es/eli/es/rdl/2022/03/22/5>

Recursos de aprendizaje Universitat Oberta de Catalunya

Dunnet, H. (2012). CRM: la elección estratégica [recurso de aprendizaje]. *ASIMETRICA*, 6, 5 – 8. <https://ra.biblioteca.uoc.edu/prestatgeries/articles/protégits/M7210/77808.pdf>

Martinell Sempere, A. (2001). Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural. Elaborar un proyecto cultural. <https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/en/ereader/uoc/52209>

Merin, C. (s.f.) *Claves de la comunicación en internet y redes sociales* [transcripción] Campus virtual de la UOC. https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/niu.materials/transcripciones_pdf/77810.pdf

Nicolle, S. (2021). ¡Confía en mí: soy de marketing! [recurso de aprendizaje]. *ASIMETRICA*, 6, 9 – 13. <https://ra.biblioteca.uoc.edu/prestatgeries/articles/protégits/M7210/77808.pdf>

Plan de Comunicación. (s.f.). *Apoyo PEC_4* [recurso de aprendizaje]. Campus Virtual de la UOC. <https://cutt.ly/QJvQoUf> [link acertado]

Zapata, P. (2020). *Els públics de la cultura* [video]. Campus virtual de la UOC. https://materials.campus.uoc.edu/cdocent/PID_00272518/

Recursos de consulta general

Agència Valenciana d'Avaluació Prospectiva. (2015). *Estudio de prospectiva. Provincia de Castellón*. <http://avap.es/wp-content/uploads/2015/04/Estudio%20Prospectiva%20Castellon.pdf>

Ariño, A.; Llopis, R. (2017). *La participación cultural en la Comunidad Valenciana. Encuesta 2017*. <https://ovc.gva.es/documents/165968422/165968492/La+participación+cultural+en+la+CV.pdf/a02f267f-4a56-4794-8330-7d0b1ebf1cf5>

Ariño, A.; Llopis, R. (2017). *Las prácticas culturales en la Comunidad Valenciana*. <https://ovc.gva.es/documents/165968422/165968492/Las+prácticas+culturales+en+la+Comunidad+Valenciana/f3583b36-dcee-4238-afb5-0493c372dfbe>

Ayuntamiento de Castellón. (2009). *Análisis de la situación actual. Plan Castellón avanza 2009-2015*. https://www.castello.es/archivos/934/Castellon_Avanza_21.pdf

Castelló. (2021). *Presupuestos. Cultura*. <https://onvanelmsmeusimpostos.castello.es/es/politicas/33/cultura#view=functional&year=2020>

Champeil-Desplats, V. (2010). El derecho a la cultura como derecho fundamental. *Revista Electrónica Iberoamericana*. Centro de estudios de Iberoamérica, vol. 4 (1), 2010, 99 – 116. https://www.urjc.es/images/ceib/revista_electronica/vol_4_2010_1/REIB_04_10_Veronique.pdf

Colomer, J. (2011). La gestión de públicos culturales en una sociedad tecnológica. *Periférica*, 1 (12), 113 – 131. <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/1645/1607>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2017). *Estado de la cultura y de las artes*. https://conca.gencat.cat/web/.content/arxiu/publicacions/informe_anual_2017/InfAnualCoNCA_2017_CAS_web.pdf

División de Estadística y Estudios. Secretaría General Técnica del Ministerio de Cultura y Deporte. (2019). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2018-2019*. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:1712f192-d59b-427d-bbe0-db0f3e9f716b/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2018-2019.pdf>

El Mundo. (2019, 16 de enero). *Crece un 130% los espectadores del Teatro Principal de Castellón reflejo de la calidad de su programa*. <https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/castellon/2019/01/16/5c3f88c0fc6c83ea288b45e1.html>

García, M. (2016). Propuesta de un modelo de comunicación para proyectos culturales a través de gabinetes de prensa. *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 3, 3, 75-96. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/69621/5687-19115-1-PB.pdf?sequence=1>

