

Treball de Fi de Grau

Títol

Creació de la guia digital
“Raíces, cultura y mucha fiesta. Un viaje por las festividades españolas”

Autoria

Noa Ruiz Vega

Professorat tutor

David Rull Ribó

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	
Comunicació Interactiva	
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

Del 10 al 13 de juny de 2025	X
De l'1 al 2 de setembre de 2025	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Creació de la guia digital “Raíces, cultura y mucha fiesta. Un viaje por las festividades españolas”			
Castellà:	Creación de la guía digital “Raíces, cultura y mucha fiesta. Un viaje por las festividades españolas”			
Anglès:	Creation of the digital guide "Roots, culture and lots of partying. A journey through Spanish festivities"			
Autoria:		Noa Ruiz Vega		
Professorat tutor:		David Rull Ribó		
Curs:	2024/25	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	X
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Guia digital, festivitats, Espanya, joves, cultura i viatges
Castellà:	Guía digital, festividades, España, jóvenes, cultura y viajes
Anglès:	Digital guide, festivities, Spain, young people, culture, travel

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	El projecte <i>Fiestas con raíces</i> presenta la guia digital “ <i>Raíces, cultura y mucha fiesta. Un viaje por las festividades españolas</i> ”, creada per conèixer Espanya a través de les seves festivitats i pensada especialment per a un públic jove. La guia inclou una pàgina web i xarxes socials, amb informació sobre què s’hi fa, la història, curiositats, recomanacions i opcions assequibles de transport, allotjament i gastronomia. L’objectiu és promoure un turisme festiu, cultural i responsable, apropant el patrimoni immaterial del país a les generacions més joves i fomentant la connexió amb les arrels i la diversitat del territori.
Castellà:	El proyecto <i>Fiestas con raíces</i> presenta la guía digital “ <i>Raíces, cultura y mucha fiesta. Un viaje por las festividades españolas</i> ”, creada para conocer España a través de sus

	festividades y pensada especialmente para un público joven. La guía incluye una página web y redes sociales, con información sobre qué se hace, historia, curiosidades, recomendaciones y opciones asequibles de transporte, alojamiento y gastronomía. El objetivo es promover un turismo festivo, cultural y responsable, acercando el patrimonio inmaterial del país a las generaciones más jóvenes y fomentando la conexión con las raíces y la diversidad del territorio.
Anglès:	“Parties with roots” project presents the digital guide, "Roots, culture and lots of partying. A journey through Spanish festivities", designed to explore Spain through its popular celebrations and aimed especially at young audiences. The guide includes a website and social media presence, offering information about what each festival involves, its history, fun facts, recommendations, and affordable options for transport, accommodation, and food. The objective is to promote festive, cultural and responsible tourism, bringing Spain's intangible heritage closer to young generations and encouraging a deeper connection with the country's cultural roots and the diversity of its regions.

*“Un poble que oblida les seves festes
és un poble que comença a
perdre la seva ànima.”*

- Anònim

Agraïments

Vull expressar el meu sincer agraïment al meu tutor, el David. Des del primer moment ha estat una figura clau: sempre disposat a escoltar-me, a orientar-me amb claredat i a donar-me suport, fins i tot, en els moments de dubte o bloqueig.

També agraeixo a totes les persones del meu entorn que m'han ajudat, han compartit el seu punt de vista i m'han animat a continuar en aquest projecte fins al final.

Finalment, mereixen una menció especial les amistats que vaig fer durant l'Erasmus a Eslovènia, ja que la idea d'aquest projecte va sorgir arran d'aquella experiència i del desig de mantenir viu el vincle creat amb elles.

1. Introducció	3
2. Objectius	4
3. Metodologia	5
4. Públic objectiu i resultats enquesta	7
4.1. Resultats enquesta	7
4.1.1. Conclusions de l'enquesta realitzada	12
5. Antecedents i marc teòric	14
6. Anàlisi DAFO	25
7. Projecte de la guia de viatges	28
7.1. Les festivitats	28
7.1.1. Criteris de selecció festivitats	29
7.1.2. Selecció festivitats	30
7.2. Disseny de la guia	35
7.2.1. Nom de la guia	36
7.2.2. Colors de la guia	37
7.2.3. Logotip de la guia	37
7.3. Estructura de la guia	41
7.3.1. Pàgina web	42
7.3.2. Xarxes socials	42
7.3.2.1. Instagram	42
7.3.2.2. TikTok	43
7.3.2.3. YouTube	44
7.4. Forma i contingut de les plataformes	45
7.4.1. Pàgina web	45
7.4.1.1. Elecció plataforma	45
7.4.1.2. Contingut i estructura pàgina web	49
7.4.1.3. Optimització dels motors de cerca (SEO)	69
7.4.1.4. Monetització	70
7.4.2. Xarxes socials	71
7.4.2.1. Instagram	72
7.4.2.1.1. Tipus de contingut	72
7.4.2.1.2. Algoritme	76
7.4.2.1.3. Monetització	77
7.4.2.2. TikTok	77
7.4.2.2.1. Tipus de contingut	78
7.4.2.2.2. Algoritme	79
7.4.2.2.3. Monetització	80
7.4.2.3. YouTube	80
7.4.2.3.1. Tipus de contingut	80

7.4.2.3.2. Optimització dels motors de cerca (SEO)	81
7.4.2.3.3. Monetització	82
8. Prova pilot	83
9. Conclusions	85
10. Referències bibliogràfiques	88
11. Annexos	99

1. Introducció

La cultura festiva constitueix una part fonamental de la identitat d'Espanya. Al llarg de l'any, **el calendari està marcat per una gran varietat de festivitats** que, més enllà de l'entreteniment, **són una expressió viva de la història, les tradicions i la diversitat de cada territori**. Tot i aquesta riquesa cultural, molts joves desconeixen la profunditat i la pluralitat d'aquest patrimoni.

La idea d'aquest treball de fi de grau va sorgir durant l'estada d'Erasmus a Eslovènia, l'any 2024, on vaig tenir l'oportunitat de conèixer persones procedents de diferents parts d'Espanya i d'altres països europeus. Les persones de fora sovint comentaven la imatge festiva que es té dels espanyols, associada habitualment a la vida nocturna i a l'oci. Aquestes converses em van portar a reflexionar sobre la gran quantitat de festes que hi ha i el desconeixement que molts espanyols en tenim. En acabar l'Erasmus, per continuar mantenint el contacte amb els amics espanyols, vam proposar-nos recórrer Espanya participant en diferents festes populars, descobrint així la gran quantitat de celebracions que desconeixíem i adonant-nos de la seva enorme riquesa cultural. Aquest projecte parteix, doncs, d'una vivència personal i de la voluntat de donar a conèixer, d'una manera propera i actual, aquest patrimoni festiu als joves.

D'aquesta experiència **neix el projecte *Fiestas con raíces***, una **guia digital interactiva per conèixer Espanya a través de les seves festivitats, dirigida especialment a un públic jove** a partir d'una proposta moderna, dinàmica i atractiva. La guia s'ha elaborat entre l'octubre de 2024 i el maig de 2025, amb la consciència que, sent digital, necessita una dedicació i actualització constant per mantenir-ne la rellevància i la qualitat.

La guia de viatges s'articula a través d'un **ecosistema de plataformes digitals**. Aquest inclou una **pàgina web que compta amb un mapa interactiu** i perfils actius a les principals **xarxes socials consumides pels joves com Instagram, TikTok i YouTube**. En aquests canals, s'utilitza una estètica acurada i un llenguatge pensat

per captar l'atenció de les generacions joves sense perdre de vista l'essència de les tradicions. A més, la guia aposta per **fomentar la interacció i la creació d'una comunitat** entre els usuaris, oferint un espai on puguin compartir experiències, consells i impressions. També, s'inclou informació pràctica que va més enllà de la mateixa festivitat, com ara recomanacions de gastronomia local, opcions d'allotjament i detalls sobre transport, responent a una demanda identificada en la investigació preliminar del públic objectiu.

El treball s'ha desenvolupat seguint les etapes metodològiques pròpies de l'elaboració d'un projecte. En una primera fase, s'ha dut a terme una **anàlisi del mercat actual de les guies de viatge i de les festivitats espanyoles**, així com una investigació dels interessos, necessitats i hàbits de consum d'informació del públic objectiu jove a través d'una enquesta. Aquesta recerca va posar de manifest una **mancança en el panorama digital espanyol**: l'absència d'un portal que presentés les festivitats d'una manera atractiva i completa per a joves. A partir dels resultats obtinguts i d'aquesta oportunitat de mercat, s'ha iniciat el procés de disseny i creació de la guia. La fase final ha inclòs la **realització d'una prova pilot** per validar la funcionalitat del projecte, la qual, ha demostrat la viabilitat de la guia ***Fiestas con raíces***.

2. Objectius

L'objectiu principal d'aquest treball és la creació d'una **guia de viatges digital i interactiva** adreçada a un públic jove, per **donar a conèixer la riquesa cultural, històrica i popular que hi ha darrere de les festivitats d'Espanya**. Aquesta proposta neix de la voluntat d'apropar els joves a les celebracions tradicionals del territori, aprofitant l'interès que molts ja tenen per l'oci i les festes, i transformant aquest vincle en una oportunitat per redescobrir les arrels culturals del país. Més enllà de la simple difusió d'esdeveniments, el projecte busca **conscienciar sobre el valor del patrimoni festiu a través de la vivència directa d'aquestes celebracions**, i oferir un espai digital atractiu, dinàmic i adaptat al llenguatge jove, que informi i, alhora, animi a participar-hi activament. A més, es vol aconseguir una

imatge pròpia i coherent, de manera que la **guia de viatges es converteixi en el portal de referència de consulta dels joves d'Espanya.**

Un altre objectiu és contribuir a mantenir viva la cultura popular i, més concretament, **preservar les festivitats populars, tradicionals, religioses i locals d'Espanya, tant les més conegudes com aquelles menys mediàtiques.** Per garantir la continuïtat d'aquest patrimoni immaterial, és fonamental que arribi a les generacions emergents. Només si la població jove coneix, valora i reivindica les seves tradicions, aquestes podran perdurar amb el pas del temps.

Com a objectius secundaris, a més de funcionar com a guia informativa, la proposta també vol esdevenir un **espai que afavoreixi la socialització i la connexió entre joves.** Les festes populars es presenten com una oportunitat per compartir experiències, generar vincles i reforçar el sentiment de pertinença col·lectiva. Alhora, també es vol promoure un **turisme cultural responsable i de proximitat,** que permeti als joves descobrir el patrimoni històric, social i gastronòmic de les diferents regions d'Espanya des d'una mirada respectuosa, conscient i sostenible.

3. Metodologia

La metodologia d'aquest treball s'ha desenvolupat seguint tres fases diferenciades però interconnectades: **l'estudi de mercat, la fase d'ideació i disseny i la prova pilot.**

En la primera fase, s'ha dut a terme una anàlisi de mercat amb l'objectiu de **conèixer l'oferta existent de guies similars i determinar els espais d'oportunitat per al projecte.** Aquesta recerca s'ha dut a terme mitjançant l'estudi de diferents exemples tant en format paper com en plataformes digitals, amb especial atenció a aquelles iniciatives que posen el focus en el públic juvenil i el turisme cultural i festiu. No només s'han analitzat guies, sinó també blogs de viatges i altres recursos que ofereixen informació sobre les festivitats a Espanya. A més, s'ha dut a terme una **enquesta dirigida a joves residents a Espanya** amb la finalitat de conèixer els seus interessos, les seves preferències de viatge i el seu

nivell de coneixement de les festivitats populars del país. Aquesta informació ha estat essencial **per definir les línies estratègiques del projecte i garantir que respongui a les necessitats reals del públic objectiu.**

La segona fase s'ha centrat en el procés d'ideació i disseny del projecte. A partir dels resultats obtinguts en la fase anterior i dels interessos del públic objectiu, s'ha treballat en el **desenvolupament de la pàgina web**, analitzant diferents plataformes disponibles com *WordPress* i *Wix* per seleccionar la més adequada en termes de funcionalitat i accessibilitat. El disseny d'aquesta web s'ha plantejat amb un enfocament interactiu, que permeti als usuaris explorar les festivitats d'una manera dinàmica i visualment atractiva, oferint continguts accessibles i visuals per afavorir-ne la participació. De la mateixa manera, també s'ha dut a terme la **planificació de les xarxes socials on el projecte tindrà representació: Instagram, TikTok i YouTube.** Paral·lelament, s'ha treballat en la **conceptualització del logotip i la definició de la paleta de colors**, amb l'objectiu de crear una identitat visual atractiva i coherent amb la temàtica, que connecti amb el públic jove.

La tercera i última fase del projecte ha consistit en la simulació d'una prova pilot de la guia, amb l'objectiu de **posar a prova els resultats obtinguts en les fases anteriors i analitzar-ne la viabilitat.** Aquest exercici ha permès visualitzar tot el treball i detectar els punts forts i els aspectes a millorar. Cal destacar que aquesta prova no s'ha dut a terme amb les eines professionals que es farien servir en el desenvolupament complet de la guia.

El calendari del projecte s'ha estructurat en les tres fases, desenvolupades de manera consecutiva al llarg del curs acadèmic. Entre els mesos d'octubre i desembre es va dur a terme la primera fase, centrada en l'anàlisi de mercat i en la recollida d'informació a través de l'enquesta adreçada a joves. De gener a abril es va desenvolupar la segona fase, dedicada al procés d'ideació i disseny. Finalment, durant el mes de maig s'ha fet la prova pilot de la guia, amb l'objectiu de provar i posar en pràctica el projecte.

4. Públic objectiu i resultats enquesta

Per desenvolupar un projecte, primerament s'ha de definir a quin públic objectiu va destinat, ja que identificar a qui s'adreça el producte facilita la presa de decisions en relació amb el contingut, el format i els canals de difusió. D'aquesta manera, es garanteix una millor adaptació a les necessitats, els interessos i les característiques del col·lectiu destinatari. A més, per conèixer en profunditat el públic, s'ha dut a terme una enquesta específica adreçada a aquest col·lectiu.

El projecte s'adreça a un públic jove d'entre 16 i 30 anys, incloent-hi totes les identitats de gènere i amb una perspectiva de gènere inclusiva. La guia està destinada a qualsevol persona resident a Espanya, independentment del seu origen, però s'orienta principalment a un públic espanyol que vol redescobrir la terra on viu i que, per tant, entén i coneix la seva llengua, ja que el producte està escrit en espanyol. No obstant això, qualsevol persona castellanoparlant, sigui o no d'Espanya, pot sentir-se atreta pel projecte a causa del seu component turístic.

El públic es caracteritza per tenir un fort interès a viure experiències immersives vinculades a la cultura i a les tradicions del territori. Tot i això, el seu coneixement previ sobre les festivitats populars d'Espanya sol ser limitat; moltes vegades coneixen les celebracions més famoses només de manera superficial i mai n'han format part com a participants actius. En aquest sentit, el projecte busca despertar la seva curiositat i proporcionar-los una eina accessible i atractiva per descobrir aquestes celebracions des d'una mirada propera i participativa.

Finalment, pel que fa als recursos econòmics, el públic objectiu disposa generalment d'un pressupost reduït. Per això, valora especialment les propostes de baix cost o gratuïtes. A més, prefereix planificar els seus viatges pel seu compte, motiu pel qual demanda informació clara, pràctica i fàcil de consultar.

4.1. Resultats enquesta

Per a conèixer millor el perfil i els interessos del públic al qual va destinat aquest projecte, s'ha realitzat l'enquesta *Explora España a través de sus festividades* que

va obtenir un total de 122 respostes. La difusió de l'enquesta es va realitzar durant el desembre del 2024 i principalment es va fer a través de dues xarxes socials: *Instagram* i *WhatsApp*, ja que l'objectiu era arribar a un públic jove d'entre 16 i 30 anys. Es va considerar que aquests dos canals serien els més eficaços per aconseguir-ho. La franja d'edat seleccionada es fonamenta en el fet que, segons el Consell de la Joventut d'Espanya, es considera jove a la població entre els 16 i els 29 anys¹, i altres recursos com el Carnet Jove també cobreixen fins a aquesta edat.

Segons els resultats de l'enquesta, la gran majoria dels participants té entre 20 i 22 anys, amb un 61,5% de les respostes. Aquesta franja d'edat va seguida de la de 23 a 26 anys, amb un 26,2%. Les franges d'edat de 16 a 18 anys i de 27 a 30 anys, obtenen percentatges més baixos, amb un 7,4% i un 16%, respectivament. Pel que fa al gènere, es destaca un predomini del femení, amb un 73,8% de les respostes, mentre que el masculí representa un 26,2%.

L'enquesta es va distribuir amb la intenció de recollir respostes de persones de tot Espanya. Tot i això, Catalunya va ser la comunitat amb més participants (65,6%), seguida de La Rioja i les Illes Balears, amb un 8,2% cadascuna. Això indica que la mostra està força concentrada a Catalunya. El 18% restant prové d'Aragó, Andalusia, Astúries, Cantàbria, Castella-la Manxa, Castella i Lleó, Comunitat de Madrid, Comunitat Valenciana, Extremadura, Galícia, Illes Canàries, Navarra, País Basc i Múrcia.

En relació amb el nivell d'estudis, la majoria dels enquestats (77,9%) està cursant un grau universitari, mentre que un 11,5% ha fet formació professional. Del total de participants, un 41% estudia i treballa alhora, un 31,1% només estudia, un 20,5% treballa a temps complet i només un petit grup (2%) està desocupat. Aquestes dades mostren que, tot i que hi ha un percentatge de persones sense recursos econòmics, ja que només estudien, una altra gran part treballa i destina una part del seu sou a viatjar.

¹ <https://www.cje.org/observatorio-de-emancipacion/>

Segons les respostes obtingudes, la majoria de joves viatgen diverses vegades a l'any (56,6%) o almenys una vegada (27,9%). Un nombre més reduït viatja de manera ocasional (14,8%).

Pel que fa a la durada dels viatges dins d'Espanya, la majoria duren entre 2 i 3 dies (64,8%), seguit de viatges d'una setmana (32%). Hi ha poques respostes relacionades amb viatges més llargs, com unes vacances prolongades. Entre les 79 persones que han respost que fan escapades de 2-3 dies, un 68,3% destinen entre 100 i 300 euros, un 19% entre 300 i 500 euros, i un 11,4% afirma gastar menys de 100 euros. D'altra banda, entre les 39 respostes referents a viatges d'una setmana, un 51,3% gasta entre 100 i 300 euros i un 38,5% entre 300 i 500 euros.

Respecte als mitjans de transport, els més utilitzats són el cotxe propi (63,1%), seguit pel tren (60,7%), l'avió (45,9%) i el bus (44,3%), amb percentatges força similars entre aquests dos últims.

Quant als motius per viatjar per Espanya, l'opció més escollida, amb 87 respostes, va ser la natura i l'aventura, seguida per la gastronomia (73 opinions favorables). Els altres motius inclouen participar en festivitats (60 respostes positives) i descobrir noves tradicions (56 respostes), amb un total de 116 suports. A més, alguns enquestats van destacar la motivació de conèixer gent nova (26 suports) i gaudir de la vida nocturna (29 respostes).

El 98% dels enquestats prefereixen viatjar acompanyats i no sols. D'aquests, un 56,6% ho fa amb amics i amigues, un 19,7% amb la parella i un 18,9% amb la família. Quant a l'allotjament, la majoria es decanta per un Airbnb (62,3%), un altre grup important opta per hotels (42,6%), i molts aprofiten per allotjar-se a casa de familiars i amics (38,5%). Altres opcions inclouen hostals i albergs (33,6%), i, en grau més baix, els càmpings (17,2%).

Després d'analitzar diversos aspectes relacionats amb el comportament dels enquestats a l'hora de viatjar per Espanya, les preguntes es van centrar més en les festivitats del país i els interessos en elles. Un 43,4% afirma que mai ha assistit a cap festivitat espanyola, mentre que un 56,6% sí. De les 69 persones que han

assistit a alguna festivitat, les més mencionades van ser Les Falles de València, Sanfermines, la Setmana Santa i la Tamborrada.

L'enquesta també va indagar sobre quin tipus de festivitat interessa més als participants. Com es pot veure al gràfic 1 un 50% mostra més interès per les festes populars, un 27% per les festivitats locals menys conegudes i un 20,5% per les festes tradicionals.

Qué tipo de festividades te interesan más?
122 respuestas



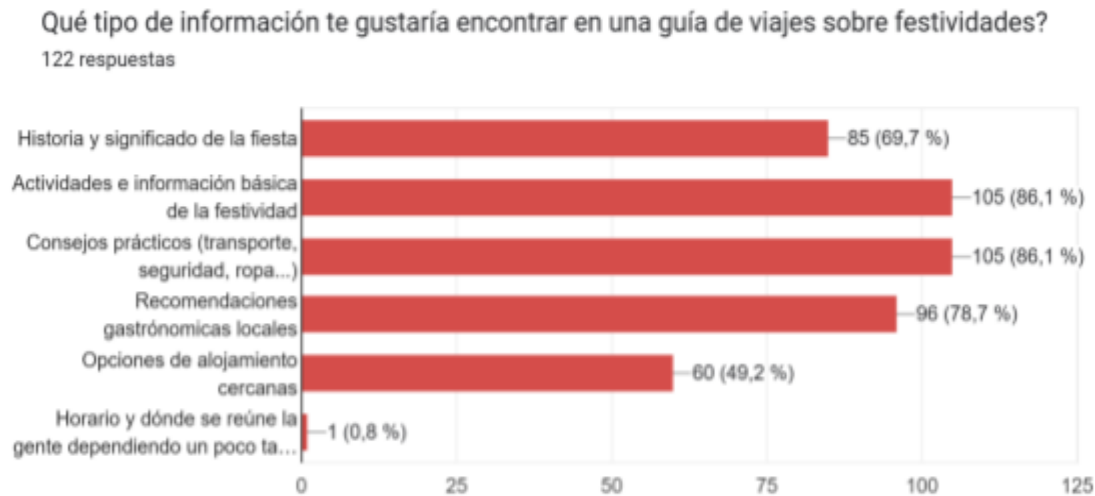
Gràfic 1. Resultat de l'enquesta *Explora España a través de sus festividades*. Font: elaboració pròpia.

Pel que fa a les festivitats que els agradaria viure almenys una vegada a la vida, **les tres més escollides** (vegeu al gràfic 2) van ser la **Fira d'Abril de Sevilla** (88 respostes), les **Falles de València** (81 respostes) i el **Carnaval de Tenerife** (76 respostes). Altres festivitats amb més de 20 preferències inclouen: Sant Joan a Ciutadella (50 suports), la Patum (45), els Sanfermines (45), la Tomatina (37), el Descens Internacional del Sella (32), la Festa del Cirerer en Flor (22), la Batalla de Flors de Laredo (21) i la Batalla del Vi d'Haro (20).



Gràfic 2. Resultat de l'enquesta *Explora España a través de sus festividades*. Font: elaboració pròpia.

Quant a la informació que els agradaria trobar en una guia de viatges sobre festivitats, els **dos aspectes més valorats** (105 respostes) van ser incloure **activitats i informació bàsica de la festivitat**, així com **consells pràctics** sobre transport, seguretat, roba, entre d'altres. Aquests van ser seguits de recomanacions gastronòmiques locals (96 respostes) i informació sobre la història i el significat de la festa (85 respostes). Un total de 60 persones van indicar interès per obtenir informació sobre opcions d'allotjament properes, com s'observa en el gràfic 3.



Gràfic 3. Resultat de l'enquesta *Explora España a través de sus festividades*. Font: elaboració pròpia.

Finalment, es va preguntar quines plataformes utilitzen més per informar-se abans de fer un viatge. Les tres més mencionades van ser les xarxes socials (104 respostes), destacant Instagram (92 mencions), *TikTok* (79) i YouTube (48). També van tenir un pes rellevant els blogs de viatges en pàgines web (76 respostes) i les aplicacions mòbils (40). Dins d'aquestes plataformes, els enquestats mostren preferència per consumir contingut en forma de vídeos curts (110 respostes), articles en blogs (55) i mapes interactius (38).

4.1.1. Conclusiones de l'enquesta realitzada

A partir de l'anàlisi de l'enquesta realitzada, es poden extreure diversos punts clau i recomanacions per crear aquesta guia de viatges digital i que sigui la més efectiva i adaptada als interessos i preferències del públic.

En primer lloc, **la majoria dels joves viatgen diverses vegades a l'any, amb un fort interès per escapades curtes de 2 a 3 dies (64,8%), amb un pressupost mitjà d'entre 100 i 300 euros.** Això suggereix que la guia ha de centrar-se en viatges curts, accessibles i assequibles, destacant opcions de festivitats que es puguin gaudir en breus escapades. Els **mitjans de transport més utilitzats són el cotxe propi (63,1%) i el tren (60,7%),** per tant, la guia hauria de proporcionar **informació pràctica sobre com moure's de manera còmoda i eficient utilitzant**

aquests mitjans de transport, incloent-hi rutes, horaris i consells. Pel que fa a l'allotjament, la majoria dels enquestats opten per Airbnb (62,3%), seguit d'hotels i cases de familiars i amics. Això indica que **la guia hauria de proposar allotjaments econòmics i alternatius, amb opcions variades per cobrir les necessitats del públic jove.**

En relació amb les festivitats, els joves mostren un **gran interès per les festes populars**, amb un 50% que prefereixen aquests tipus d'esdeveniments. Les festivitats més desitjades són la **Fira d'Abril de Sevilla, les Falles de València i el Carnaval de Tenerife**, per la qual cosa la guia hauria de destacar aquestes celebracions, **oferint detalls sobre quan i on se celebren, quines activitats es poden fer, i com participar-hi de manera fàcil i pràctica.** A més, un 56,6% dels participants ha assistit a alguna festivitat, per tant, la guia hauria d'**incloure informació útil tant per als que ja han viscut alguna festa com per als que la volen descobrir per primer cop.**

Pel que fa al contingut de la guia, és important oferir informació pràctica. Un 50% dels enquestats vol **informació sobre activitats i consells pràctics sobre aspectes com el transport, la seguretat i la vestimenta.** A més, 96 persones demanen **recomanacions sobre la gastronomia local, per la qual cosa la guia hauria d'incloure una secció dedicada a plats típics i experiències gastronòmiques** per millorar l'experiència del viatge. 85 dels enquestats també vol informació sobre la història i el significat de les festivitats, així que seria important incloure una **secció educativa que expliqui els orígens i les tradicions associades a cada festa.** 60 dels participants també ha posat que vol informació sobre opcions d'allotjament properes a les festivitats, així que és essencial **incloure recomanacions sobre allotjaments assequibles i ben situats per facilitar l'estada.**

Quant al format de la guia, s'ha de tenir en compte que els joves utilitzen principalment xarxes socials (Instagram, *TikTok*, *YouTube*) i blogs de viatges per obtenir informació abans de fer un viatge. Així, una **guia digital amb un format web visual i interactiu** seria una bona opció. **Incloure vídeos curts, mapes interactius**

i articles breus pot millorar l'experiència de l'usuari. El contingut en format vídeo (sobretot els vídeos curts) és especialment valorat pels joves, així que és **important obrir-se un compte d'Instagram i TikTok per complementar la guia escrita.** També, un **canal de YouTube per donar una informació més extensa de cada festivitat en format vídeo.**

5. Antecedents i marc teòric

Per veure què és el que s'ha fet fins ara relacionat amb guies de viatge i festivitats s'ha dut a terme un estudi de mercat. En aquest s'ha fet una recerca sobre quin tipus d'informació hi ha i en quins formats. S'ha analitzat el que hi ha tant a paper com a internet, xarxes socials i pòdcasts.

- **Pàgines web**

En primer lloc, es presenta quin tipus de contingut sobre festivitats es publica a internet.

El **Portal oficial de turisme d'Espanya** té una secció que tracta sobre les festes d'Espanya² (*Fiestas De España* | *spain.info*, n.d.). Aquest és una de les fonts més completes i ben estructurades pel que fa a les celebracions festives en l'àmbit nacional. Recull informació detallada de 300 festivitats, amb filtres útils que permeten cercar-les per comunitat autònoma, província o cronologia. De cada festa se n'ofereix una descripció, tot i que no és gaire completa, explicant en què consisteix, quina és la seva tradició, les dates i localització exactes, així com telèfons i correus electrònics de contacte per a qualsevol dubte. A més, el portal publica reculls temàtics molt útils, com ara les festes declarades Patrimoni Immaterial de la Humanitat per la UNESCO³ (Turespaña, 2025). Aquesta classificació permet conèixer aquelles celebracions reconegudes pel seu valor cultural universal, com el Misteri d'Elx o els castells humans.

² <https://www.spain.info/es/consulta/fiestas-espana/>

³ <https://www.spain.info/es/descubrir-espana/fiestas-espana-patrimonio-inmaterial-unesco/>

La pàgina **Tradiciones y Fiestas**⁴ es focalitza en la dimensió tradicional i simbòlica de cada festivitat. És un portal que ofereix informació de les festivitats sobre el lloc i la data, l'origen, en què consisteix, consells, entre d'altres. Tot i això, la seva principal funció és ajudar, a les associacions/ajuntaments, en l'organització i reinvençió de les festivitats.

La web **Fiestas.Net**⁵ ofereix una visió àmplia de les festes populars arreu de l'Estat espanyol. És una web senzilla que permet buscar festes per ubicació geogràfica o per data. El seu disseny no és gens modern i visualment molt pobre, però la base de dades és àmplia. Cada festa conté informació bàsica com el municipi, la data i el tipus de celebració.

Viajes National Geographic tracta les festivitats des d'una òptica cultural i experiencial. Té una secció de festes⁶ (*Fiestas*, n.d.) on publica reportatges i articles amb un format visual atractiu, amb fotografies d'alta qualitat i textos ben documentats. Fan articles dedicats a cada festivitat: "Fallas 2024: nuevas fechas, guía y otras claves de la gran fiesta de València"⁷ (Munuera, 2024), "Patios de Córdoba 2024: cuándo y cómo disfrutar de la fiesta más floral"⁸ (Cardona, 2024), "Cascamorras, la fiesta de dos pueblos de Granada que quiere ser Patrimonio de la Humanidad"⁹ (Palomar, 2024). També crea seleccions temàtiques com "Los mejores pueblos de España donde disfrutar del carnaval."¹⁰ (Cardona, 2024) o "Las únicas seis fiestas de julio que son de interés internacional."¹¹ (Luján, 2023).

Lonely Planet també presenta continguts festius orientats a viatgers internacionals, amb articles especials com "*Batallas de comida en España*"¹² (LonelyPlanet, 2017) o

⁴ <https://www.tradicionesyfiestas.com/>

⁵ <http://Fiestas.Net>

⁶ <https://viajes.nationalgeographic.com.es/t/fiestas>

⁷ https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/fallas-2024-nuevas-fechas-guia-otras-claves-gran-fiesta-valencia_19102

⁸ https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/patios-cordoba-2024-cuando-como-disfrutar-fiesta-mas-floral_20432

⁹ https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/cascamorras-fiesta-dos-pueblos-jaen-que-quiere-ser-patrimonio-humanidad_21068

¹⁰ https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/mejores-pueblos-espana-donde-disfrutar-carnaval_15085

¹¹ https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/fiestas-julio-que-son-interes-internacional_19479

¹² <https://www.lonelyplanet.es/blog/viajes-culturales/batallas-de-comida-en-espana>

“Los mejores festivales de flores”¹³ (*LonelyPlanet*, 2017). El seu to és més lleuger, pensat per inspirar viatges originals, i sovint destaca aquelles celebracions més visuals o úniques.

- **Fons oficials**

La web del **Ministeri d'Indústria i Turisme** ofereix una secció amb el registre oficial de les festes declarades d'interès turístic nacional, internacional o autonòmic.¹⁴ Aquesta base de dades institucional serveix com a referència per identificar aquelles celebracions que han rebut un reconeixement pel seu impacte cultural, la seva antiguitat i la seva capacitat d'atracció turística (*Ministerio de Industria y Turismo*, n.d.).

Des del punt de vista patrimonial, el **Ministeri de Cultura** recull aquelles festes i tradicions que formen part del Patrimoni Cultural Immaterial d'Espanya¹⁵, moltes de les quals també han estat inscrites a la llista de la UNESCO. Aquest portal posa el focus en la preservació i transmissió d'aquestes manifestacions culturals, com ara els castells, la Patum o el Misteri d'Elx (*Listas Del Patrimonio Cultural Inmaterial*, n.d.).

- **Blogs**

El blog **España Fascinante** té una secció que es diu “Fiestas de España”¹⁶ i ofereix diferents articles on parla de festivitats, majoritàriament des d'un enfocament històric, cultural i explicant anècdotes i curiositats sobre els seus orígens. Un exemple és l'article “¿Desde cuándo se celebran las grandes fiestas de España?”¹⁷ (Retuerta, 2022).

¹³ <https://www.lonelyplanet.es/blog/viajes-culturales/los-mejores-festivales-de-flores>.

¹⁴ <https://turismo.gob.es/desarrollo-sostenibilidad/fiestas/Paginas/fiestas-interes-turistico.aspx>

¹⁵ <https://www.cultura.gob.es/cultura/areas/patrimonio/mc/patrimonio-inmaterial/elementos-declarados/lista.html>

¹⁶ <https://www.espanafascinante.com/blog/section/fiestas-espana/>

¹⁷ <https://www.espanafascinante.com/articulo/cultura-espanola/desde-cuando-celebran-grandes-fiestas-espana/20200313094326273669.html>

Fiestas España¹⁸ combina informació bàsica de les festes (dates, llocs i activitats) i explica una mica d'història. La web és dinàmica i molt visual. També, a la pàgina principal té un mapa ubicant les festivitats. A part de parlar de festivitats també té una secció de festivals de música que tenen lloc a Espanya. Té un perfil a Instagram¹⁹ (Fiestas.espana, 2016), però està descuidat i no publica constantment.

Tío Spanish²⁰ és una plataforma per a l'aprenentatge del castellà. Té un apartat on parla sobre les festivitats, ja que és una manera divertida i cultural d'aprendre l'idioma (Tio Spanish, 2021). Té un enfocament educatiu, amb recursos visuals i explicacions senzilles, pensades per a estudiants estrangers.

Els blogs **Busca Free Tour**, **Don Quijote** i **Go! Go! España** tenen publicats articles on ofereixen una selecció de les festes més originals "Las 20 Fiestas Tradicionales Populares más Importantes y originales de España"²¹ (Busca Free Tour, 2021), "Fiestas en España: 10 celebraciones más populares."²² (Díaz, 2024) i "Las 10 mejores fiestas tradicionales de España."²³ (C., 2017). En els tres articles destaquen el vessant més festiu i ofereixen una informació bàsica de cada festivitat.

El portal **Top School** té l'article "Festividades locales en España"²⁴ que incorpora l'agenda festiva com a part de la seva estratègia per promocionar la vida a Espanya, ja que és una escola d'idiomes, ho fa per enriquir les activitats del seu alumnat estranger (Top School In Spain, 2016).

- **Pòdcasts**

En segon lloc, existeixen diversos pòdcasts que en capítols específics parlen de festivitats concretes. En la majoria dels casos van dirigits a gent estrangera que està

¹⁸ <https://xn--fiestasespaa-khb.com/>

¹⁹ <https://www.instagram.com/fiestas.espana?igsh=MWQ2cGVta2hzcXBvbw%3D%3D>.

²⁰ <https://tiospanish.org/fiestas-de-espana/>

²¹ <https://buscafreetour.com/blog/las-fiestas-tradicionales-populares-mas-importantes-y-originales-de-espana/>

²² <https://www.donquijote.org/es/blog/fiestas-en-espana/>

²³ <https://gogoespana.com/es/blog/mejores-fiestas-tradicionales-de-espana/>

²⁴ <https://www.topschoolinspain.com/actividades/fiestas-locales-en-espana/>

aprenent espanyol i han aprofitat l'interès que generen les festivitats per apropar la cultura popular espanyola al seu públic.

És el cas del pòdcast **Español Automático**. Té dos episodis “Las 3 fiestas más coloridas de España”²⁵ (Martínez, 2022) i “3 fiestas muy conocidas de España”²⁶ (Martínez, 2022). En el primer fa èmfasi del component visual i expressiu transmetent-ne la vitalitat i l'ambient festiu de la Fira d'Abril de Sevilla, del Carnaval de Tenerife i de la Romeria del Rocio. En el segon recomana als seus oients organitzar el seu viatge a Espanya perquè coincideixi amb alguna de les següents festivitats: les festes de San Fermín, Les Falles de València i La Tomatina de Bunyol.

De la mateixa manera, el pòdcast **Handyspanish** té un capítol “Las fiestas de España con mi abuela”²⁷ (Andrés, 2019) en el qual presenten una conversa intergeneracional entre l'autora i la seva àvia, on parlen de tres festes espanyoles (Les Falles, La Fira d'Abril i La Tomatina) des d'una perspectiva més personal i vivencial. Aquest episodi, carregat de records i anècdotes familiars, mostra com les festivitats formen part de la memòria col·lectiva i de la identitat cultural.

Seguint la mateixa línia hi ha l'episodi “Fiestas locas de España”²⁸ (*Hoy Hablamos*, 2024). En aquest s'expliquen algunes festes més peculiars, com ara, la Processó dels Taüts, el Cipotegato, la Merenguina, el Colacho i La Tomatina. A través d'una conversa amena i pedagògica, es detallen els orígens i les pràctiques d'aquestes celebracions, destacant els elements més sorprenents i curiosos.

● Xarxes socials

En tercer lloc, s'ha buscat el contingut sobre festivitats que hi ha a les xarxes socials Instagram, *TikTok* i *YouTube*. Actualment, és un espai poc explotat si es compara amb les pàgines web. Hi ha pocs perfils dedicats a mostrar i explicar les festivitats d'Espanya de manera atractiva i constant.

²⁵ <https://open.spotify.com/episode/2ZUCNBNJ1vznVRnLV7r8Yr>

²⁶ <https://open.spotify.com/episode/3fTITH1VOIIORtDdeSovSI>

²⁷ <https://handyspanish.com/podcast/15-las-fiestas-de-espana-con-mi-abuela/>

²⁸ <https://open.spotify.com/episode/4erHcaK6xYWhyp201yiaUu>.

A **Instagram**, el perfil **España de Fiesta** (@espana_de_fiesta)²⁹ es dedica específicament a mostrar totes les festes declarades d'Interès Turístic. Aquest darrer any ha fet publicacions de manera constant, publicant imatges sobre les festivitats, vídeos, infografies i a l'inici de cada mes publica una agenda de les festes que tindran lloc. Segueix una mateixa estètica en tot el seu perfil i ofereix informació detallada (España de fiesta, 2024).

També, hi ha el perfil de **Fiestas España** (@fiestas.espana)³⁰. Aquest difon informació sobre la història, programació i actualitat de diverses festivitats celebrades arreu d'Espanya. Tanmateix, fa més de quatre mesos que no publica res al seu compte. A més, l'estètica que ofereix el perfil no és atractiva i no segueix un mateix patró (Fiestas.espana, 2016).

També, hi ha alguns comptes de festes concretes on només publiquen informació sobre aquesta. Un exemple és el de **Fiestas del Pilar Oficial** (@fiestaspilaroficial)³¹, és el perfil institucional de les Festes del Pilar de Saragossa, on es publiquen actualitzacions sobre els actes programats i contingut promocional de la celebració (Fiestas del Pilar Oficial, 2013),

A **TikTok** no existeix un perfil exclusiu per parlar de les festivitats d'Espanya. Hi ha contes que fan publicacions sobre diferents aspectes d'Espanya y algunes són sobre festes. El perfil **España Fascinante** (@espanafascinante)³² ofereix contingut divulgatiu a través de vídeos breus i entretinguts, com rànkings i curiositats sobre les festes més representatives del país. Alguns exemples són el vídeo "El pueblo más fiestero de España"³³ (España Fascinante, 2025) i "Los carnavales más sorprendentes de España"³⁴ (España Fascinante, 2025). També, el perfil de **Nacho Pla** (@nachopla12)³⁵, fa vídeos puntuant diferents aspectes de festivitats. Són vídeos molt col·loquials i mostra només la part festiva dels esdeveniments. No

²⁹ https://www.instagram.com/espana_de_fiesta/

³⁰ <https://www.instagram.com/fiestas.espana/>

³¹ <https://www.instagram.com/fiestaspilaroficial/>

³² https://www.tiktok.com/@espanafascinante?_t=ZN-8vkDsZCM3QE&_r=1

³³ https://www.tiktok.com/@espanafascinante/video/7478023733840547105?_r=1&_t=ZN-8vkDul2uKH8

³⁴ https://www.tiktok.com/@espanafascinante/video/7472819975317622048?_r=1&_t=ZN-8vkDxunnXS2

³⁵ https://www.tiktok.com/@nachopla12?_t=ZN-8vkEbKKsefu&_r=1

obstant això, capturen l'essència, són dinàmics i agraden al públic jove. Ha publicat vídeos com "Puntuando la Feria de Sevilla"³⁶ (Pla, 2024), "Puntuando fiestas de España: las Fallas de Valencia"³⁷ (Pla, 2024) i "Fiesta popular de Laza (Galicia)"³⁸ (Pla, 2025), entre d'altres.