Institut Valencià de Cultura – IVC. (2018, 20 de septiembre). *Programación 2018-2019 IVC Castellón*. <https://ivc.gva.es/es/ivc/programacion-2018-2019-ivc-castellon>

Institut Valencià de Cultura – IVC. (2018). *Programació a la Ciutat de Castelló*. <https://ivc.gva.es/admin/assets/docs/p/r/programa-ivc-t4-castelloweb.pdf>

Kirilova, F. (2020). *La eficacia de la publicidad en las redes sociales* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de Cartagena] <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/8485/tfg-kiri-efi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lacasa-Mas, I.; Villanueva-Benito, I. (2012). Actualización de la ópera y sus nuevos modelos de comunicación digital. *El profesional de la información*, 21, 4, 413 – 418. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2012.jul.14/17908>

López, B. (2018, 4 de junio). *Reflexión sobre la comunicación del arte escénico*. <https://lalocomotora.es/reflexion-sobre-la-comunicacion-del-arte-escenico/>

Moreno, I.; Dávila, J. R. (s.f). *Guía para elaborar un Plan de Comunicación Transmedia en el ámbito de las organizaciones culturales*.
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/45475/1/PlanComunica.pdf>

Naciones Unidas. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>

Newberry, C.; Contreras, N. (2019, 7 de agosto). *La guía completa para mercadólogos*.
<https://blog.hootsuite.com/es/publicidad-en-redes-sociales/#3>

Noguer, E.; Sáez, À. (2018). Los estudios de público como herramienta de gestión de los museos: el caso del Museo Picasso de Barcelona. *International journal of scientific management and tourism*, 4 (1), 333 – 348.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6358767>

Pérez, E. (2008). El estado de la cuestión de los estudios de público en España. *MUS-A: Revista de los Museos de Andalucía*, (10), 20 – 30.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2766333>

Pérez, L. (2018). *Estudio sobre públicos y museos*.
<http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:410f7f0a-75b2-4661-879d-fl122de3c86b/publicos-y-museosiii-leticia-castellanos-redu.pdf>

Quero, M. J. (s.f). *La comunicación cultural*. Manual Atalaya.
<http://atalayagestioncultural.es/capitulo/comunicacion-cultural>

Silvia Silva Comunicación. (2020, 19 de febrero). *Plantilla: plan de comunicación para proyectos H2020*. <https://silviasilvacomunicacion.com/plantilla-plan-de-comunicacion-h2020/>

Sociedad General de Autores y Editores. (2020). *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2020*. <http://www.anuariosgae.com/anuario2020/frames.html>

Tur-Viñez, V.; Montessart-Gauchi, J. (2015). El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones. *Razón y palabra. Primera revista electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación*, 88, diciembre 2014 – febrero 2015.
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_VinesGauchi_V88.pdf

Páginas web y redes sociales

Festival ENSEMS. (2021). *ENSEMS. Illes, refugis, paradisos...* <https://ensems.ivc.gva.es>

Mostra Sonora. (2021). *Mostra Sonora de Sueca* [Facebook].
<https://www.facebook.com/Mostra-Sonora-1078677205510482/>

RafelFestival. (2021). *RafelFestival. Festival de Música Contemporánea.*
<https://rafelfestival.com>

Sonora. (2021). *Circuit Sonora.* <https://circuitsonora.com>

Recursos físicos de consulta

Forn, M; Pascual, J.M. *La planificación estratégica territorial: aplicación a los municipios.*
Institut d'Edicions de la Diputació de Barcelona.