A **YouTube**, el documentalista aragonès **Eugenio Monesma**³⁹ té un canal (Eugenio Monesma - Documentales, 2011). Aquest constitueix un arxiu audiovisual dedicat a la recuperació de tradicions, oficis antics i festes populars d'arreu del territori espanyol. Entre els continguts relacionats amb festivitats, es poden trobar documentals com "La fiesta de Jarramplas en Piornal"⁴⁰ (Monesma, 2021), on es mostra la peculiar tradició de Càceres en què un personatge disfressat és colpejat amb naps. Els seus documentals expliquen les festivitats i tradicions, afegint història, context i també parlen amb persones participants. Malgrat això, els vídeos tenen força mala qualitat, ja que van estar gravats als anys noranta i els està publicant a la plataforma actualment.

El canal **Las fiestas de España**⁴¹ ofereix un ampli repertori de festivitats d'arreu del territori espanyol. Publica vídeos on mostra diferents moments de la festivitat, però sense aportar cap informació, només és imatge i so ambient (*Las fiestas de España*, 2023).

De la mateixa manera que amb les altres xarxes socials a *YouTube* també hi ha canals que penjen vídeos sobre les festivitats però sense tenir un canal només enfocat en aquesta temàtica. Per exemple, el canal **Tio Spanish**⁴² té alguns vídeos sobre festes. Expliquen aquestes amb una figura i amb dibuixos, però proporciona una visió panoràmica de les celebracions més destacades, aprofundint en el seu origen, simbolisme i evolució, com ara "Las fiestas más populares de España"⁴³ (*Tio*

³⁶ https://www.tiktok.com/@nachopla12/video/7358554004370033952?_r=1&_t=ZN-8vkGWOdYMTc

³⁷ https://www.tiktok.com/@nachopla12/video/7348532648320568609?_r=1&_t=ZN-8vkEQLyeO1Q

³⁸ https://www.tiktok.com/@nachopla12/video/7478064133284367638?_r=1&_t=ZN-8uelkd6Tv0Q

³⁹ <https://www.youtube.com/@eugeniomonesma-documentales>.

⁴⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=G2YbzI3UzaE>

⁴¹ <https://www.youtube.com/@FIESTAS.InSpain/videos>.

⁴² <https://www.youtube.com/@TioSpanish>.

⁴³ <https://www.youtube.com/watch?v=lrxiLhD5Ng4>

Spanish, 2016). També, el canal del **Charlatán Callejero**⁴⁴ penja algun vídeo sobre festivitats, com “Las 6 fiestas tradicionales más famosas de España”⁴⁵ (Callejero, 2024). El vídeo és molt monòton i poc atractiu, només surt l'home parlant a càmera i explicant diferents aspectes de les festivitats. El canal **España te Acompaña** té el vídeo “¡VIVE las 5 Mejores Fiestas en España!”⁴⁶ (*España te Acompaña*, 2025), on fa un recull de cinc festivitats i les presenta amb imatges i una *veu en off* explicativa per sobre. Un altre canal és el de **España Asombrosa**. Va publicar el vídeo “10 Fiestas Peculiares de España”⁴⁷ (*España Asombrosa*, 2022), que recull exemples de festivitats particulars com el pas del foc a San Pedro Manrique, la processó de taüts d'As Neves, el *Jarramplas de Piornal*, entre d'altres. El vídeo segueix el mateix estil que l'anterior amb imatges i una *veu en off* per sobre explicant en què consisteix cadascuna.

- **Treballs de final de grau**

En quart lloc, s'ha fet una cerca de treballs de final de grau (TFG) que tracten sobre festivitats.

EL TFG *Las fiestas populares: el caso de San Fermín*⁴⁸ explica la història de la festa i dels esdeveniments més representatius des dels inicis. També, fa una anàlisi dels turistes que rep la ciutat en els nou dies de festa (Fernández, 2021).

El treball *El turismo cultural en España y Castilla y León: Estructura y dimensión económica*⁴⁹ explica les tendències del turisme cultural actual i els interessos. A més, posa èmfasi i té una taula on parla de les tretze festivitats més representatives d'Espanya fonamentades en la gastronomia i el vi (Pinacho, 2019).

El TFG *La fiesta de carnaval en España (siglos XV-XVII)*⁵⁰ fa una anàlisi de les festes existents a l'edat moderna, de l'etimologia i origen dels carnavals i les

⁴⁴ <https://www.youtube.com/@charlatancallejero>

⁴⁵ https://www.youtube.com/watch?v=5qdU_KcW0Ec

⁴⁶ https://www.youtube.com/watch?v=o2b_RAxIR4M

⁴⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=59SoTihpTR4>

⁴⁸ <https://zaguan.unizar.es/record/106489/files/TAZ-TFG-2020-1523.pdf>

⁴⁹ <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/38411/TFG-J-99.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

⁵⁰ <https://zaguan.unizar.es/record/88827/files/TAZ-TFG-2019-4319.pdf>

característiques més essencials per comprendre com era el carnaval a Espanya durant els tres segles (Calatayud, 2019).

- **Guies a paper**

Per últim, s'ha dut a terme una exploració de les guies disponibles a paper sobre festivitats espanyoles i, també, del país en general, amb l'objectiu d'analitzar els models que segueixen i identificar quines opcions hi ha actualment al mercat. El 31 d'octubre de 2024 es va visitar la llibreria Altaïr de Barcelona per consultar i examinar les guies relacionades amb festes i tradicions, però no es va trobar cap publicació específica d'aquesta temàtica. La majoria de les guies existents són força antigues i, en molts casos, només es poden aconseguir de segona mà, ja que estan exhaurides. Malgrat això, la llibreria disposava d'un ampli ventall de guies de viatge centrades en Espanya, que ofereixen informació diversa i actualitzada per descobrir el territori des de diferents perspectives. A més, la gran majoria d'aquestes inclouen un apartat on parlen de festivitats. A continuació es mostra les guies trobades a Altaïr i quina part dediquen a les festivitats.

La ***Guia Total de España de la A a la Z***⁵¹, de *Anaya Touring*, ofereix una cobertura completa de diversos llocs d'Espanya, incloent-hi informació sobre les festes locals però de manera superficial (*Anaya Touring*, 2023).

La guia ***España. Planifica, Descubre y Explora España***⁵², presenta una manera més visual d'explorar Espanya. Combina mapes, text i imatges. Aquesta guia és molt completa i està dividida per diferents seccions. A l'apartat de "*Descubre*" hi ha una introducció a Espanya i proposa diferents itineraris. A més, explica la literatura, els esports, el menjar, la vida nocturna i les festivitats. Té dues pàgines dedicades a mostrar diferents festivitats que tenen lloc a Espanya separades per mesos. Les festes estan presentades amb una foto, no obstant la informació que ofereix és mínima, com es pot observar a la figura 1 (*Dorling Kindersley*, 2023).

⁵¹ *Guía Total - España*. (2023). Anaya Touring.

⁵² (2023) *España (Guías Visuales): Inspírate, planifica, descubre, explora*. Dorling Kindersley



Figura 1. Guia de viatges (2023) España (Guías Visuales): Inspirate, planifica, descubre, explora. Dorling Kindersley. Font: elaboració pròpia.

L'editora de guies de viatge *Lonely Planet* té diversos volums dedicats a Espanya en anglès. En primer lloc, el de ***Spain - Lonely Planet***⁵³ ofereix una perspectiva global d'Espanya. També, combina mapes, text i imatges. Està organitzada per comunitats autònomes. Aquesta guia inclou apartats sobre activitats relacionades amb les festes, des de la gastronomia fins als esdeveniments més tradicionals, i també inclou recomanacions específiques depenent de la temporada (Noble et al., 2023) . Així mateix, ***Experience Spain. Get Away from the Everyday***⁵⁴ (vegeu a la figura 2) està més enfocada en activitats a l'aire lliure i a la naturalesa. Et proposa diferents activitats a fer segons l'estació en què viatja el viatger. Té dedicades diverses pàgines a parlar sobre festivitats en el territori, com per exemple de la Batalla del Vi d'Haro i dels Castells (Davies et al., 2023).

⁵³ Noble I., Butler S., Diaz N., Ditaranto J., Fox E., Hughes F., Kaminski A., McVeigh L., Stewart I., Walker J. (2023) *Spain* (14 edició). Lonely Planet

⁵⁴ Davies, S., Alvarez, G., Ditaranto, J., Fox, E., Hughes, F., Nahumko, T., Noble, I. (2023) *Experience Spain: Get away from the everyday (Travel Guide)*. Lonely Planet



La guia turística **The Rough Guide**⁵⁵ a l'inici té una secció de bàsics on hi ha un espai dedicat a festivals. En aquest hi ha un calendari per mesos en què surten les principals festivitats que tenen lloc a cada mes com es pot observar a la figura 3 (*Rough Guide*, 2022).

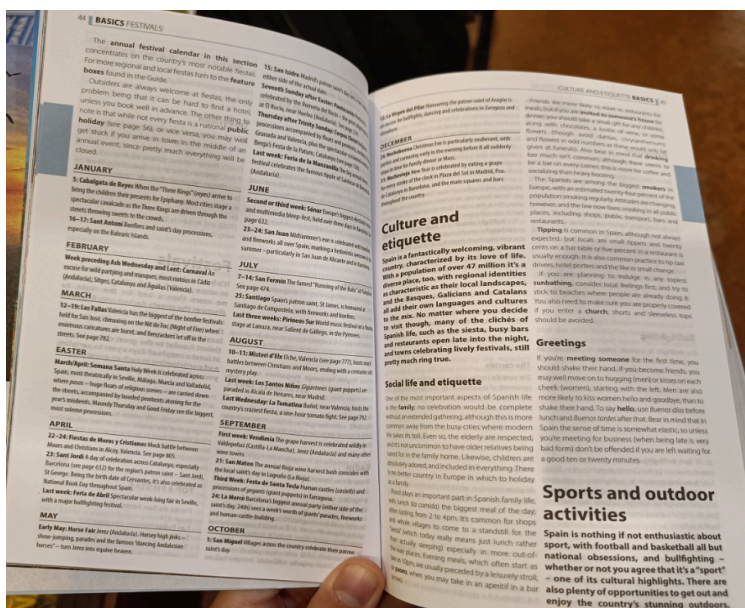


Figura 3. Guia de viatges: (2022) *The Rough Guide To Spain*. Rough Guide. Font: elaboració pròpia.

En termes de llibres dedicats exclusivament a les festes, com s'ha dit anteriorment la majoria són força antics i estan exhaurits. Els exemplars es van trobar a diferents biblioteques i per internet.

⁵⁵ (2022) *The Rough Guide To Spain*. Rough Guide

El llibre més nou és ***Mi Pueblo en Fiestas: 50 Fiestas destacadas de España***⁵⁶ és una guia que recull les cinquanta festes més destacades del país segons l'autor. Ofereix informació detallada sobre el seu origen, la seva història i els millors consells per gaudir-les (Sanz, 2023). Un altre exemple similar és ***50 Fiestas Populares de España que Debes Conocer***⁵⁷, analitza cinquanta festivitats distribuïdes per les diferents comunitats autònomes. De cada festivitat dona un context, explica la història, de què tracta la festivitat, hi ha una imatge i en un destacat dona informació pràctica sobre el lloc: com arribar, per on moure's, què menjar i aspectes a tenir en compte, entre d'altres (Calonge, 2012).

També, en el llibre ***Fiestas populares e insólitas***⁵⁸ l'autor fa una anàlisi de costums i tradicions úniques que encara perduren en algunes regions d'Espanya i explica en profunditat la importància dels costums al llarg del temps (Atienza, 1986). Tanmateix, el llibre ***Guía y mapa de España en fiestas***⁵⁹ fa un recorregut per diferents festes espanyoles i sobretot posa èmfasi en els carnavals (Dolores, 2008).

Per últim, ***De Fiesta en Fiesta. Cuentos y Tradiciones de Diferentes Puntos de la Península Ibérica***⁶⁰ és un llibre que combina el relat de diverses festes amb històries i llegendes pròpies de cada regió (Veiga & Renny, 2022).

Al llarg del temps s'han publicat més llibres sobre festivitats, però no s'ha pogut obtenir informació d'aquests.

6. Anàlisi DAFO

L'Anàlisi DAFO és una eina de planificació estratègica que s'utilitza per avaluar les fortaleeses, les debilitats, les oportunitats i les amenaces d'un projecte, empresa o situació. Es considera una eina fonamental per a la presa de decisions, ja que

⁵⁶ Sanz, J. M. (2023). *Mi Pueblo en Fiestas: 50 fiestas destacadas de España: 1 (Guías de Fiestas de España)*. Independently published.

⁵⁷ Calonge, L. (2012). *50 fiestas de España que debes conocer*. Scyla Editores.

⁵⁸ G. Atienza, J. (1986). *Fiestas populares e insólitas: Costumbres y tradiciones sorprendentes de los pueblos de España*. Ediciones Martínez Roca

⁵⁹ Dolores, M. (2008). *Guía y mapa de España en fiestas*. Plaza & Janes Editores.

⁶⁰ Ramón D. Veiga / Sr Renny. (2022). *De fiesta en fiesta cuentos y tradiciones de diferentes puntos de la Península Ibérica*.

proporciona una visió global i estructurada de l'entorn en què es desenvolupa la iniciativa (Porter, 2009).

Si bé no hi ha un únic "inventor" del DAFO, s'atribueix el seu desenvolupament a Albert Humphrey durant la dècada de 1960 i 1970 al Stanford Research Institute. Humphrey liderava un projecte de recerca per comprendre per què la planificació corporativa a llarg termini fallava sistemàticament. A partir d'aquesta anàlisi, va sorgir la idea de considerar tant els factors interns (fortaleses i debilitats) com els externs (oportunitats i amenaces) per formular estratègies més efectives (Humphrey, 2005, p.7).

Segons Humphrey, el DAFO es basa a identificar 4 aspectes clau:

- Fortaleses (F): són els avantatges interns que té el teu projecte o empresa enfront de la competència, aquelles qualitats que et destaquen i que et donen un avantatge competitiu.
- Oportunitats (O): són els factors externs que pots aprofitar a favor teu. És a dir, tendències o condicions del mercat, canvis socials o tecnològics que podrien beneficiar-te.
- Debilitats (D): són les limitacions o àrees on el teu projecte o empresa necessita millorar. Poden ser recursos escassos, manca d'experiència o debilitats estructurals.
- Amenaces (A): són els factors externs que poden posar en perill l'èxit del teu projecte o empresa. Aquestes amenaces poden ser canvis al mercat, la competència, crisis econòmiques, etc.

A continuació, s'ha fet un DAFO per conèixer la situació des de la qual parteix el projecte.

Fortaleses

- La guia se centra en un nínxol específic, que són les festivitats, fet que la diferencia d'altres guies de viatge més generalistes.
- Té un públic específic que són els joves, el qual permet adaptar el contingut i el format als seus interessos i necessitats.

- Presència a les xarxes socials on hi ha molt pocs perfils que parlen de festivitats espanyoles de manera constant.
- Tenir un perfil a les xarxes és gratuït i és on es donarà a conèixer el projecte majoritàriament.
- Que els usuaris puguin compartir les seves pròpies experiències, consells i recomanacions en la guia la converteix en una eina col·laborativa i dinàmica.

Debilitats

- Falta de reconeixement de la marca en ser un projecte nou. La guia no té la reputació de marques ja establertes al mercat.
- Dependència de la tecnologia. En ser una guia digital per consultar-la necessites connexió a internet, fet que pot ser un problema depenent en quina zona estiguis amb poca cobertura.
- Gran inversió de temps. S'ha de crear una pàgina web i un perfil a les tres xarxes socials. A més, és un projecte que requereix creació de contingut constant.
- El projecte té un cost inicial i permanent. S'ha d'invertir diners en la creació de la web i del seu manteniment tècnic i de contingut. A més, per la creació de contingut s'ha d'invertir temps i aquest té un cost.
- Necessitat d'actualització constant. La informació bàsica de cada festivitat com els dies dels esdeveniments, els horaris, les activitats pot anar canviant.
- Dependència de l'algoritme de les xarxes socials per arribar a més persones.

Oportunitats

- Hi ha una tendència al turisme experiencial. Els joves busquen experiències autèntiques i significatives en els seus viatges. El fet que les festivitats siguin activitats principalment vivencials pot contribuir a fer que la guia generi interès.
- El descompte *Verano Joven* per a joves entre 18 i 30 anys, que porta des del 2022 habilitant el Ministeri de Transports i Mobilitat Sostenible, per moure's per Espanya entre el juny i el setembre a un preu molt reduït. Els joves es

mouen molt més per Espanya durant l'estiu gràcies a aquest descompte i també és quan hi ha més festivitats.

- Possibilitat de col·laboració amb altres actors del sector turístic com hostals, restaurants, agències de viatge. Podria ampliar l'abast de la guia i oferir serveis addicionals als usuaris.
- Els joves utilitzen en la majoria d'ocasions els seus telèfons mòbils per planificar i reservar els seus viatges, cosa que facilita l'accés a la guia i als seus continguts.

Amenaces

- Hi ha força competència. Hi ha blogs i pàgines web de viatges que ofereixen informació de festivitats d'Espanya.
- La saturació del mercat pot fer més difícil destacar. Els blogs més populars i les grans plataformes de viatges ja tenen una presència consolidada, com *National Geographic*, *Lonely Planet*, i altres llocs especialitzats que també inclouen informació sobre festivitats.
- Els blogs més antics i amb més autoritat solen ocupar els primers llocs als resultats de cerca, fet que dificulta que el blog aparegui als primers resultats.
- Cancel·lació o modificació de festivitats. Les festivitats són esdeveniments que es poden veure subjectes al temps, als diners destinats a la festivitat. Aquest fet pot perjudicar a l'experiència de l'usuari i afectar la rellevància de la guia.

7. Projecte de la guia de viatges

7.1. Les festivitats

La guia comença amb una selecció de cinquanta festivitats d'arreu d'Espanya, incloses tant la península com les illes. Aquesta primera tria proporciona una visió àmplia i representativa de la diversitat festiva del país. Amb el pas del temps, el nombre de celebracions incloses s'anirà ampliant progressivament, segons l'interès del públic objectiu i d'acord amb uns criteris de selecció prèviament establerts.

Aquests criteris tenen com a objectiu garantir un equilibri entre representativitat, rellevància cultural i interès per al públic jove. Tot i que es parteix d'un criteri personal.

La tria inicial de cinquanta festivitats respon, doncs, a la voluntat d'oferir un punt de partida equilibrat i assequible, que permeti construir una guia de qualitat, amb possibilitat d'expansió i actualització constant. A més, quan es va fer l'exploració de les guies existents es van trobar exemples amb aquest nombre de festivitats representades: *Mi Pueblo en Fiestas: 50 fiestas destacadas de España* (Montesinos, 2023) i *50 fiestas populares de España que debes conocer* (Calonge, 2012).

7.1.1. Criteris de selecció festivitats

La selecció de les primeres cinquanta festivitats s'ha elaborat segons els criteris que s'exposen a continuació. S'ha de tenir en compte que el criteri personal ha tingut un pes determinant, però no exclusiu, ja que per tal de garantir una selecció rigorosa i amb fonament professional, s'ha tingut present el catàleg elaborat pel Ministeri d'Indústria i Turisme d'Espanya. Aquest recull les Festes d'Interès Turístic Nacional i Internacional i actua com a referència per valorar la projecció i el reconeixement institucional de cada festivitat.

- **Criteri geogràfic**

Un dels primers criteris que s'ha establert és l'àmbit d'actuació de la guia. Com ja s'ha mencionat anteriorment la guia està enfocada únicament a Espanya amb les seves disset comunitats autònomes.

Un dels criteris de selecció de les festivitats és que hi hagi una representació tan equilibrada com sigui possible entre totes les comunitats. D'aquesta manera, es pot afirmar que el producte és un guia de les festivitats d'Espanya totalment. Cal que, com a mínim, hi hagi una festivitat de cada comunitat autònoma.

- **Criteri temporal**

El segon criteri de selecció és determinat pel calendari. De la mateixa manera que en l'àmbit geogràfic, es vol un cert equilibri en la distribució de les festivitats al llarg

de tot l'any amb l'objectiu d'oferir un producte que permeti descobrir la riquesa cultural d'Espanya en qualsevol època de l'any.

En aquest sentit, també s'ha procurat evitar en el possible la coincidència de festes celebrades el mateix dia o vinculades a la mateixa temàtica, com ara les diferents Fires d'Abril o els diversos carnavals.

- **Criteri d'exclusivitat**

El tercer criteri de selecció és el d'exclusivitat i rellevància, entesa com el grau d'exclusivitat i autenticitat de cada festivitat. Aquest criteri es fonamenta en el nivell de particularitat que presenta la celebració dins del territori. Aquest enfocament permet destacar tradicions amb un fort arrelament local que, malgrat no tenir una gran projecció mediàtica o turística, constitueixen manifestacions culturals singulars i poc conegudes.

- **Criteri interès públic objectiu**

El quart criteri que s'ha tingut en compte ha sigut a partir de les respostes obtingudes a la pregunta catorze (Quin tipus de festivitats espanyoles t'interessen més?) i quinze (A quines d'aquestes festivitats t'agradaria anar / viure / experimentar almenys un cop a la vida?) de l'enquesta realitzada al públic objectiu. Amb les respostes s'ha pogut veure els interessos que té la joventut i sobre quines festivitats els agradaria trobar informació.

7.1.2. Selecció festivitats

Per seleccionar aquestes cinquanta festivitats s'han utilitzat a part dels criteris diverses fonts d'informació per conèixer el nombre més gran de festivitats possibles. Els principals llocs dels quals s'ha obtingut informació de les festivitats existents han sigut:

- El portal oficial de turisme a Espanya⁶¹ on hi ha un recull de 301 festivitats que tenen lloc en el país (*Fiestas De España* | *spain.info*, n.d.).

⁶¹ <https://www.spain.info/es/consulta/fiestas-espana/>

- El Ministeri d'Indústria i Turisme d'Espanya que recull les Festes d'Interès Turístic Nacional i Internacional.⁶² (*Ministerio de Industria y Turismo*, n.d.).
- El llibre *50 fiestas populares de España que debes conocer* (Calonge, 2012).

A la taula 1 es mostren les cinquanta festivitats escollides per a la primera versió de la guia. Aquestes estan ordenades cronològicament de principi a final d'any.

	Festivitats	Municipi	Comunitat autònoma	Dates aproximades
1	Jarramplas	Piornal	Extremadura	19-20 de gener
2	Festa de les Quadrilles	Barranda	Regió de Múrcia	Últim diumenge de gener
3	Carnaval de Tenerife	Santa Cruz de Tenerife	Illes Canàries	Gener/ febrer/ març (dates variables)
4	Carnaval de Cadis	Cadis	Andalusia	Febrer/març (dates variables)
5	La farrapada	Laza	Galícia	El dilluns de carnaval (febrer/març dates variables)
6	Peropalo	Villanueva de la Vera	Extremadura	Diumenge i dilluns de Carnaval (febrer/març dates variables)
7	Festes de la	Castelló de la	Comunitat	Març (una

⁶² <https://turismo.gob.es/desarrollo-sostenibilidad/fiestas/Paginas/fiestas-interes-turistico.aspx>

	Magdalena	Plana	Valenciana	setmana variable)
8	Falles	València	Comunitat Valenciana	15-19 març
9	Festa del cirerer en flor	Valle del Jerte	Extremadura	Última quinzena de març - principis d'abril
10	La Korrika	Varis municipis	País Basc	Primavera
11	Setmana santa de Màlaga	Màlaga	Andalusia	Setmana Santa (març o abril)
12	Tamborrada de Calanda	Calanda	Aragó	Divendres Sant (Abril)
13	Enterrament de la Sardina	Múrcia	Regió de Múrcia	Dissabte després de setmana santa
14	Moros i Cristians	Alcoi	Comunitat Valenciana	Suele ser entre el 22 y el 24 abril, pero varia.
15	Fira d'Abril	Sevilla	Andalusia	Una o dues setmanes després de Setmana Santa
16	Setmana Medieval de Sant Jordi	Montblanc	Catalunya	Última setmana d'abril
17	L'encabronada	Sant Cugat del Vallès	Catalunya	Finals d'abril o principis de maig
18	Festa dels Patis	Còrdoba	Andalusia	Primer quinzena

				de maig
19	Temps de Flors	Girona	Catalunya	Segona quinzena de maig
20	L'Aplec del Cargol	Lleida	Catalunya	Últim cap de setmana de maig
21	La Patum	Berga	Catalunya	Setmana del Corpus (de finals de maig a mitjans de juny)
22	Arde Lucus	Lugo	Galícia	Segon cap de setmana de juny
23	Romeria del Rocio	El Roció, Almonte	Andalusia	Finals de maig - principis de juny (Durant el cap de setmana de Pentecostés, 50 dies després de setmana santa)
24	Pas del Foc. Les Mòndides	San Pedro Manrique	Castella i Lleó	23 de juny
25	Sant Joan	Ciutadella	Illes Balears	23-24 de juny
26	Festes del Foc (Pirineus)	Diversos municipis	Catalunya, Aragó, França	23-24 de juny
27	Batalla del Vi	Haro	La Rioja	29 de juny
28	Festival mediaval	Hita	Castella la	4-6 de juliol

			Manxa	
29	Sanfermines	Pamplona	Navarra	6-14 de juliol
30	Festival de la Sidra Natural	Nava	Asturies	13 i 14 de juliol
31	Festa de la Cirera	Covarrubias	Castella i Lleó	13 i 14 de juliol
32	Gran Prix de las Carrilanas	Esteiro	Galícia	Tercer cap de setmana de juliol
33	Dansa de xanques	Anguiano	La Rioja	22 de juliol
34	La Pandorga	Ciudad Real	Castella la Manxa	31 de juliol
35	Descens Internacional del Sella	Ribadesella	Astúries	Primer dissabte d'agost
36	Romeria Vikinga	Catoira	Galícia	Primer cap de setmanad'agost
37	Festa de la Rama	Agate	Canàries	4 d'agost
38	Setmana gran	Bilbao	País Basc	16-24 d'agost
39	El misteri d'Elx	Elx	Alacant	14 i 15 d'agost
40	Festa del agua	Vilagarcia d'Aurosa	Galícia	16 d'agost
41	Boloencierro de Mataelpino	Matalpino	Madrid	Agost (data variable)
42	Les guerres de	Los Corrales de	Cantàbria	Finals

	Càntabres	Buelna		d'agost-setembre
43	Descens Folclòric del Nalón	Laviana	Astúries	24 d'agost
44	El Cipotegato	Tarazona	Aragó	27 d'agost
45	La Tomatina	Buñol	Comunitat Valenciana	Últim dimecres d'agost
46	La batalla de flors	Laredo	Cantabria	Últim divendres d'agost
47	Festa de la verema	Jerez de la Frontera	Andalusia	Primera quinzena de setembre
48	Cascamorras	Guadix i Baza	Andalusia	Primera quinzena de setembre
49	Concurs de Castells	Tarragona	Catalunya	Cada dos anys a l'octubre
50	Festa dels Enfarinats	Ibi	Comunitat Valenciana	28 de desembre

Taula 1. Les 50 festivitats d'Espanya escollides per la guia. Font: elaboració pròpia.

7.2. Disseny de la guia

En aquest apartat s'incideix en el disseny de la guia tenint en compte els aspectes referents al nom, els colors i l'elecció del logotip. Tots els apartats estan pensats perquè siguin atractius, ja que el disseny és el primer que entra pels ulls i un factor determinant a l'hora de captivar al lector.

7.2.1. Nom de la guia

L'elecció del nom és un element clau per a qualsevol projecte comunicatiu, ja que ha de ser capaç de captar l'atenció, generar interès i transmetre amb claredat l'essència de la proposta. En aquest cas, es va voler trobar un nom atractiu que resumís el caràcter cultural, festiu i identitari del projecte.

Per fer-ho, es va realitzar una pluja d'idees a partir de dues paraules clau: *festividades* i *España*. D'aquest exercici van sorgir termes com *raíces*, *ritmos*, *tradición*, *fiesta*, *aventura*, *popular*, *viaje*, *cultura*, *rituales*, *música*, *diversidad*, *colores*, *turismo* i *historia*. A partir d'aquests mots, es van crear diverses combinacions de paraules que transmetessin l'essència del projecte i el seu enfocament jove, festiu i cultural. Algunes de les propostes que en van resultar van ser: *Ritmos de España*, *Ritmos y raíces*, *Fiestas con raíces*, *Aventura festiva*, *Raíces festivas*, *Ritmo popular*, *Cultura en fiesta*, *Historia con fiesta*, *Viaje fiestero*, *Tradición festiva* i *Turismo festivo*.

Un cop valorades les diferents opcions, es va optar pel nom ***Fiestas con raíces***, ja que es considera que representa millor l'esperit del projecte. Aquest títol posa l'accent tant en el caràcter lúdic i festiu com en les arrels culturals i històriques de les celebracions. L'objectiu era evidenciar que darrere de cada festivitat hi ha una història i una tradició que la fan única i que mereixen ser descobertes i valorades.

D'altra banda, es va considerar convenient diferenciar el nom del projecte (que s'utilitzarà com a identitat a les xarxes socials i en accions de comunicació) del nom de la guia pròpiament dita. Per al nom de la guia es volia una fórmula més descriptiva, que permetés entendre de manera clara el contingut i la finalitat del producte. Partint del nom del projecte i integrant paraules clau com *raíces*, *fiestas*, *cultura*, *viaje*, *festividades* i *España*, es va escollir com a títol de la guia: ***Raíces, cultura y mucha fiesta. Un viaje por las festividades españolas***. Aquest títol combina totes les paraules escollides i reflecteix amb precisió l'objectiu de la guia: oferir un recorregut immersiu i significatiu per les festivitats d'Espanya, tot connectant el lector amb la seva riquesa cultural.

7.2.2. Colors de la guia

L'elecció dels colors predominants en aquest projecte no ha estat senzilla. D'una banda, quan es pensa en Espanya i les seves festivitats, els colors vius són els primers que venen al cap. D'altra banda, es volia que els colors seleccionats transmetessin l'essència del projecte. Els dos colors que van sorgir immediatament en aquest exercici van ser el vermell, que simbolitza energia, festa i passió, i el groc, que evoca optimisme, vitalitat i calidesa. No obstant això, es va descartar l'ús directe d'aquests colors, ja que són els de la bandera d'Espanya i sovint es relacionen amb la típica imatge turística i també són colors polititzats, un estil que no es vol transmetre en la guia.

En lloc d'això, es va optar per tonalitats similars i que continuessin representant Espanya, però amb una connotació més refinada. S'ha triat el vi, un color proper al vermell que també es vincula amb la cultura espanyola a través de la seva tradició vitivinícola i que és present en moltes festivitats. D'altra banda, en lloc del groc brillant de la bandera, s'ha optat per l'albero, un to groguenc càlid que oscil·la entre l'ocre i el mostassa clar, característic de l'arquitectura del sud d'Espanya, especialment a Andalusia. Aquest color transmet calidesa i una connexió més subtil amb l'essència cultural del país, sense la intensitat del groc tradicional.

Per tant, els dos colors predominants d'aquest projecte són el **vi** i l'**albero**. Tanmateix, això no vol dir que no s'utilitzin altres colors. De fet, hi ha tonalitats addicionals al llarg de la guia per aportar varietat visual a les diferents plataformes i evitar que el disseny es torni monòton.

7.2.3. Logotip de la guia

En la creació del logotip del projecte, s'han seguit diverses fases i el disseny ha anat evolucionant al llarg del procés. L'objectiu principal era aconseguir un logotip visualment atractiu que, a primer cop d'ull, permetés intuir la temàtica del projecte, utilitzant els dos colors principals definits prèviament.

La primera idea que es va establir va ser incorporar com a element de fons un mapa d'Espanya, per tal d'ubicar clarament l'usuari en el context territorial. A més, es volia integrar el nom del projecte i representar, a sobre del mapa, diferents elements icònics de les festivitats populars espanyoles.

Per dur a terme la primera proposta gràfica, es va optar per fer ús de la intel·ligència artificial mitjançant l'eina en línia *Renderforest*, que permet crear logotips de manera senzilla. Es van fer diverses proves proporcionant diferents directrius a la plataforma; tanmateix, els resultats obtinguts no van complir les expectatives establertes.

A continuació es mostren dos exemples de les proves realitzades, juntament amb les indicacions específiques que es van donar per generar el primer logotip:

- Disseny d'un mapa d'Espanya (sense incloure Portugal) que també representi les Illes Balears i Canàries, traçat amb línies fines. El color del mapa serà l'albero i en l'interior predominarà el granat (inspirat en el color del vi). Dins del mapa incorpora elements típics de les festivitats espanyoles: el vi, els tomàquets, tambors, un ventall i foc. A la part superior en color granat, escriu el nom del projecte: *Fiestas con Raíces*. A la figura 4 es pot veure el resultat obtingut.

Fiestas con raíces



Figura 4. Resultat de la proposta del primer logotip fet amb la IA *Renderforest*. Font: elaboració pròpia.

- Disseny d'un logo per a una guia de viatges destinada a descobrir Espanya a través de les seves festivitats. El logo consisteix en un mapa d'Espanya (sense incloure Portugal) que també representi les Illes Balears i Canàries. El mapa amb colors vius, predominant-hi el to albero com a fons. En l'interior incorpora elements típics de les festivitats espanyoles, com la silueta d'una falla, un tomàquet, flames, un ventall, una copa de vi vessant-se, flors i tambors. Sobre el mapa, a la part superior, inclou el nom del projecte *Fiestas con raíces*, escrit en color granat. A la figura 5 es pot veure el resultat obtingut.



Figura 5. Resultat de la proposta del segon logotip fet amb la IA *Renderforest*. Font: elaboració pròpia.

Atès que els resultats obtinguts amb la intel·ligència artificial no van ser satisfactoris, es va optar per crear el logotip des de zero amb l'eina Canva. Tanmateix, durant aquest procés també es va redefinir el concepte de logotip que es volia assolir.

En aquesta nova proposta, es va plantejar representar la silueta del mapa d'Espanya amb el fons de color albero, sobre el qual destaqués de manera predominant el nom del projecte, escrit amb tipografia de color vi. A més, es va incorporar la idea d'incloure una copa o ampolla de vi vessant, de manera que el vi

aparentés tacar les lletres, aportant dinamisme i simbolisme. Per reforçar la connexió amb les festivitats, es va proposar substituir la lletra "o" de la paraula "con" per un element gràfic com un tomàquet o un tambor, icones representatives de diferents festivitats.

A partir d'aquestes idees, es van dissenyar tres propostes diferents. A la figura 6 es poden observar dues de les propostes que es van acabar descartant. Finalment, el logotip escollit com a definitiu per al projecte correspon a la figura 7.



Figura 6. Possibles logotips creats amb el Canva. Font: elaboració pròpia.



Figura 7. Logotip escollit com a imatge del projecte creat amb el Canva. Font: elaboració pròpia.

7.3. Estructura de la guia

La guia de viatges s'articula en format digital a través d'un ecosistema de plataformes que inclou una pàgina web amb un mapa interactiu i un perfil a les xarxes socials, concretament a Instagram, *TikTok* i *YouTube*. A la figura 8 hi ha una representació de l'estructura de la guia de viatges.

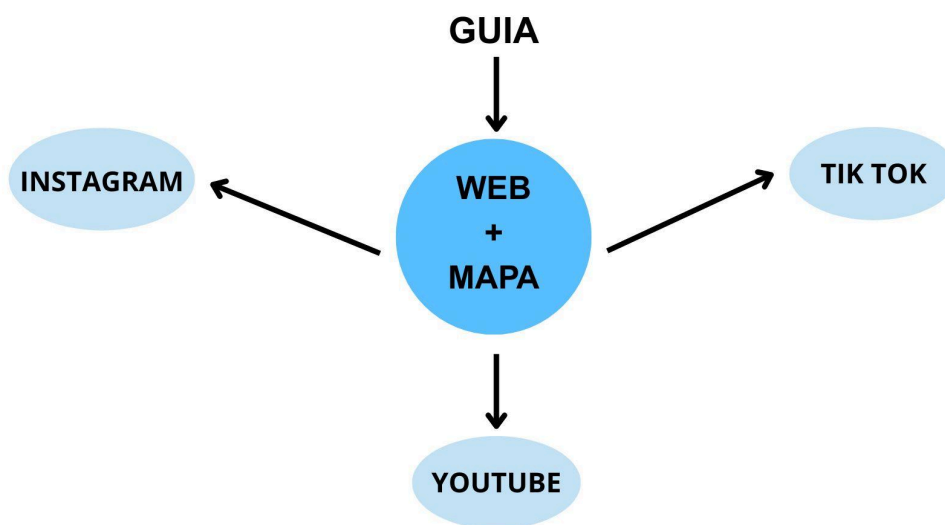


Figura 8. Estructura de la guia de viatges. Font: elaboració pròpia.

L'elecció d'aquestes plataformes es basa en els hàbits de consum de contingut dels joves i en els resultats de l'enquesta realitzada. Instagram, *TikTok* i *YouTube* són les xarxes socials més utilitzades pel públic objectiu. Paral·lelament, la pàgina web actua com a eix central de la guia, organitzant tota la informació i complementant el contingut visual i dinàmic de les xarxes socials. Així, la combinació d'aquestes plataformes garanteix una cobertura àmplia i efectiva per arribar als joves interessats a descobrir Espanya a través de les seves festivitats.

Els resultats de l'enquesta també han posat de manifest que els formats més valorats pels enquestats són els vídeos curts, els articles en blogs i els mapes interactius. Això subratlla la importància de crear contingut visualment atractiu i accessible, alineant-se perfectament amb les funcionalitats que ofereixen aquestes plataformes.

A continuació, s'exposen les plataformes seleccionades, juntament amb les seves principals característiques i possibilitats. Posteriorment, s'explica com s'integren i s'utilitzen dins la guia.

7.3.1. Pàgina web

La pàgina web proporciona un espai organitzat i professional per desenvolupar un contingut complet i estructurat. A més, admet integrar eines interactives com mapes, infografies i enllaços a diferents recursos, a banda també permet la interacció amb el públic. El seu disseny fa possible combinar textos detallats i més llargs amb contingut multimèdia, fent-la ideal per a aquells usuaris que vulguin explorar la guia de manera exhaustiva.

Possibilitats

- Creació de diferents seccions per a contingut textual, vídeos, àudios i elements gràfics.
- Optimització per SEO, millorant el posicionament als motors de cerca i atraient més audiència.
- Flexibilitat per ampliar el contingut i tenir l'oportunitat de donar una informació extensa.
- Accés fàcil i ràpid a la informació gràcies a una estructura ben dissenyada.
- Possibilitats de monetització mitjançant publicitat, venda de productes o serveis i màrqueting d'afiliats.

7.3.2. Xarxes socials

7.3.2.1. Instagram

Instagram és una de les xarxes socials més populars entre els joves i té un enfocament visual que s'adapta al tipus de contingut que es vol oferir en la guia. La plataforma permet interactuar amb l'audiència de manera ràpida i dinàmica a través de publicacions, *stories*, *reels* i missatges privats. Segons els resultats de l'enquesta, és la xarxa més utilitzada per informar-se abans de planificar un viatge, fet que la converteix en un canal ideal per difondre la guia.