Anexo 1. Tabla DAFO. Análisis.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Arranque de primera edición. - Presupuesto para las dos líneas. - Bajo índice previo de público. - Agenda local saturada de actividades. - Primer alcance provincial, nacional e internacional. - Sin prestigio de marca. - Inscripción para el congreso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diversos festivales de índole musical. - Nueva propuesta <i>FestMus</i> del CSMC - Ofertas de festival de otras provincias.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Novedad de la primera edición. - Lugar de desarrollo: <i>Auditori</i> - Música como arte vertebradora: transversalidad de las artes. - Convenios con instituciones y entidades. - Objetivos de Desarrollo Sostenible. - Experiencia en gestión de congresos y festivales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Campo de acción inerte. - Concurso de composición único. - Espacio de creación para artistas emergentes. - Becas en investigación. - Premios por concurso. - Espacio de pensamiento, debate e investigación. - Mejora de la calidad cultural local y provincial. - Apoyo institucional.

Anexo 2. Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Producido en colaboración con TROLLBÄCK & COMPANY | TheGlobalGoals@trollback.com | +1.212.529.1010
Para cualquier duda sobre la utilización, por favor comuníquese con: dpcampa@un.org

Imagen 2. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Agenda 30. Fuente: Naciones Unidas.

Los ODS que se persiguen con el presente proyecto son:

- **ODS 4. Educación de Calidad.**

Una de las líneas de acción del Festival es la creación de un espacio de debate y coloquio, siendo este denominado como «Congreso». Este espacio potenciará la investigación, las comunicaciones, simposios y ponencias que contribuyan al desarrollo educativo de los asistentes. A su vez, otra de las líneas de acción denominada como «Festival Artístico» promocionará a las nuevas generaciones de intérpretes o compositores y compositoras, y ofrecerá un programa cultural organizado en conciertos para un público universal.

- **ODS 5. Igualdad de Género.**

Atendiendo al principio de igualdad entre las personas, con el presente proyecto se pretende romper la brecha de género y potenciar el papel de las mujeres en el ámbito compositivo, interpretativo y/o artístico.

- **ODS 10. Reducción de las desigualdades.**

Existe la desigualdad y la falta de oportunidades para muchas personas: bien sea por falta de recursos (tecnológicos, económicos...) o por su género, raza o religión. El proyecto presentado codicia acabar con la discriminación, creando una red de colaboraciones y proyecciones internacionales que den cabida universal de oportunidades.

- **ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.**

En cuanto a sostenibilidad se refiere, las ciudades adoptan planes de acción para reducir la contaminación, romper las brechas de desigualdad y potenciar las transiciones hacia un nuevo escenario tecnológico y moderno más ecológico y sostenible. Aunque, carecemos de métodos gubernamentales de creación de programas culturales sostenibles y viables para un público universal. Actualmente, los programas culturales no pueden definirse como diversos, ya que, aun hoy, se requiere de programaciones específicas para visibilizar y normalizar algunos colectivos, género o etnología.

- **ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.**

La promoción por construir sociedades justas, pacíficas e inclusivas, como se acoge en la teorización de este ODS por la ONU, es requisito indispensable de implementación para la viabilidad de nuestro proyecto. La cultura, el arte, puede remover y permutar ideas o pensamientos, cediendo ante los cambios geopolíticos y propiciando cambios en la sociedad. La labor y obligación de los agentes culturales involucrados en nuestra sociedad debe regirse por moldear un camino hacia una sociedad universal mejor y adaptada a la diversidad y la inclusión.

- **ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.**

Cabe tener en cuenta cómo se va a financiar el proyecto presentado. Teniendo en cuenta los principios sostenibles en los que se basa el *Festival de Nueva Creación*, las colaboraciones económicas, patrocinios y mecenazgos privados deben contribuir a la creación de una red sostenible y establecer asociaciones inclusivas. Esta medida, aún más importante si cabe después de la recesión económica mundial debida a la crisis sanitaria de la COVID19, ayudará a paliar los efectos de la contracción de la economía mundial del 3% (ONU, 2020).

Anexo 3. Gráficos.