Possibilitats

- **Stories:** publicacions efímeres amb una durada de 24 hores que posteriorment es poden destacar al perfil de manera indefinida. Permeten compartir imatges i vídeos de fins a 60 segons.
- **Reels:** vídeos, normalment verticals, de fins a 10 minuts. Tot i que acostumen a tenir una durada de 90 segons per captar l'atenció de manera ràpida i senzilla de l'usuari. Els *hashtags* i la música que es pot afegir ajuden a viralitzar el contingut. També, es pot afegir una descripció. És la millor manera per arribar a nous usuaris i donar-se a conèixer.
- **Publicacions:** totes les fotos i vídeos que surten en el *feed* del perfil. Es poden fer publicacions individuals o en mode carrusel, aquestes últimes poden arribar a tenir fins a vint elements i hi ha l'opció d'afegir una cançó. Permet crear un contingut visual d'alta qualitat que pot incloure descripcions. És important cuidar la imatge del *feed*, ja que és el primer que veu l'usuari quan entra al perfil.
- **Interacció directa:** es pot crear una comunitat que interactuï gràcies a la facilitat de comunicació a través dels comentaris de les publicacions i els missatges privats.
- **Perfil:** es pot afegir informació curta per explicar que pot trobar l'usuari en el perfil. Permet posar enllaços directes a altres espais fora de la plataforma. Instagram s'ha centrat en l'estètica visual i els usuaris valoren positivament un perfil amb qualitat de fotos i vídeos.
- **Explorar:** aquesta secció permet descobrir nous usuaris, tot i que descobrir nous perfils està més limitat que a *TikTok*. Instagram se centra a mostrar a la pàgina principal generalment publicacions d'usuaris que ja segueixes.
- **Monetització:** col·laboracions amb marques, màrqueting d'afiliats, contingut patrocinat i venda de productes.

7.3.2.2. TikTok

TikTok ha experimentat un creixement exponencial en els darrers anys, especialment entre el públic jove. Aquesta xarxa social es basa principalment en

vídeos curts. Fomenta un estil de contingut espontani, autèntic i sovint amb un toc humorístic. Segons l'enquesta, els resultats apunten que és la segona plataforma més utilitzada per buscar informació per un viatge.

Possibilitats

- **Publicacions:** vídeos, majoritàriament verticals, de fins a 60 minuts si es pugen des d'un dispositiu extern, o fins a 10 minuts si es graven des de l'aplicació. El format majoritari són vídeos curts de 15 a 60 segons. Es pot afegir música que ajuda a la viralització. L'octubre del 2022 l'aplicació va afegir l'opció de carrusel de fotos amb la qual es poden posar fins a 35 imatges amb la possibilitat d'acompanyar-ho amb música i una descripció.
- **Algoritme i viralitat:** mostra contingut de manera orgànica i personalitzada a la secció "Per a tu", segons els teus interessos i comportament dins de la plataforma. D'aquesta manera, facilita el descobriment de nous creadors. A més, en obrir l'aplicació, accedeixes directament a aquesta secció abans de veure el contingut dels usuaris que segueixes. Gràcies al potent algoritme, el contingut pot fer-se viral més fàcilment que en Instagram o altres xarxes socials tot i tenir pocs seguidors. És un bon espai per donar-se a conèixer des de zero.
- **Interacció:** els usuaris poden comentar i compartir vídeos d'altres persones i que els hi surtin als seus seguidors, la qual cosa pot generar un major abast i visibilitat.
- **Monetització:** publicitat, màrqueting d'afiliats, regals i donacions en directe.

7.3.2.3. YouTube

YouTube continua sent la plataforma de referència per al consum de contingut en format llarg i horitzontal. Tot i el creixement dels vídeos curts, segueix tenint un públic fidel més interessat en continguts educatius i explicatius. Segons els resultats de l'enquesta, el públic objectiu també l'utilitza per obtenir informació sobre viatges, encara que en un grau més baix que Instagram i *TikTok*.

Possibilitats

- **Vídeos:** contingut de llarga durada, generalment en format horitzontal. També ofereix *YouTube* Shorts, des de l'any 2021, una opció de vídeos curts similars als de *TikTok* i *Instagram*.
- **Interacció amb l'audiència:** amb els comentaris als vídeos permet la interacció directa amb els usuaris, afavorint la retroalimentació. Això també és útil per conèixer quin contingut funciona millor i què interessa més a l'audiència.
- **Monetització:** anuncis, màrqueting d'afiliats, contingut patrocinat i venda de productes.

7.4. Forma i contingut de les plataformes

7.4.1. Pàgina web

7.4.1.1. Elecció plataforma

Per a la creació de la pàgina web s'han contemplat diverses plataformes amb les quals es podria fer, alguns exemples són *WordPress*, *Wix*, *GoDaddy* i *Shopify*, entre d'altres. Després de provar i veure quines possibilitats ofereix cada una, s'ha decidit que *WordPress*, concretament, *WordPress.org* és l'eina més indicada per aquest projecte perquè és la més completa i la que s'ajusta més a les necessitats de la guia. A continuació, s'explica el perquè s'ha acabat triant aquesta opció.

Tota la informació per entendre el funcionament d'aquesta plataforma s'ha extret de la pàgina oficial de *WordPress*⁶³ i arran d'una conversa amb l'experta en creació de pàgines web i posicionament SEO, Marta Lujan Montserrat.

Un cop triat *WordPress* s'ha escollit si és millor *WordPress.com*, i quin pla s'ajusta més a les necessitats del projecte, o *WordPress.org*. Tot seguit, es veuen les característiques de cada una.

WordPress.com és una plataforma allotjada, on els usuaris no han de preocupar-se de l'allotjament ni de la seguretat, ja que tot és gestionat per *WordPress*, fet que la converteix en una opció molt convenient per als usuaris que busquen facilitat d'ús sense haver-se de preocupar dels aspectes tècnics. A més, ofereix plans gratuïts i

⁶³ <http://WordPress.com>

de pagament, tot i que els plans de pagament permeten una major personalització i funcionalitats avançades. A la taula 2 es mostren les característiques de cada pla.

Pla	Preu (€/mes)	Domini personalitzat	Suport per a <i>plugins</i>	Emmagatzematge	Monetització	SEO avançada
Gratuït	0€	No	No	1 GB	No	No
Personal	4€	Sí	No	6 GB	No	No
Premium	8€	Sí	No	13 GB	Sí	Bàsica
Bussiness	25€	Sí	Sí	50 GB	Sí	Avançada
eCommercé	45€	Sí	Sí	50 GB	Sí	Avançada

Taula 2. Característiques dels plans del WordPress.com⁶⁴. Font: elaboració pròpia.

Un cop vistes les possibilitats que ofereix cada pla del *WordPress.com* de manera resumida, el **pla Business** és el que es considera més adequat per fer la guia de viatges, ja que inclou les següents característiques:

- **Domini personalitzat:** permet eliminar el subdomini "*WordPress.com*", el que dona un aspecte més professional a la web.
- **Instal·lació de *plugins*:** és essencial per integrar funcionalitats com mapes interactius, formularis avançats, optimització SEO i altres complements útils per al projecte.
- **Temes prèmium i personalització avançada:** ofereix accés a temes més atractius i adaptats a la identitat visual del projecte.
- **Espai d'emmagatzematge adequat:** 50 GB d'emmagatzematge és suficient per allotjar imatges, vídeos i altres fitxers multimèdia necessaris.

⁶⁴ <https://wordpress.com/es/support/funciones-planes/>

- **Integració amb Google Analytics:** permet analitzar el trànsit i comportament dels usuaris, important per portar un control de la pàgina i veure que funciona més i la seva efectivitat.
- **Suport tècnic prioritari:** en cas de problemes, es disposa d'assistència especialitzada per un equip d'experts.

La segona opció contemplada és el **WordPress.org**. Aquesta alternativa requereix més coneixements tècnics, ja que és amb auto hostatge. L'auto hostatge fa referència a la pràctica de gestionar el teu propi allotjament web, en comptes de dependre de la plataforma que ho fa per tu. Això vol dir que tu mateix has de contractar un servei d'allotjament extern i gestionar tots els aspectes relacionats amb el servidor, com la seguretat, les actualitzacions i el rendiment del lloc web.

Malgrat això, *WordPress.org* amb allotjament propi té els següents avantatges que pel projecte són interessants:

- Llibertat total en el disseny i la personalització. Sense les limitacions que existeixen en el WordPress.com.
- Accés a tots els *plugins* disponibles, incloent-hi els més avançats per SEO, seguretat i mapes interactius.
- Major control sobre la base de dades i els arxius del lloc. Aquest fet facilita l'optimització del rendiment i la seguretat.
- Tens més control per afegir publicitat o integrar sistemes d'afiliació.
- Menor cost a llarg termini, ja que l'allotjament i domini solen ser més econòmics que els plans de WordPress.com.

Un dels proveïdors d'allotjament més recomanats per a *WordPress.org* és *Bluehost*. Tot i haver-se considerat altres opcions com *Hostinger*, *Pressable* i *Raiola Networks*, finalment s'ha decidit que *Bluehost* és la millor opció, ja que ofereix una configuració senzilla, una integració molt fluida amb *WordPress* i un servei d'atenció al client disponible les 24 hores. El preu és de **4,99 € / mes** per al *Choice Plus*.

A la taula 3 es mostren els costos que tenen associats cada una de les dues opcions.

Concepte	WordPress.com	WordPress.org
Subscripció WordPress	25 €/mensuals (300 €/anuals)	0 €
Domini personalitzat	Inclòs en el pla	1r any gratuït, després 10-15 € any
Plugins	Inclòs en el pla	Gratuït o (de pagament alguns específics)
Allotjament	Inclòs en el pla	1r any 4,99 €/mes (59,88 €/anual) després 11,99 €/mes (143,88 €/anual)
Tema prèmium (funcionalitats, dissenys i característiques més avançades)	50-100 €	50-100 €

Taula 3. Costos Wordpress.com i WordPress.org. Font: elaboració pròpia.

Per dur a terme la guia de viatges es requereixen els següents aspectes:

- Personalització de la web amb un domini propi.
- Llibertat en el disseny
- Instal·lació de *plugins* essencials (per a formularis de contacte, SEO, mapes interactius, etc.).
- Prou Espai per allotjar imatges, vídeos i àudios.
- Opcions de monetització futura
- Integració SEO per millorar la visibilitat de la web.

Un cop feta l'exploració per veure quina opció s'ajusta més a les necessitats del projecte s'ha decidit que s'utilitza **WordPress.org** amb allotjament propi. Tot i que el pla *Business* ofereix moltes característiques útils, *WordPress.com* segueix sent més restrictiu en termes de personalització i control total sobre el lloc web. A més, el cost

anual d'aquest pla és elevat si es compara amb les alternatives disponibles. En canvi, el *WordPress.org* ofereix més flexibilitat, control i llibertat alhora en tots els aspectes esmentats anteriorment. A més, pel que fa al cost, també surt més econòmic. Així i tot, s'ha de tenir en compte, que es necessita un tècnic que pugui oferir les eines per desenvolupar la creació de la web i el manteniment d'aquesta i això suposa un cost extra.

7.4.1.2. Contingut i estructura pàgina web

La pàgina web és l'eix principal de la guia i està dissenyada per ser atractiva, intuïtiva i ben organitzada per al públic objectiu. En la prova pilot de la **web Fiestas con raíces**⁶⁵ feta amb la versió gratuïta de WordPress s'ha intentat en tot moment intentar aconseguir el mateix que es descriu a continuació, però s'han tingut limitacions a causa de la versió gratuïta de la plataforma. Per aquesta raó, hi ha alguns aspectes que s'han hagut d'ajustar.

La web compta amb una pàgina principal i sis pestanyes diferenciades: inici, mapa, festivitats, agenda, connecta i contacte. El model de navegació és mixt, combinant elements dels models de ramificació i reticular. A continuació, s'explica el funcionament d'aquests dos models i, més endavant, com s'implementen al lloc web.

Per una banda, el **model de ramificació** es basa en un nòdul principal que es divideix en pàgines secundàries. Aquesta estructura funciona com un arbre: la pàgina principal actua com el tronc, mentre que les pàgines secundàries són les branques que es ramifiquen a partir d'aquesta base. Aquest sistema facilita la navegació de l'usuari, ja que li permet identificar ràpidament on es troba i com accedir a altres seccions del lloc.

D'altra banda, el **model reticular** ofereix una estructura més flexible i interconnectada. En aquest cas, les diferents pestanyes estan enllaçades entre si, sense dependre exclusivament de la pàgina principal. Això permet que qualsevol

⁶⁵ <https://fiestasconraices.wordpress.com/>

pàgina es pugui connectar directament amb una altra, oferint a l'usuari una experiència de navegació més dinàmica i fluida.

S'ha optat per un **model mixt** perquè es considera que millora l'experiència de l'usuari dins la pàgina web. L'estructura general segueix el model de ramificació, amb un nòdul principal i d'aquest en derivaran sis pestanyes, veure a la figura 9. Un cop a l'interior d'aquestes, la de mapa, festivitats i agenda permeten accedir directament a les altres seccions, seguint els principis del model reticular.

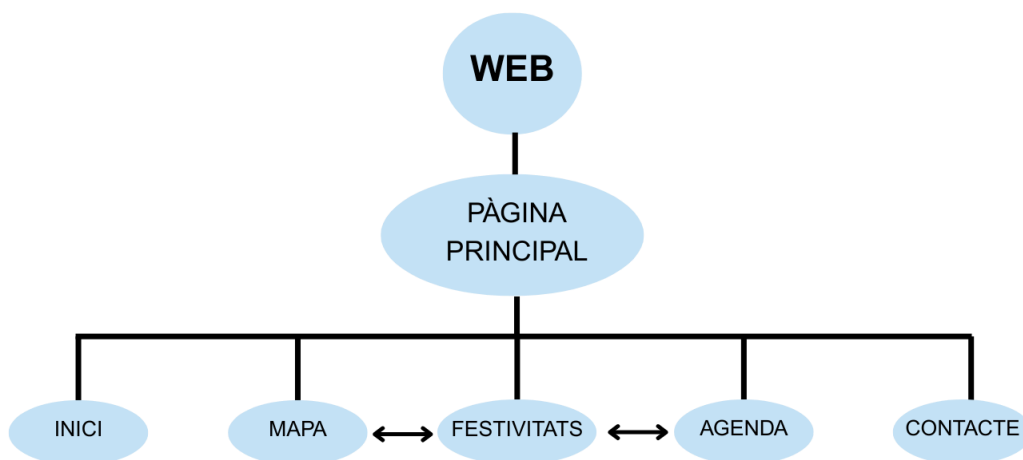


Figura 9. Estructura de navegació de la pàgina web. Font: elaboració pròpia.

Pàgina principal i inici

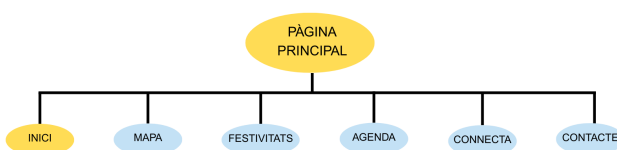


Figura 10. Localització de l'usuari dins la pàgina web. Font: elaboració pròpia.

La pàgina principal disposa d'un espai destacat que ocupa gairebé tota la pantalla, on es projecten imatges de diverses festivitats recollides a la guia. Aquestes imatges aniran canviant automàticament, amb l'objectiu de captar l'atenció de l'usuari des del primer moment a través d'un impacte visual. Davant de les imatges, es mostra la frase “¿Te animas a recorrer España fiesta a fiesta?”. A sota de la imatge, apareix el nom i el subtítol de la guia: *Raíces, cultura y mucha fiesta. Un viaje por las*

festividades de España. A la figura 11 es pot apreciar aquest format de pàgina d'inici de la web de la guia de viatges de *Guies catalans pel món*⁶⁶.

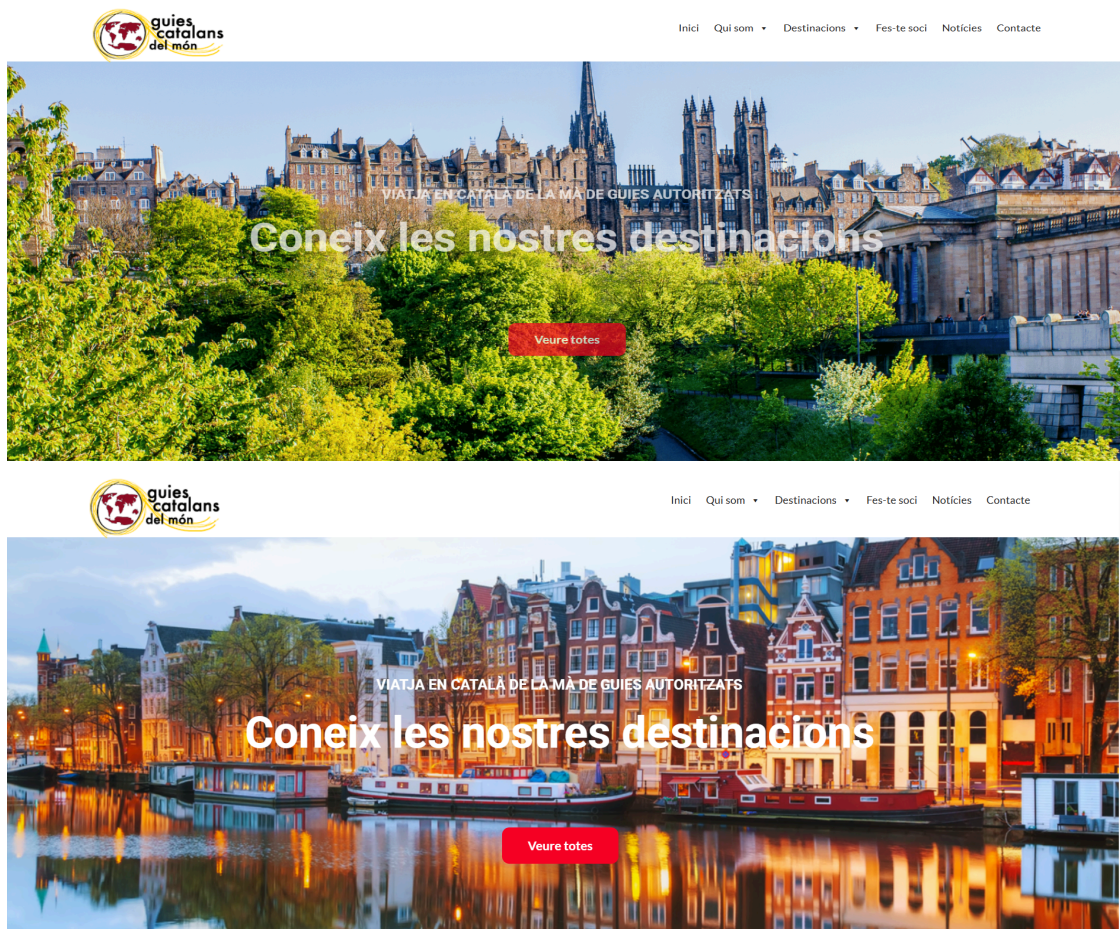


Figura 11. Pàgina d'inici web *Guies catalans pel món*. Font: Guies catalans pel món.

A la barra superior, que es manté visible des de qualsevol secció del lloc web, hi ha a l'esquerra, el logotip de la guia. Si cliques en aquest des de qualsevol lloc et porta a la pàgina principal. Al costat del logotip estaran les tres icones de les xarxes socials on també té presència el projecte: Instagram, *TikTok* i *YouTube*. A la figura 12 es poden veure dues pàgines de referència en guies de viatge, *National Geographic*⁶⁷ i *LonelyPlanet*⁶⁸, on l'accés a les xarxes socials es troba a la part inferior de la pàgina web. En canvi, com s'observa en la figura 3, els dos blogs de

⁶⁶ <https://guiescatalansdelmon.cat/>

⁶⁷ <https://www.nationalgeographic.com.es/>

⁶⁸ <https://www.lonelyplanet.es/>

viatges *Viajeros Callejeros*⁶⁹ i *Viajeros Lowcosteros*⁷⁰ tenen aquesta informació visible a la part superior. D'aquesta manera, es facilita l'accés a aquests canals durant tota la navegació, generant més trànsit cap a ells. Per aquest motiu, s'ha decidit optar per aquest disseny.

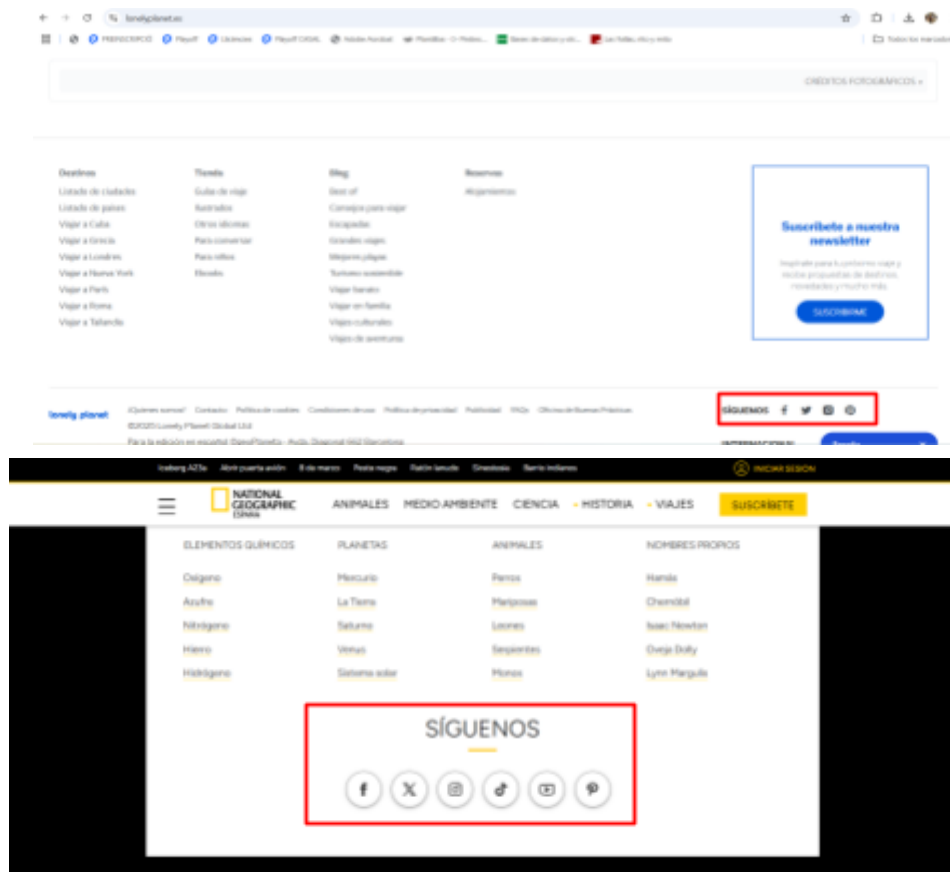


Figura 12. Imatge superior: pàgina web de *LonelyPlanet*. Imatge inferior: pàgina web *National Geographic*. Font: *Lonely Planet* i *National Geographic*.

⁶⁹ <https://www.viajeroscallejeros.com/>

⁷⁰ <https://viajeroslowcosteros.com/>



Figura 13. Imatge superior: pàgina web de *Viajeros Lowcosteros*. Imatge inferior: pàgina web *Viajeros Callejeros*. Font: *Viajeros Lowcosteros* i *Viajeros Callejeros*.

A la dreta de la barra superior, s'hi trobaran les sis pestanyes principals en el següent ordre, d'esquerra a dreta: inici, mapa, festivitats, agenda i contacte. A la figura 14 es pot veure com ha quedat la pàgina principal a la web de la guia.



Figura 14. Pàgina principal i d'inici pàgina web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

En desplaçar-se cap avall de la pàgina principal, hi ha el nom de la guia i hi ha una secció explicativa sobre el projecte: en què consisteix, què ofereix la guia, com està estructurada, per què s'ha creat i a quin públic va dirigida. Aquesta informació és la mateixa que es pot trobar entrant a la pestanya "Inici" de la barra superior com es mostra en la figura 15.



Figura 15. Pàgina principal i d'inici pàgina web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

Pestanya mapa

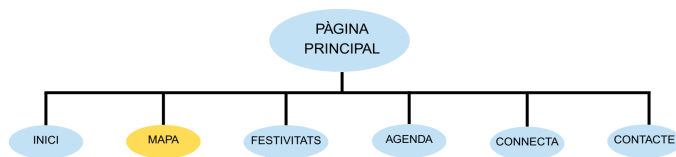


Figura 16. Localització de l'usuari dins la pàgina web. Font: elaboració pròpia.

La segona pestanya del lloc web és **mapa**, on hi ha un mapa interactiu d'Espanya amb les diferents festivitats assenyalades on aquestes tenen lloc, tal com s'observa a la figura 17. Per a la seva implementació, s'han valorat diverses opcions, com *Google My Maps*, *MapHub*, *Scribble Maps* i *Mapme*. Finalment, s'ha optat per **Google My Maps**, ja que és una eina gratuïta de Google que permet crear mapes personalitzats de manera intuïtiva.

Tot i els seus punts forts, una de les limitacions d'aquesta eina és que no permet inserir enllaços sobre el nom de cada punt marcat al mapa perquè aquest derivi al lector a la pàgina on està explicada aquella festivitat, si és el cas que el lector vol ampliar la informació. No obstant això, sí que permet incloure enllaços dins de la caixa de descripció de cada punt, i aquesta és la solució adoptada per garantir que els usuaris puguin ampliar informació fàcilment.





Figura 17. Pestanya mapa pàgina web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

En el mapa interactiu estan marcades totes les festes explicades a la pestanya de festivitats. Els marcadors en tots els punts són els mateixos, en format xinxeta i de color vermell, perquè ressalti amb el fons del mapa. Hi ha diferents tipus de fons: mapa polític, satèl·lit, relleu, polític clar, monocromàtic amb ciutats, atles senzill, físic clar, físic fosc, ràpid. De totes aquestes opcions l'escollida ha sigut el satèl·lit, ja que es prefereix que el mapa sigui el més realista possible.

Quan el lector prem un dels punts marcats en el mapa s'obre una caixeta on apareix la informació de la festivitat. En la part superior en negreta hi ha escrit el nom de la festivitat i seguidament surt una imatge d'aquesta. En la caixa de descripció es posa la informació principal de cada festa i el dia que té lloc. A continuació, s'afegeix l'enllaç que porta a l'usuari a la pàgina on la festivitat està explicada detalladament, veure-ho a la figura 18.



Figura 18. Visualització de la informació del mapa de la pàgina web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

La idea d'aquest mapa interactiu s'inspira en el mapa que ofereix el Portal oficial de turisme d'Espanya, a la pestanya "Mapa". Vegeu la figura 19.

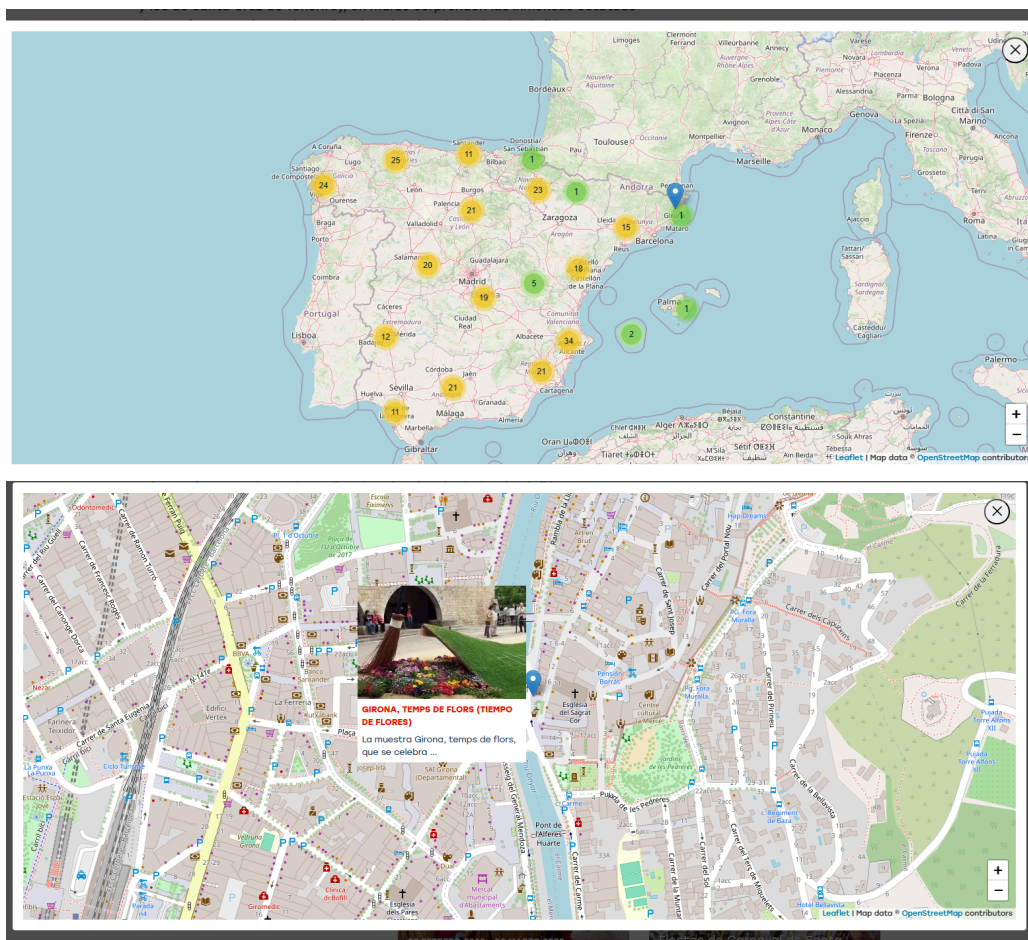


Figura 19. Mapa interactiu pàgina web *Fiestas en España*. Font: Portal Oficial de Turisme d'Espanya.

Pestanya festivitats

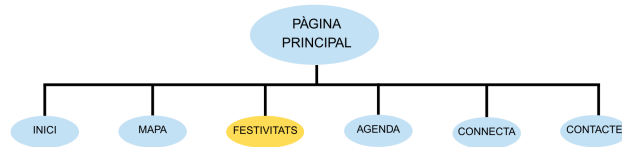


Figura 20. Localització de l'usuari dins la pàgina web. Font: elaboració pròpia.

La tercera pestanya que es troba en el menú superior és la de **festivitats**. En entrar en aquesta surten totes les festivitats escollides. Aquestes apareixeran en format quadrat amb una imatge i el nom de la festivitat, tal com es mostra a la figura 21.



Figura 21. Pestanya mapa pàgina web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

D'aquest mode és una forma ràpida i visual de fer una primera vista de totes les festivitats que ofereix la guia. A més, l'ordre que segueixen és cronològic, començant de gener fins a desembre perquè sigui més fàcil orientar al lector. Si es clica sobre el nom de la festivitat s'entra directament a la pàgina concreta de cada festa. S'ha agafat la idea del Portal oficial de turisme d'Espanya a la secció de *Fiestas de España*⁷¹ (Fiestas de España | *spain.info*, n.d.) , mostrat a la figura 22.

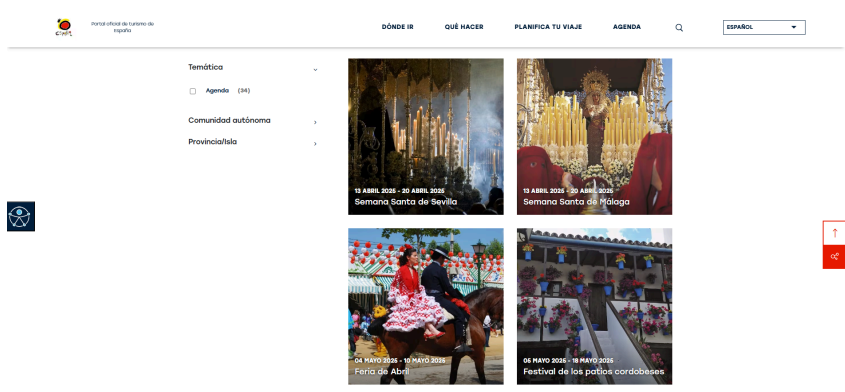


Figura 22. Pàgina web *Fiestas en España*. Font: Portal Oficial de Turisme d'Espanya.

L'interior de totes les festivitats exposades segueix una mateixa estructura detallada i clara per oferir als lectors tota la informació necessària per gaudir plenament de l'experiència. La festivitat escollida com a mostra d'exemple a la pàgina web és la **Batalla del vi d'Haro**⁷² (*Fiestas con raíces*, 2025).

En primer lloc, es mostra el nom de la festivitat i una imatge destacada, la mateixa que apareix al quadrat de presentació de la festivitat. A continuació, es proporciona la ubicació i la data en què se celebra. Això permet als viatgers identificar fàcilment quan i on poden viure cada festa. Veure-ho a la figura 23.

⁷¹ <https://www.spain.info/es/consulta/fiestas-espana/>

⁷² <https://fiestasconraices.wordpress.com/batalla-del-vino-2/>



FIESTAS CON RAÍCES

RAÍCES, CULTURA Y MUCHA FIESTA. UN VIAJE POR LAS FESTIVIDADES ESPAÑOLAS

[MAPA](#) [FESTIVIDADES](#) [AGENDA](#) [CONECTA](#) [CONTACTO](#)

Batalla del Vino en Haro: la fiesta más divertida y tradicional de La Rioja



Buscar

 Cada 29 de junio.

 Haro, La Rioja.

Figura 23. Pàgina de la *Batalla del vino* en la web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

Seguidament, es detalla una descripció de la celebració, l'origen, el significat i la història, tal com mostra la figura 24. Aquest apartat ajuda a contextualitzar l'esdeveniment i a comprendre'n la rellevància dins la cultura local. Per complementar aquesta informació, s'inclou un vídeo representatiu, que permet als usuaris obtenir una primera impressió visual i auditiva de l'ambient de la festa.



FIESTAS CON RAÍCES

RAÍCES, CULTURA Y MUCHA FIESTA. UN VIAJE POR LAS FESTIVIDADES ESPAÑOLAS

[MAPA](#) [FESTIVIDADES](#) [AGENDA](#) [CONECTA](#) [CONTACTO](#)

Haro celebra San Pedro... ¡a lo grande (y empapado de vino)!

Haro, un importante destino del turismo enológico en España, celebra el **Día de San Pedro** como solo ellos saben hacerlo: **con litros y litros de vino**. ¿La diferencia? Aquí no se bebe... **¡se lanza!** Pistolas de agua, botas, cubos, sulfatadoras, calderos o botellas: **todo vale para empapar al prójimo** y convertir la fiesta en una auténtica batalla teñida de tinto. Si pensabas que conocías todas las formas de disfrutar del vino espera a vivir esta.



Figura 24. Pàgina de la *Batalla del vino* en la web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

D'acord amb la figura 25, després ve un apartat de consells pràctics per participar-hi de manera adequada. Es donaran recomanacions sobre seguretat, vestimenta, planificació del viatge, entre d'altres. Per exemple, es destaca si cal portar una indumentària específica, com és el cas a la Batalla del Vi d'Haro que s'ha de vestir de blanc. També s'informa sobre la durada de la festivitat per facilitar la planificació de l'estada i aprofitar-ne al màxim l'experiència. En aquest cas s'ha fet amb una infografia per fer-ho el més visual possible.



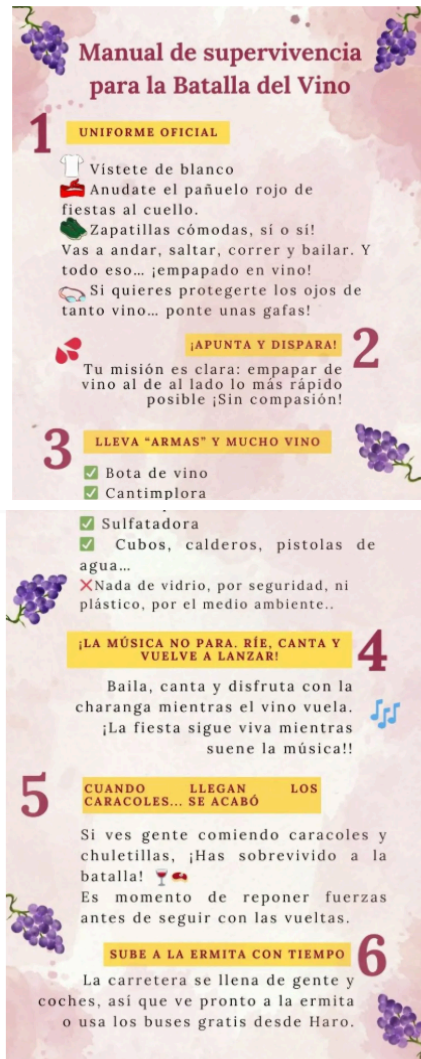
FIESTAS CON RAÍCES

RAÍCES, CULTURA Y MUCHA FIESTA. UN VIAJE POR LAS FESTIVIDADES ESPAÑOLAS

[MAPA](#) [FESTIVIDADES](#) [AGENDA](#) [CONECTA](#) [CONTACTO](#)

Algunos consejos que te van a ir bien

Si vas a lanzarte a esta aventura vinícola, tienes que conocer las reglas no escritas de la batalla. Aquí va la guía exprés para disfrutar al máximo y acabar empapado de vino. 🍷



Manual de supervivencia para la Batalla del Vino.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 25. Pàgina de la *Batalla del vino* en la web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

Posteriorment, es dedica una secció a les curiositats, on es comparteixen dades interessants i poc conegudes sobre la festivitat. Aquest apartat aprofundeix en aspectes que sovint passen desapercebuts, històries vinculades a la celebració, personatges emblemàtics o elements simbòlics que han perdurat al llarg del temps.

També, es destaquen anècdotes o fets històrics rellevants que han marcat l'evolució de la festa. Aquestes dades enriqueixen l'experiència del lector, especialment per a aquells més curiosos que vulguin aprofundir-ne.

Seguidament, es detalla la informació sobre el transport. S'expliquen diferents opcions per arribar a la destinació, fent especial èmfasi en el cotxe i les zones d'aparcament, així com en els trens, ja que segons l'enquesta realitzada, aquestes són les opcions més utilitzades pels joves per moure's per Espanya. No obstant això, també s'inclouen alternatives com el bus o plataformes de viatges compartits com *BlaBlaCar*, perquè els viatgers puguin valorar totes les possibilitats. En aquest apartat també s'utilitza un mapa de *My Maps*, per fer-ho el més visual possible. En el mapa s'inclou les rutes més ràpides amb cotxe i tren des de les capitals de les diferents comunitats autònomes. També, el temps que es tarda aproximadament i si la ruta té peatge.



Figura 26. Mapa *Rutas en tren, coche y pàrquings en Haro* de la pàgina de la Batalla del vino en la web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

A continuació, es presenten opcions d'allotjament adaptades a diferents pressupostos, des d'hotels i hostals fins a càmpings i allotjaments turístics com Airbnb. No obstant això, es prioritzen les opcions econòmiques, ja que el públic objectiu de la guia sol viatjar amb un pressupost ajustat.

També, s'inclou un apartat dedicat a la gastronomia local, un aspecte que els joves han destacat com a rellevant. Aquí es recomanen plats i begudes típiques de la zona, així com restaurants de qualitat amb preus assequibles.

L'apartat d'allotjament i gastronomia també estan presentats amb un altre mapa de *My Maps*. En aquest es mostren diverses possibilitats de les dues opcions. A més, es dona informació sobre el preu i el tipus de menjar.



Figura 27. Mapa *Alojamientos y restaurantes en Haro* de la pàgina de la *Batalla del vino* a la web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

Després, s'ofereix una galeria d'imatges en mode de carrusel i, a continuació, un compte enrere fins al dia que té lloc la festivitat, com es pot observar a la figura 28.

Finalment, per fomentar la interacció, es proporciona un enllaç directe a les diferents xarxes socials. S'afegiran vídeos publicats sobre la festivitat per generar trànsit cap a les altres plataformes i ampliar l'abast de la guia. També, hi ha un espai de comentaris on els participants podran compartir les seves experiències sobre la festivitat, connectar amb altres persones interessades a assistir-hi, organitzar viatges conjunts o fins i tot cercar companys per compartir cotxe. Veure a la figura 29. Aquest fòrum, exclusiu per a cada festivitat està dissenyat per tractar aspectes específics relacionats amb cada esdeveniment.

¿Te animas a vivir esta batalla en primera persona?



Batalla del Vino. Foto: Ricardo Donezar. Cedida por el Ayuntamiento de Haro.