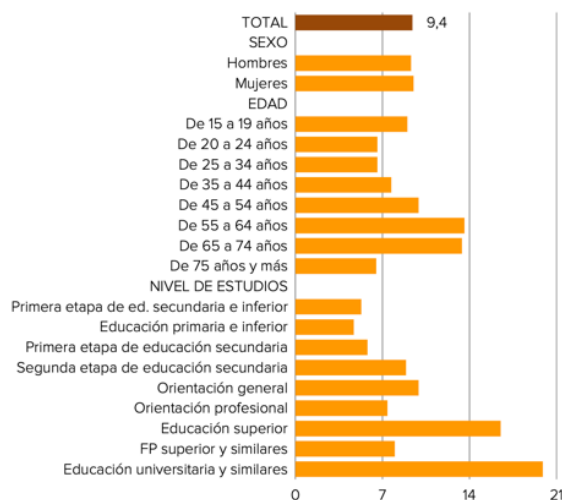


Gráfico 1. Gráfico 40. Personas según la asistencia a conciertos de música clásica en el último año (2019). Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte, pp. 51.

	Total	Hombre	Mujer	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 45 años
Pop, rock	57,3	58,5	56,2	73,2	69,5	67,9
Melódica, cantautor/a	32,7	26,5	38,7	32,8	18,5	23,0
Alternativa	22,8	22,8	22,8	43,5	35,2	33,8
Salsa y música latina	21,8	20,5	23,0	17,7	14,9	
Electrónica	16,9	16,6	17,1	37,2	26,4	23,0
Folk, tradicional y músicas del mundo	16,5	15,4	17,6	11,0	8,0	15,9
Jazz, blues, country	15,4	17,8	12,9	16,8	9,1	16,6
Soul, funk, rythm and blues	13,4	14,5	12,3	17,9	8,9	17,7
Bandas sonoras	12,8	14,1	11,6	16,1	17,5	13,5
Clásica, sinfónica y orquesta	12,7	12,3	13,1	9,4	7,7	10,3
Hard, heavy	11,6	15,6	7,8	21,8	22,5	14,4
Hip-hop	11,6	12,0	11,3	36,8	21,0	16,7
Flamenco	10,5	6,9	14,0	12,0	20,5	6,9
Ópera y zarzuela	4,7	2,5	6,8	2,5	3,3	1,8
Infantil	2,7	,6	4,8	0,7	1,5	8,6
Música coral o góspel	1,9	1,0	2,7	0,7	0,2	2,2
Música de cámara	1,8	1,5	2,1	0,0	0,3	0,9
Otros	11,8	13,0	10,7	15,0	10,5	15,3
Ns/Nc	3,7	4,8	2,7	0,0	1,4	0,6
Total	100	100	100	100	100	

Gráfico 2. Tabla 6.3. Los géneros musicales preferidos por sexo y edad. Fuente: La participación cultural en la Comunidad Valenciana, p. 111

	2011	2015
Música en general	7,5	7,3
Conciertos de música clásica	5,1	4,8
Conciertos de música actual	6,4	6,1
Escuchar música	7,6	7,5

Gráfico 3. Tabla 2. Evolución del interés por la música clásica en la Comunidad Valenciana (2011-2015). Fuente: **Las prácticas culturales en la Comunidad Valenciana, pp. 48**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
TOTAL	14.400	14.636	14.972	15.424	15.776	16.249
ANDALUCÍA	2.028	1.990	1.977	1.960	1.963	1.993
ARAGÓN	571	619	637	666	678	701
ASTURIAS	213	257	306	328	336	350
ILLES BALEARS	302	304	317	381	393	404
CANARIAS	203	231	254	289	309	325
CANTABRIA	211	217	226	250	262	279
CASTILLA-LA MANCHA	355	325	327	340	352	362
CASTILLA Y LEÓN	1.035	1.067	1.083	1.123	1.157	1.194
CATALUÑA	1.886	1.913	1.949	1.862	1.849	1.881
COM. VALENCIANA	2.384	2.388	2.412	2.462	2.519	2.574
EXTREMADURA	82	95	109	133	141	156
GALICIA	1.136	1.150	1.154	1.186	1.212	1.245
LA RIOJA	65	79	78	109	123	138
MADRID	2.005	2.054	2.090	2.197	2.261	2.333
MURCIA	199	205	225	248	256	269
NAVARRA	379	419	457	478	496	513
PAÍS VASCO	1.343	1.316	1.358	1.396	1.451	1.511
CEUTA Y MELILLA	3	7	13	16	18	21