1 / 9

44

DÍAS

7 HORAS 45 MINUTOS 12 SEGUNDOS

HASTA

Batalla del Vino

Figura 28. Pàgina de la *Batalla del vino* en la web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

Si queréis más información y estar al día de las últimas novedades, podéis seguirnos en nuestras redes sociales:



En este espacio puedes compartir tus experiencias si ya has vivido esta festividad, conectar con otras personas interesadas en asistir, organizar viajes en grupo o incluso buscar compañeros para compartir coche

DEJA UN COMENTARIO

Escribe un comentario...



Comentar



Figura 29. Pàgina de la *Batalla del vino* en la web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

Al llarg del text, redactat d'una manera amena, per evitar que resulti monòton i visualment carregat, s'inclouen imatges, infografies, mapes i altres recursos gràfics, adaptats a les necessitats específiques de cada festivitat. Això no només fa més atractiva la lectura, sinó que també facilita la comprensió de la informació.

Pestanya agenda

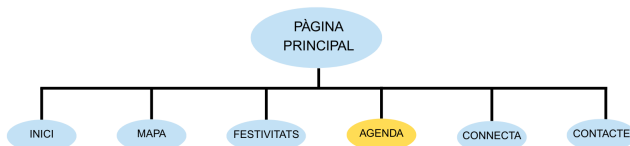


Figura 30. Localització de l'usuari dins la pàgina web. Font: elaboració pròpia.

La quarta pestanya del menú superior és **agenda**. En aquesta es recullen les festivitats ordenades cronològicament, des de gener fins a desembre.

La figura 31 il·lustra com està feta aquesta pestanya. L'eina utilitzada per fer l'agenda és *Google Calendar*, ja que visualment queda ordenat. A més, quan es clica sobre una festivitat surt la mateixa informació que en el mapa principal i, també, s'ofereix l'enllaç en cas que es vulgui ampliar la informació sobre la festivitat.

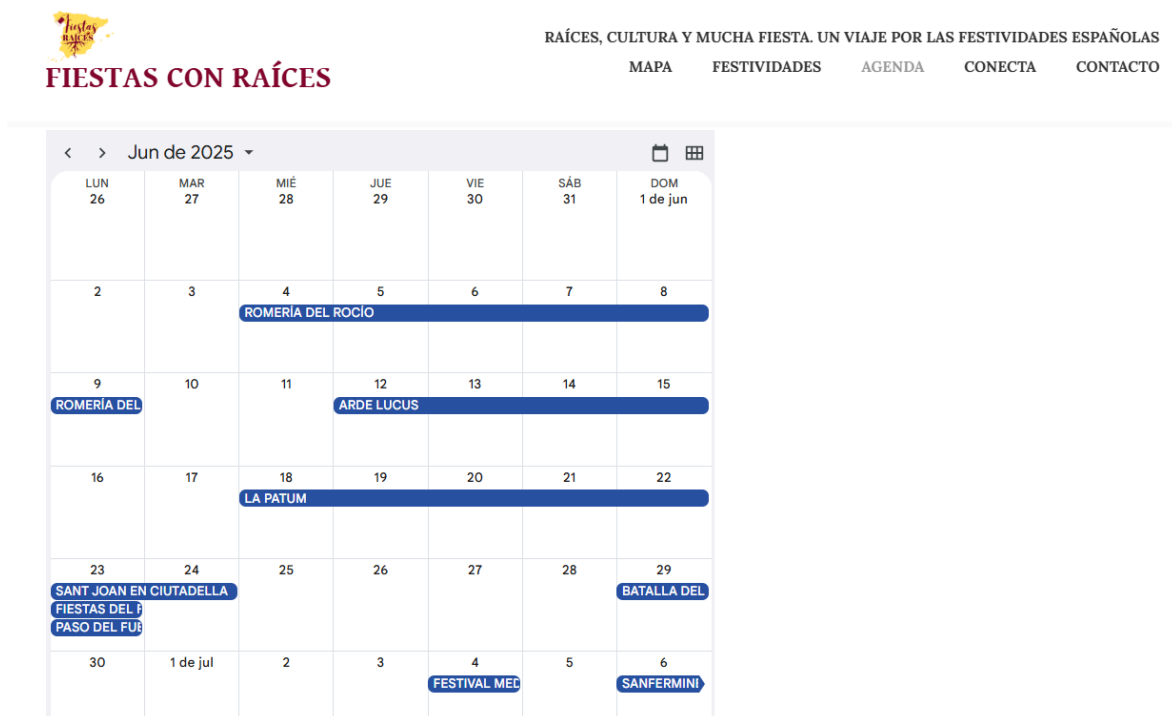




Figura 31. Pestanya agenda pàgina web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

Pestanya connecta

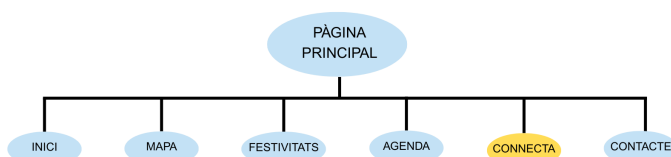


Figura 32. Localització de l'usuari dins la pàgina web. Font: elaboració pròpia.

La quarta pestanya és la de **connecta**. En aquesta hi ha un espai de fòrum on els usuaris poden interaccionar entre ells publicant comentaris, veure a la figura 33. En aquest espai es poden compartir experiències viscudes en festivitats, preguntar dubtes i rebre consells, suggerir festivitats que volen informació i no estan a la guia, parlar sobre properes festes i organitzar trobades entre usuaris que estiguin interessats, expressar inquietuds que tinguin, entre d'altres. Per garantir la qualitat i la rellevància dels continguts, tots els comentaris passaran per un filtre de moderació, evitant així aportacions fora de context. També, es pot valorar els comentaris útils donant un m'agrada. Totes les persones poden comentar i respondre missatges d'altres usuaris. Aquest espai busca convertir-se en un punt de trobada útil i enriquidor per als joves, afavorint l'intercanvi d'informació entre persones que han viscut aquestes festivitats i aquelles que volen experimentar-les.

És una forma de crear interacció i que el lector no només llegeixi, sinó que participi en aquesta.

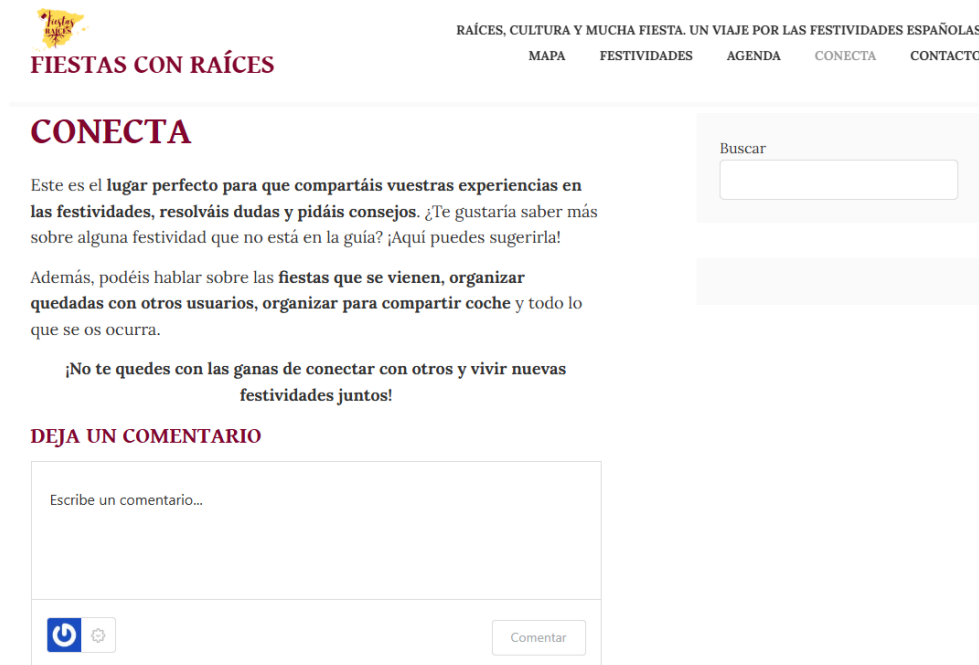


Figura 33. Pestanya *conecta* pàgina web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

Pestanya contacte

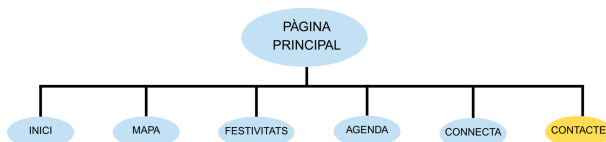


Figura 34. Localització de l'usuari dins la pàgina web. Font: elaboració pròpia.

L'última pestanya del menú és **contacte**. Un espai destinat a facilitar la comunicació entre els usuaris i la creadora de la guia en cas que aquests tinguin algun dubte o consulta. Per posar-se en contacte, els usuaris han d'emplenar un formulari amb tres camps: nom, correu electrònic i descripció del missatge, on poden exposar la seva consulta. Tal com es mostra a la figura 35.

FIESTAS CON RAÍCES

RAÍCES, CULTURA Y MUCHA FIESTA. UN VIAJE POR LAS FESTIVIDADES ESPAÑOLAS

MAPA FESTIVIDADES AGENDA CONECTA CONTACTO

CONTACTO

¡Si tenéis alguna **duda o necesitáis más información**, no dudéis en **contactarnos**! Estaremos encantadas de ayudaros y resolver todas vuestras preguntas.

Nombre (obligatorio)

Correo electrónico (obligatorio)

Mensaje

CONTÁCTANOS

Buscar

Figura 35. Pestanya *contacto* pàgina web *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

7.4.1.3. Optimització dels motors de cerca (SEO)

Un cop explicat quina plataforma s'utilitza per fer la pàgina web i com està estructurat l'interior, ara s'explica com s'optimitza aquesta i el pla de monetització del projecte.

El SEO, que és l'abreviatura en anglès de *Search Engine Optimizacion*, segons la *Guía de SEO para principiantes*⁷³ consisteix a ajudar els buscadors a entendre el teu contingut i als usuaris a trobar el teu lloc i prendre una decisió sobre si deuen visitar-lo a través d'un buscador (*Centro de la Búsqueda de Google*, n.d.).

Per entendre el funcionament del SEO s'ha tornat a parlar amb l'experta en creació de pàgines web i posicionament SEO, Marta Lujan Montserrat.

Per optimitzar la guia de viatges s'han de tenir en compte diversos aspectes. En primer lloc, cal fer una estratègia de paraules claus efectives. És important investigar

⁷³ <https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?hl=es>

i trobar les paraules clau que utilitzen els usuaris quan busquen informació sobre festes i viatges per Espanya. Les paraules clau poden ser més generals, com "festes a Espanya" o "guia de viatges", però també és important treballar les de llarg recorregut, com "millors festes d'Espanya per a joves" o "com anar a la Tomatina des de Barcelona" en lloc de només "Tomatina". Aquest enfocament permet arribar a audiències més específiques que ja tenen una intenció de viatjar, necessiten informació concreta i probablement tenen un interès més gran.

Pel que fa a contingut, cada pàgina ha d'estar optimitzada amb títols i meta descripcions atractives, que incloguin aquestes paraules clau de manera natural. És important utilitzar correctament els encapçalaments per estructurar el text i facilitar la lectura, així com afegir text alternatiu a les imatges perquè Google les pugui indexar. També, és important potenciar l'enllaç intern, vincular articles relacionats i crear una experiència de navegació que faci que els usuaris passin més temps al web. Això és el que es vol fer amb el model de navegació reticular.

7.4.1.4. Monetització

Pel que fa a la monetització, hi ha diverses opcions que funcionen en aquest projecte.

En primer lloc, el **Google AdSense**. Aquesta forma permet generar ingressos passius mitjançant anuncis segmentats. Segons el portal d'informació de *Google AdSense*⁷⁴, quan es parla d'ingressos passius mitjançant anuncis segmentats, es fa referència a la capacitat de guanyar diners de manera automàtica amb anuncis que es mostren al teu lloc web, i aquests anuncis estan adaptats a l'interès i comportament dels usuaris, ja que *Google* utilitza informació sobre aquests. A més, qualsevol persona pot unir-se a *AdSense* sense costos inicials i un cop es publiquen els anuncis, la creadora de la web rep al voltant del 68% dels ingressos publicitaris, mentre que *Google AdSense* es queda amb el 32% (*Google AdSense*, n.d.).

En segon lloc, el **màrqueting d'afiliats**. Aquest és un model de negoci en línia en què un afiliat promou els productes o serveis d'una empresa o comerciant al seu

⁷⁴ https://adsense.google.com/intl/es-419_ALL/start/how-adsense-works/

lloc web, blog, xarxes socials o altres canals de màrqueting. L'afiliat rep una comissió per cada venda, clic, descàrrega o acció que el visitant faci com a resultat de la promoció. Aquesta comissió és una part del preu del producte o una tarifa fixa, i varia segons el programa d'afiliats.

Aquest sistema és beneficiós tant per als afiliats com per als comerciants, ja que els afiliats poden generar ingressos passius en promocionar productes o serveis rellevants per a la seva audiència, mentre que els comerciants poden augmentar les seves vendes i visibilitat sense haver de fer front a costos publicitaris anticipats (ESIC Business & Marketing School).

La guia està afiliada a plataformes que realment pels usuaris poden ser profitoses com per exemple: *Booking*, *Alsa*, *Airbnb*, *Renfe*, *GetYourGuide* i *HostelWorld*. Els enllaços d'afiliació estan incorporats als diferents apartats relatius a les festivitats com el transport, l'allotjament, la gastronomia i les activitats, amb l'objectiu d'oferir recomanacions específiques i emportar-nos un benefici en cas que els usuaris reservin a través de l'enllaç.

Per últim, la **presència a la guia de serveis a canvi d'una quota**. L'objectiu és establir acords amb diferents serveis turístics interessats a ser promocionats. A canvi de la seva presència a la guia, aquests serveis han de pagar una quota i oferir codis promocionals amb descomptes exclusius per als usuaris. D'aquesta manera, els viatgers joves poden accedir a reserves més econòmiques, un dels factors claus que tenen en compte a l'hora d'organitzar un viatge.

7.4.2. Xarxes socials

Les xarxes socials són el principal canal per donar a conèixer la guia al públic jove. És important tenir presència en aquestes perquè normalment és el primer lloc que la gent mira en buscar informació. Per tal d'atreure el màxim nombre de seguidors i consolidar una comunitat fidel interessada en les festivitats espanyoles, és fonamental utilitzar totes les eines i combinar diferents formats de contingut.

7.4.2.1. Instagram

7.4.2.1.1. Tipus de contingut

A Instagram s'utilitzen totes les opcions disponibles que ofereix l'aplicació, des de publicacions estàtiques fins a *reels* i *stories*, així com una interacció constant amb el públic.

Un dels elements clau per garantir una presència sòlida a Instagram és el contingut publicat al *feed*, ja que és la carta de presentació del perfil i ofereix informació als usuaris. Per això, es fan publicacions atractives, tant visualment com informativament. A més, per mantenir als usuaris es faran publicacions diàries. A continuació, s'explica quin tipus de contingut es fa amb les possibilitats que dona aquesta xarxa social.

Respecte a les **publicacions**, es fan de diversos tipus i aquestes poden anar variant.

- **Carrusels:** per explicar a través de diverses imatges la història d'una festivitat de manera detallada, per mostrar diferents moments d'una festivitat en una mateixa publicació. Per exemple, explicar la història d'una festa en diverses diapositives amb imatges impactants i dades curioses. A la figura 36 hi ha un exemple de carrusel publicat al compte de *Fiestas con raíces*, explicant la festivitat de la Batalla del vi.





Figura 36. Publicació de tipus carrusel al perfil d'Instagram *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

- **Publicacions amb informació pràctica:** publicacions dedicades a donar informació bàsica com dates, ubicacions i recomanacions per ajudar els viatgers a planificar la seva experiència. Veure exemple del tipus de publicació a la figura 37.



Figura 37. Publicació de tipus carrusel al perfil d'Instagram *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

- **Contingut visual atractiu:** imatges impactants i descriptives de l'experiència de la festa, en aquest tipus de posts el que predomina és purament l'estètica visual, que siguin imatges potents.

Un dels altres formats molt present són els **reels**, els encarregats principalment d'atraure a noves persones al perfil i generar més interacció, ja que és el format que més capacitat té per viralitzar-se. Per mantenir l'atenció de la gent es fan vídeos amb una duració màxima de dos minuts depenent de la temàtica d'aquest, tot i que es prioritzin els més curts. Alguns dels tipus de *reels* que es fan són els següents:

- Vídeos explicatius i mostrant la vivència de les festivitats des de dins.
- Vídeos preguntant a testimonis com viuen una festivitat i la seva experiència.
- Vídeos de consells. Exemple: 5 coses que has de saber abans d'anar a La Tomatina.
- Vídeos de mini guies en format audiovisual dels llocs on hi ha les festivitats. Exemple: coses per fer a Bunyol en 3 dies.
- Vídeos de comparatives de festa. Exemple: quina és la festa més esbojarrada d'Espanya: La Tomatina o la Batalla de vi d'Haro?
- Vídeos resum un cop ha acabat una festivitat.

Per maximitzar l'abast dels *reels* s'utilitzen les músiques en tendència del moment, *hashtags* que descriuen el post per ajudar a mostrar-ho als usuaris correctes, es posen subtítols que faciliten la comprensió sense so, s'afegeix la ubicació i es publiquen en horaris estratègics. Els primers segons d'un *reel* són determinants per retenir l'audiència i captar l'atenció, per aquesta raó es començaran amb una escena impactant o una pregunta que generi interès.

Les **stories** són un altre format que li traiem partit. Permet compartir fragments dinàmics de les festivitats, com activitats puntuals, rituals específics o recomanacions d'última hora per als viatgers. El seu format de curta durada, màxim fins a seixanta segons, les fa ideals per transmetre informació de manera ràpida i visual creant un vincle immediat amb el públic. A més, en aquestes s'afegeix música per crear més dinamisme.

Els tipus de *stories* que es fan són les següents:

- Infografies amb informació ràpida sobre cada festivitat.

- Per fomentar la participació dels usuaris es fan enquestes, preguntes o adhesius amb comptes enrere per a esdeveniments importants.
- Retransmissió en directe d'esdeveniments concrets de les festivitats. Per exemple, l'inici de la Batalla del Vi d'Haro.
- Imatges amb enllaços per redirigir els usuaris a publicacions específiques o a la pàgina web de la guia.
- Compartir avançaments d'una festivitat, convidant els usuaris a visitar el lloc web per obtenir informació més detallada.
- Anunciar novetats, com la incorporació d'una nova festivitat a la guia o actualitzacions d'informació.
- Publicitar concursos o promocions especials.
- Penjar les diferents publicacions i *reels* que es facin per arribar a més gent.

Tot i que les *stories* desapareixen després de 24 hores, aquelles que siguin d'interès es mantenen visibles en el perfil, així l'usuari sempre pot tornar-les a veure. Aquestes estaran guardades en les *stories* destacades i organitzades per carpetes de festivitats, consells i descomptes amb la possibilitat d'afegir o treure depenent la situació.

La **interacció** amb la comunitat que es va creant també té un paper important en el manteniment i el contentament dels seguidors. Per aquesta raó, s'inverteix temps a respondre els missatges privats i els comentaris en els posts.

El **perfil** és un altre aspecte rellevant per mantenir els seguidors, atraure a nous i facilitar la navegació dins del compte. El nom d'usuari és el del projecte *Fiestas con raíces*, fàcil de recordar i la foto de perfil és el logo. La biografia és concisa i atractiva per captar l'atenció en pocs segons i té accés directe a la pàgina web (vegeu a la figura 38). En la biografia hi ha un enllaç multiús, el de *Linktree*, ja que permet redirigir els usuaris cap a diferents recursos com a la web en cas que vulguin ampliar informació i també cap a les diferents opcions de màrqueting d'afiliats en cas que vulguin agafar-ho a través d'aquest. Aquest tipus d'enllaços faciliten la conversió dels seguidors en visitants de la pàgina web, generant així més trànsit.



Figura 38. Perfil d'Instagram de *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

7.4.2.1.2. Algoritme

Per garantir que aquest contingut obtingui la màxima visibilitat, és essencial entendre com funciona l'algoritme d'Instagram. Aquesta eina determina quines publicacions es mostren als usuaris en funció de diversos factors, com la interacció, el temps de visualització i la freqüència de publicació. Les publicacions que reben més comentaris, comparticions i guardats tenen més possibilitats d'aparèixer en el *feed* d'altres usuaris, mentre que aquelles que aconseguixen retenir l'audiència durant més temps són prioritzades per la plataforma. Per aquest motiu, és important generar contingut que desperti curiositat i fomenti la interacció. S'han d'optimitzar els *reels* i utilitzar *hashtags* rellevants (Chillingworth, 2025).