Gráfico 4. Tabla 8A. Conciertos de música clásica (por CC.AA.). 2014-2019). Fuente: **SGAE. Anuario de las Artes escénicas, musicales y audiovisuales, p. 20**

Géneros	2011	2015
Orquesta sinfónica	66,1	45,0
Grupo de cámara	5,2	10,7
Coro o grupo vocal	5,2	13,7
Solista	5,2	1,5
Recital lírico	3,5	0,8
Otros	14,8	28,3
Total	100	100

Gráfico 5. Tabla 5. Géneros de los conciertos de música clásica a los que se asiste en la Comunidad Valenciana (2011-2015). Fuente: **Las prácticas culturales en la Comunidad Valenciana, pp. 53**

	TOTAL	CONCIERTOS DE PAGO	CONCIERTOS GRATUITOS
2014			
Conciertos	7.350	2.609	4.741
Asistentes	1.788.887	884.869	904.018
Recaudación	12.932.807	12.932.807	
2015			
Conciertos	7.475	2.689	4.786
Asistentes	1.829.639	914.134	915.505
Recaudación	13.298.690	13.298.690	
2016			
Conciertos	7.574	2.747	4.827
Asistentes	1.863.113	937.542	925.571
Recaudación	13.605.552	13.605.552	
2017			
Conciertos	7.754	2.896	4.858
Asistentes	1.997.910	1.054.074	943.836
Recaudación	15.159.620	15.159.620	
2018			
Conciertos	7.921	3.000	4.921
Asistentes	2.042.902	1.087.705	955.197
Recaudación	15.684.661	15.684.661	
2019			
Conciertos	8.090	3.101	4.989
Asistentes	2.102.573	1.127.226	975.347
Recaudación	16.202.033	16.202.033	

Gráfico 6. Tabla 18A. Música de cámara y solistas. Evolución de los principales indicadores. 2014-2019. Fuente: SGAE. Anuario de las Artes escénicas, musicales y audiovisuales, p. 38

	Total	H	M
Precio	47,5	46,7	48,3
Falta de tiempo	36,5	36,5	36,5
Falta de interés	26,1	28,8	23,5
Prefiero hacer otras cosas en el tiempo libre	15,9	18,8	13,1
Falta de información	13,7	12,9	14,4
Tengo responsabilidades familiares (cuidar niños/as o mayores)	10,7	9,3	12,0
La oferta próxima no es de mi interés	10,6	11,7	9,5
Falta de oferta	10,5	11,3	9,6
La oferta existente es de baja calidad	9,0	12,5	5,7
Falta de oferta próxima (menor a 30 minutos)	9,0	6,5	11,4
Los horarios no me van bien	7,4	4,1	10,6
No tener nadie con quien ir	6,6	3,8	9,3
Problemas de movilidad o de salud	6,5	4,5	8,4
No tener conocimientos suficientes	2,7	2,9	2,6
Falta de oferta para familias	2,6	1,9	3,4
Lo hago por Internet mediante descargas on line	1,4	1,4	1,3
Lo hago por Internet mediante plataformas de pago	0,6	1,1	0,0
Otros	2,6	3,6	1,6
Ns/Nc	2,6	2,4	2,8
Total	100	100	100

Gráfico 7. Tabla 6.7. Los motivos del nivel de participación por sexo. Fuente: La participación cultural en la Comunidad Valenciana, p. 117

Anexo 4. Auditori i Palau de Congressos de Castelló.



Imagen 3. Auditori i Palau de Congressos de Castelló. **Fuente:** Reinhold Möller



Imagen 4. Auditori i Palau de Congressos. Castelló de la Plana, Castellón. **Fuente:** wikiarquitectura.com



Imagen 5. Interior del Auditori i Palau de Congressos. Sala principal de conciertos. **Fuente:** Universitat Politècnica de València

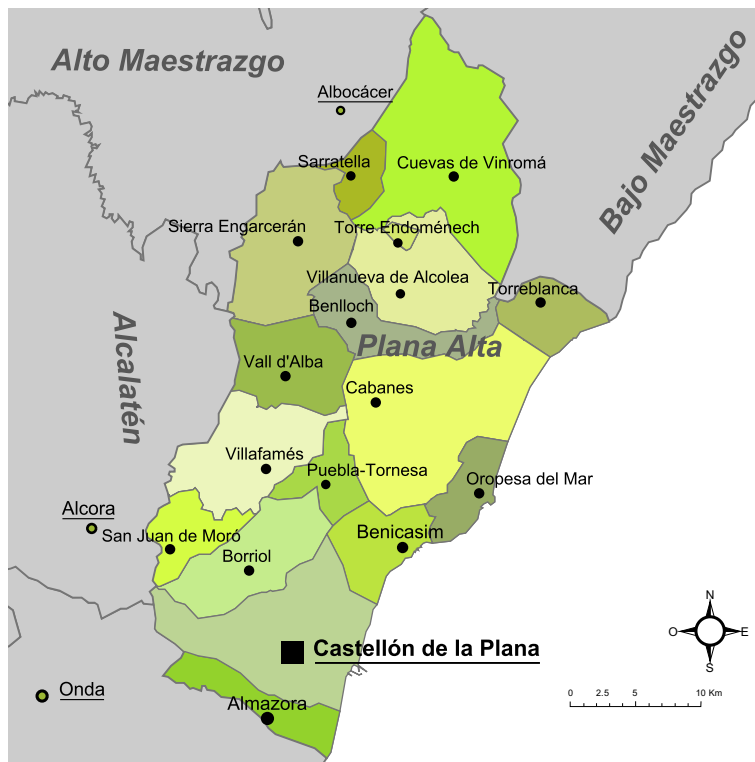
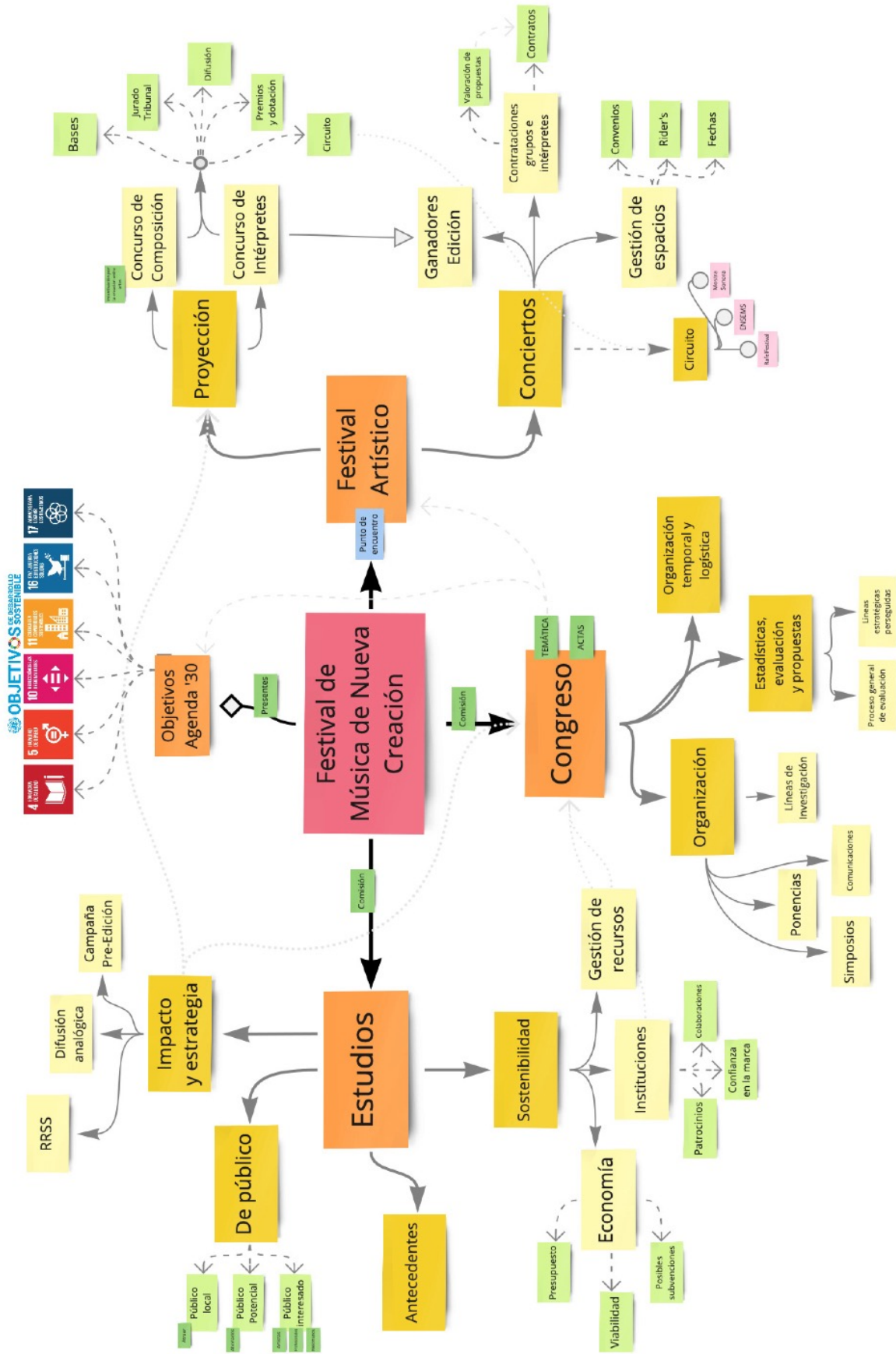


Imagen 6. Mapa de la comarca de la Plana Alta, provincia de Castellón. **Fuente:** Vicente i Sempere, M.

Anexo 5. Mapa conceptual.



Anexo 6. Convenio marco con el CSMC.

Convenio Marco de Colaboración entre el Festival de Música de Nueva Creación y el Conservatorio Superior de Música “Salvador Seguí” de Castelló.

Castelló de la Plana, **FECHA** de 2022

De una parte, D. JOSÉ PASCUAL GASSÓ GARCÍA, en su condición de Director de la Asociación Cultural Festival de Música de Nueva Creación, con domicilio social en Castelló de la Plana, **DIRECCIÓN FISCAL** y con CIF.- **CIF/NIF**, actuando en nombre y representación de la misma, en ejercicio de las atribuciones que le confiere la Ley Orgánica 1/2002 de Asociaciones, y expresamente facultado para la firma de este Convenio, a través del Acuerdo de la Asamblea **FECHA REUNIÓN**

Y de otra parte, D. **NOMBRE DIRECCIÓN CONSERVATORIO**, Director del Conservatorio Superior de Música “Salvador Seguí” de Castelló con CIF.- **CIF**, y domicilio en Calle Marqués de la Ensenada, 34-36, que actúa en nombre, actuando en nombre y representación de la misma, legitimado para este acto en virtud del artículo N° **ARTÍCULO** de los Estatutos del Conservatorio Superior de Música de Castelló. Ambos representantes, reconociéndose mutuamente capacidad jurídica suficiente, suscriben el presente documento y, al efecto:

EXPONEN

PRIMERO. - Que la Ley 14/2011, de 1 de junio, de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación constituye un marco de referencia para promover la colaboración de los organismos públicos de investigación y las instituciones públicas, con el fin de dar una respuesta eficaz a las exigencias del cambio tecnológico.

SEGUNDO. - Que el Decreto 176/2014, de 10 de octubre, del Consell, por el que regula los convenios que suscriba la Generalitat y su registro [2014/9268] constituye el marco de referencia para creación de convenios con entidades propias de dicha Conselleria, siendo el organismo ISEACV, de convenio con lo dispuesto en la Ley 8/2007, de 2 de marzo, de la Generalitat, de ordenación de centros superiores de enseñanzas artísticas y de la creación del Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de la Comunitat Valenciana.

TERCERO. - Que la Asociación Cultural Festival de Música de Nueva Creación es una entidad cultural sin ánimo de lucro declarada de utilidad pública y constituida por un grupo de artistas y gestores culturales, que tienen como objetivo promover la nueva creación y la interdisciplinariedad, así como la transversalidad de las artes y dar cabida a las diversas disciplinas artísticas y a todos los profesionales que se quedan fuera del circuito expositivo tradicional.

CUARTO. - Que por todo lo anterior ambas partes consideran conveniente acrecentar su vinculación en los campos de la docencia, la investigación y la cooperación, y la cultura, estableciendo para ello los instrumentos adecuados.

Cláusulas

Primera. *Objeto del convenio*

Segunda. *Modalidades de colaboración*

Tercera. *Establecimiento de la colaboración*

Cuarta. *Recursos humanos: voluntariado alumnado*

Quinta. *Comisión de evaluación y seguimiento*

Sexta. *Vigencia del convenio marco*

Séptima. *Cláusulas de modificaciones, resolución*






Octava. *Protección de datos de carácter personal*

Y estando las partes de acuerdo en el contenido de este documento, y para que así conste y en prueba de conformidad, se firma el mismo por en duplicado ejemplar.

FECHA. La presidencia del FESTIVAL: **NOMBRE**

FECHA. La dirección del Conservatorio Superior de Música de Castelló: **NOMBRE**

Anexo 7. Entidades colaboradoras

Entidad	Logo	Actividad principal
Conservatori Superior de Música "Salvador Seguí" de Castelló		Centro Superior de Enseñanzas Artísticas de Música. Centro de investigación.
Espai d'Art Contemporani de Castelló		Espacio de exposición itinerante de arte visual y sensorial.
Real Casino Antiguo de Castellón		Entidad privada de Castellón que promueve actividades culturales propias de la ciudad.
Auditori i Palau de Congressos de Castelló		Entidad que cede el espacio de intervención.
ITAMAR. Revista de Investigación Musical.		Revista de Investigación Musical vinculada a la Universitat de València.
Asociación Cultural Internacional Bocetos en Creación		Asociación internacional que promueve la interdisciplinariedad artística, el papel de la mujer artista y los valores éticos de la cultura.
Sociedad por la Educación Musical del Estado Español (SEM-EE)		Sociedad nacional integrante de la <i>Internacional Society of Music Education</i> .
ArtsEduca: revista de investigación del UJI		Revista de investigación musical alojada en la Universitat Jaume I.
Federación Nacional de Estudiantes de Música - FNESMUSICA		Federación nacional española de estudiantes de conservatorios superiores de música.

ANEXO 8. Marca Festival 1ª Edición: océanos y orígenes.



Imagen 7. Hipotética marca de la primera edición del Festival. Fuente: propia.