El director d'Instagram, Adam Mosseri, el gener de 2024 va publicar una sèrie de vídeos en el seu perfil d'aquesta mateixa xarxa social on explica com funciona el rànquing a Instagram⁷⁵. "A grans trets, hi ha dos tipus de classificació a Instagram: l'abast connectat, que fa referència als comptes que ja et segueixen, i l'abast no connectat, que inclou els comptes que encara no et segueixen. En tots dos casos, els tres senyals més rellevants per al rànquing són el temps de visualització, els "m'agrada" i les comparticions. Per aquest motiu, a l'hora d'analitzar les

⁷⁵ https://www.instagram.com/mosseri/reel/DFEYRp-pINJ/?hl=en&utm_source

estadístiques, és fonamental prestar atenció al temps mitjà de visualització, als "m'agrada" per abast i a les comparticions per abast." (Mosseri, 2025)

També, segons l'article publicat a Predis.ai "La programació de publicacions d'Instagram afecta el compromís?"⁷⁶, l'algoritme té en compte diversos aspectes, com la relació entre el creador i l'espectador, l'interès de l'usuari pel tipus de contingut, el temps de visualització i la freqüència de publicació (Ratnaparkhe, 2025).

7.4.2.1.3. Monetització

Les dues principals estratègies que s'utilitzen en aquesta xarxa social són les següents:

En primer lloc, pactar col·laboracions amb marques per promocionar els seus serveis a través de publicacions patrocinades, *stories* i *reels*. Hi ha múltiples opcions de treballar amb empreses del sector turístic, des d'allotjament, transport, oficines de turisme que volen promocionar una festivitat en concret, entre d'altres.

En segon lloc, de la mateixa manera que amb la pàgina web, es comparteixen els mateixos enllaços d'afiliació als serveis mencionats anteriorment. També, es promocionen els codis de diferents serveis turístics interessats a ser promocionats, a canvi d'un descompte pels usuaris i el pagament d'una quota.

7.4.2.2. TikTok

La plataforma de *TikTok* ajuda principalment a què el projecte creixi i es doni a conèixer, ja que gràcies a l'algoritme d'aquesta plataforma és més fàcil que una conta es faci viral. Per aquesta raó, és una eina clau per fer difusió de la guia.

A més, de la mateixa manera que Instagram, actua com un canal d'atracció cap a la pàgina web i dirigeix l'audiència a explorar-ne el contingut més en profunditat. L'enllaç es mostra a la biografia del perfil i en les publicacions es fan referències

⁷⁶ <https://predis.ai/ca/recursos/programar-publicacions-d%27Instagram-afecta-la-participaci%C3%B3/>

constants perquè la gent que les vegi sàpiga que poden aprofundir el coneixement en aquesta.

7.4.2.2.1. Tipus de contingut

El contingut és semblant al que s'ha explicat en l'apartat d'Instagram, ja que s'aprofiten els vídeos i les idees de publicacions per les dues xarxes, per optimitzar el temps que se li ha de dedicar a cada una. Tot i això, sí que s'ha de tenir present que no funcionen de la mateixa manera les dues aplicacions i *TikTok* té un tipus de públic que normalment busca més informalitat i, fins i tot, dinamisme.

- **Carrusels i vídeos:** rànkings de diferents festivitats, es presenten diferents esdeveniments amb una petita descripció que convida a descobrir més informació a la web de la guia. A la figura 39 hi ha un exemple del vídeo “*Top 5 fiestas más locas y guarras de España*” publicat al perfil *Fiestas con raíces*.



Figura 39. Vídeo *Top 5 fiestas más locas y guarras de España* publicat en el perfil de *TikTok* de *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

- **Vídeo recopilatori festivitats:** vídeo d'una persona vivint la festivitat i mostrant l'experiència en primera persona i de manera divertida alhora que s'explica la festa. Un exemple és el vídeo publicat al perfil de Nacho Pla on

explica la festa popular *La Farrapada de Laza a Galicia*⁷⁷. Al final de vídeo convidar als usuaris que expliquin la seva experiència. Aquest tipus de vídeo funciona molt bé, ja que agrada i interessa al públic jove (Pla, 2025).

- **Tendències:** en aquesta plataforma les publicacions que arriben a més gent són sobretot aquelles que reproduïxen la tendència del moment. Per aquesta raó, es publica contingut aprofitant aquestes i adaptant-les a un contingut interessant o relacionat a la guia per tal de guanyar visibilitat. Es creen vídeos seguint sons en tendència i relacionant-los amb situacions comunes en les festivitats.
- Vídeos responent a preguntes freqüents que la gent escriu a comentaris, sobre les festivitats, per així establir un vincle més proper amb els seguidors.

7.4.2.2.2. Algoritme

Per garantir que el contingut tingui un abast ampli i esdevingui viral, és essencial entendre el funcionament de l'algoritme de *TikTok* i adaptar-se a les seves dinàmiques. En l'article publicat a Metricool "Algoritmo de TikTok en 2025: cómo funciona"⁷⁸ explica que "És un sistema avançat d'intel·ligència artificial que personalitza l'experiència de l'usuari a la plataforma. Funciona seleccionant i mostrant vídeos a la pàgina "Per a tu" de cada usuari, creant un *feed* únic i personalitzat basat en les seves interaccions i preferències. Aquest sistema té en compte factors com les interaccions de l'usuari amb l'app (vídeos que li agraden, comentaris, cerques), informació del vídeo (descripcions, hashtags) i detalls tècnics del dispositiu i la xarxa de l'usuari" (Martín, 2025).

L'algoritme prioritza el contingut que genera interacció, per la qual cosa és fonamental optimitzar cada publicació amb elements que fomentin la participació. A més, d'aquesta manera l'usuari passa més temps a la nostra publicació i això també és premiat. La manera de captar el públic i que es quedi a veure els vídeos és a través dels primers segons d'aquest. És molt important treballar l'inici del vídeo i que serveixi de ganxo per crear interès i que la gent es quedi fins al final.

⁷⁷ https://www.tiktok.com/@nachopla12/video/7478064133284367638?_r=1&_t=ZN-8ueIkd6Tv0Q

⁷⁸ <https://metricool.com/es/algoritmo-tiktok/>

Un altre factor a tenir en compte és l'ús de hashtags estratègics, combinant etiquetes més genèriques amb d'altres més específiques que ajudin a segmentar millor el públic. A més, la freqüència de publicació juga un paper clau en la visibilitat, ja que publicar de manera constant i en horaris en què l'audiència està més activa augmenta les possibilitats que un vídeo arribi a més usuaris.

Tots aquests factors es tindran en compte a l'hora de gestionar *TikTok* perquè la guia tingui el màxim abast possible.

7.4.2.2.3. Monetització

Respecte a la monetització, amb *TikTok* es duu a terme les dues mateixes estratègies que amb Instagram. Per una banda, pactar col·laboracions amb marques per promocionar els seus serveis a través de publicacions patrocinades. Per l'altra banda, a través del màrqueting d'afiliats amb els mateixos enllaços.

7.4.2.3. YouTube

S'ha decidit crear un canal de *YouTube*, ja que aquesta plataforma ofereix unes possibilitats diferents de les altres dues xarxes socials.

7.4.2.3.1. Tipus de contingut

A diferència de les plataformes de vídeos curts, aquí es produeixen vídeos de més qualitat i de més durada, oferint una visió detallada de cada festivitat de manera visual. En aquest espai es publica un vídeo per setmana, a diferència de les altres xarxes on el contingut es fa de manera diària. Aquesta decisió respon a una qüestió tècnica: els vídeos que es publiquen aquí requereixen més feina i produir-ne un cada dia seria un volum de feina massa elevat. A més, s'ha observat que la majoria dels creadors de contingut segueixen aquesta mateixa estratègia, publicant un vídeo setmanalment el mateix dia, generant així expectació entre els seus seguidors, que esperen la publicació.

A continuació, s'explica els continguts generats en aquesta plataforma.

- Vídeo presentació de les diferents festivitats incloses en la guia.



Figura 40. Vídeo presentació de la guia al canal de YouTube de *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

- Realització de documentals, d'un màxim de vint minuts, de l'experiència de les festivitats incloent entrevistes amb organitzadors, locals i joves que participen, entre d'altres.
- Crear sèries temàtiques sobre les diferents festivitats que permetin als espectadors explorar diversos aspectes de cada esdeveniment. Aquestes sèries compten amb vídeos dels diferents apartats explicats en la guia però amb format audiovisual (Consells pràctics, allotjament, transport, gastronomia i curiositats).

7.4.2.3.2. Optimització dels motors de cerca (SEO)

El *SEO*, especialment a *YouTube*, té una gran importància, ja que actualment és el segon motor de cerca més important del món, després de Google. Tot i que formen part de la mateixa empresa, funcionen de manera diferent, però alhora es complementen (Uribe, 2023).

Per aconseguir un bon posicionament en aquesta plataforma s'han de tenir en compte diferents factors. Uribe exposa en l'article "SEO para YouTube: estrategias para posicionar vídeos"⁷⁹ que per aconseguir un bon resultat s'han de seguir els següents passos:

- **Cerca de paraules clau:** investiga les paraules clau més rellevants amb eines com *Google Trends* o *Semrush* i fes-les servir al títol, descripció i etiquetes del vídeo.
- **Nom del fitxer:** guarda el vídeo amb un nom descriptiu que inclogui la paraula clau
- **Títol atractiu:** ha de ser clar, impactant i contenir la paraula clau per millorar el seu posicionament.
- **Descripció optimitzada:** escriu almenys 300 paraules, incloent-hi paraules clau, enllaços i una crida a l'acció.
- **Miniatura atractiva:** la imatge que es mostra abans d'entrar en el vídeo ha de tenir imatges d'alta qualitat amb colors cridaners, text clar i, si és possible, cares humanes.
- **Etiquetes adequades:** afegeix entre 6 i 8 paraules clau per millorar la indexació i recomanació del vídeo.
- **Cura l'aparença del teu canal:** personalitza la portada, la foto de perfil i organitza el contingut en llistes de reproducció.
- **Llistes de reproducció:** classifica els vídeos per temàtiques per facilitar la navegació dels usuaris.
- **Ús de targetes:** afegeix targetes informatives durant el vídeo per dirigir els espectadors a altres continguts o enllaços.

Per aconseguir uns bons resultats s'utilitzaran els passos exposats anteriorment.

7.4.2.3.3. Monetització

La monetització a *YouTube* es fa de la mateixa manera que a les altres dues xarxes socials. Es pacten col·laboracions amb marques per promocionar els seus serveis a

⁷⁹ <https://loscreativos.co/seo/seo-para-youtube/>

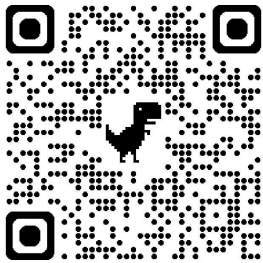
través de publicacions patrocinades i el màrqueting d'afiliats amb els mateixos enllaços.

A banda d'aquestes dues formes, quan el canal arribi als mil subscriptors i a quatre mil hores de reproducció pública en els vídeos al llarg dels últims 365 dies (requisits a complir segons les directrius de la plataforma) s'activaran els anuncis en els vídeos del canal.

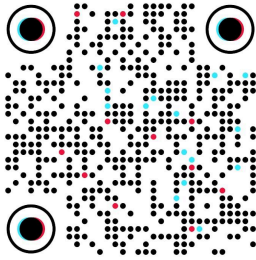
El pagament per visites depèn del Cost per Mil (CPM), que varia segons factors com el tipus de contingut, la ubicació geogràfica dels espectadors i l'època de l'any. De mitjana, el CPM pot oscil·lar entre 0,25 i 4 euros, tot i que en alguns casos pot ser més alt. Això significa que, per cada mil visualitzacions, un creador pot guanyar entre 0,25 i 4 euros, però aquesta xifra pot variar considerablement (Romero, 2024).⁸⁰

8. Prova pilot

Després d'haver completat les dues primeres fases del projecte, l'estudi de mercat i la ideació i el disseny—, s'ha dut a terme una prova pilot per avaluar el funcionament i l'eficàcia de totes les parts de la guia: la pàgina web amb el contingut interactiu i les xarxes socials. A la taula 4 es facilita l'accés a les diferents plataformes perquè es puguin explorar i testejar la guia digital.

Plataforma	Nom usuari	Accés
Pàgina web. La festivitat desenvolupada és la <i>Batalla del Vino</i> .	<i>Fiestas con raíces</i>	 https://fiestasconraices.wordpress.com/

⁸⁰ <https://metricool.com/es/cuanto-paga-youtube-por-video/>

		Festivitat <i>Batalla del Vino</i>  https://fiestasconraices.wordpress.com/batalla-del-vino-2/
Instagram	@fiestasconraices	 @FIESTASCONRAICES https://www.instagram.com/fiestasconraices?utm_source=qr&igsh=Z3U4YW5xNHplb3kx
TikTok	@fiestasconraices	 @fiestasconraices Fiestas con raíces https://www.tiktok.com/@fiestasconraices? t=ZN-8waeMTPlgAA& r=1

YouTube	@fiestasconraices	 https://youtube.com/@fiestasconraices?si=REOxhY29sYvn3mEb
---------	-------------------	--

Taula 4. Accés a la guia digital *Fiestas con raíces*. Font: elaboració pròpia.

9. Conclusions

Un cop finalitzat el procés de recerca, disseny i desenvolupament del projecte *Fiestas con raíces* i la prova pilot, es pot afirmar que els resultats obtinguts responen a l'objectiu inicial: donar a conèixer les festivitats d'Espanya a un públic jove mitjançant un enfocament dinàmic, visualment atractiu i respectuós amb la tradició i la cultura. El projecte ha aconseguit combinar la riquesa patrimonial de les festes amb un llenguatge visual i narratiu proper creant una guia digital innovadora i funcional.

Pel que fa als objectius específics, s'han anat assolint de manera satisfactòria. En primer lloc, s'ha complert l'objectiu de **donar a conèixer la diversitat de festivitats espanyoles**, incloent-hi tant les més conegudes com aquelles menys mediàtiques. La selecció de festes recollida a la guia, tot i ser una primera versió amb 50 festivitats, ofereix explicacions clares sobre el seu origen, evolució i significat cultural. La seva naturalesa en línia permet que es pugui mantenir en constant actualització, amb la **possibilitat d'anar afegint noves celebracions** segons criteris geogràfics, temporals, d'exclusivitat, personals i d'interès per al públic objectiu.

El projecte compta amb una identitat visual consolidada, amb un nom, un logotip i uns colors, que reflecteixen l'essència del projecte: la connexió entre festa, cultura i arrels. A més, s'ha assolit l'objectiu de convertir la guia en un **espai de**

socialització, gràcies a la integració d'eines a la pàgina web i les xarxes socials que afavoreixen la interacció entre joves interessats en el patrimoni cultural. Cal destacar també que la guia fa èmfasi en la **promoció d'un turisme cultural responsable i de proximitat**.

La realització de l'**enquesta al públic objectiu** ha estat fonamental per validar les hipòtesis inicials i orientar certs aspectes del projecte. Els resultats han confirmat que **els joves mostren un interès considerable per les festes populars**, especialment per aquelles més conegudes, les quals encapçalen les seves preferències a l'hora de decidir-se a visitar-les. Aquesta dada és crucial per prioritzar els continguts i les estratègies de promoció.

Una de les demandes destacades ha estat la necessitat d'**oferir informació pràctica més enllà del context festiu**. Els joves no només volen conèixer la història i les activitats associades a cada celebració, sinó també **accedir a recomanacions sobre gastronomia, allotjament, transport i consells útils**. Aquesta petició ha estat incorporada en el disseny del portal, assegurant que cada fitxa de festivitat sigui completa i útil des del punt de vista de l'usuari.

Quant als canals de difusió, s'ha confirmat el **paper clau de les xarxes socials, especialment Instagram, TikTok i YouTube, i dels blogs com a principals fonts d'informació** per al públic jove. Aquest fet ha guiat l'estratègia comunicativa del projecte, que aposta per la creació de continguts adaptats a aquestes plataformes. Tot i l'existència de nombrosos portals dedicats a les festivitats, s'ha detectat una mancança de guies digitals dirigides específicament a joves, amb informació amena, detallada i estructurada mitjançant eines com mapes interactius, infografies i amb la creació d'un espai comunitari interactiu. Aquesta absència representa una oportunitat per a *Fiestas con raíces* de consolidar-se dins el sector.

Paral·lelament, també s'ha detectat una **presència limitada de comptes amb reconeixement a les xarxes socials** que divulguin informació sobre festes des d'un enfocament jove. Aquesta mancança reforça el **potencial del projecte per esdevenir una veu rellevant** en aquestes plataformes pel públic objectiu.

Tanmateix, a mesura que avançava el desenvolupament del projecte, ha emergit una **necessitat clau que no s'havia previst inicialment: la inversió econòmica**. Tot i que en un principi es considerava que el desenvolupament d'una guia digital es podria dur a terme amb recursos mínims, durant el treball s'ha vist que és imprescindible **comptar amb un suport tècnic i financer per garantir-ne la continuïtat del projecte**. El manteniment de la web, la producció regular de contingut i la implementació d'una estratègia SEO eficaç requereixen professionals especialitzats i una planificació a mitjà termini per assolir visibilitat en un entorn digital altament competitiu.

Malgrat això, la **prova pilot** realitzada amb la versió gratuïta de WordPress **ha confirmat la viabilitat del projecte**. La guia ofereix una navegació fluïda i intuïtiva, amb un disseny cuidat i accessible. Els continguts compleixen els criteris establerts en la fase de disseny: to amè, estil visual atractiu i informació clara i útil per al públic destinatari.

En definitiva, ***Fiestas con raíces*** representa una **proposta innovadora** que aposta per renovar la manera de difondre el patrimoni festiu espanyol, fent-lo accessible, comprensible i atractiu per a les generacions joves. El projecte és factible i té un ampli marge de creixement si compta amb el suport tècnic i econòmic adequat. Amb una base sòlida, una bona recepció per part del públic i una clara oportunitat de mercat, **no es descarta que pugui evolucionar cap a un projecte professional en el futur**, amb capacitat per esdevenir la guia digital de referència per a joves interessats a descobrir les arrels festives d'Espanya.

10. Referències bibliogràfiques

Adrián Iglesias. (2024, enero 12). *Adrián Iglesias - Jarramplas (ft. Acetre) (Video oficial)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UY-jOJXKtic>

Amapro. (2023, septiembre 16). *Passion of las Fallas | Valencia* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NS6emKb5I00>

Arde Lucus. (2024, mayo 10). *ARDE LVCVS 2024 - Spot CASTELLANO* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QzK6IIIbIT8>

Ayuntamiento de Sevilla. (2017, abril 27). *Feria de Abril de Sevilla* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yWWoJidME54>

Ayuntamiento de Tarazona. (2024, febrero 3). *Video promocional de la Fiesta del Cipotegato* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hfCwffG-psQ>

Benítez Auriol, B. (2021). *El turismo interior en España ante la crisis de la COVID-19*. Universidad de Málaga. <https://doi.org/10.32796/bice.2021.3139.7285>

Irene C. (2024, noviembre 15). Las 10 mejores fiestas tradicionales de España. Go!
Go! España.
<https://gogoespana.com/es/blog/mejores-fiestas-tradicionales-de-espana/>

Calzada Fernández, M. (2021). *Las fiestas populares: el caso de San Fermín* (Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid). Repositorio Docente UVA.

Canal Aplec. (2022, junio 1). *La fiesta más esperada: Aplec del Caragol de Lleida* © 2022, Nomad Audiovisual Productions [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=4AgKwbX2dic>

Cantabria Turismo. (2017, agosto 21). *Batalla de Flores Laredo 2017* [Vídeo].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CelxvpYznII>

Cardona, M. B. (2024, febrero 6). Los mejores pueblos de España donde disfrutar del carnaval. Viajes National Geographic.

https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/mejores-pueblos-espana-donde-disfrutar-carnaval_15085

Cardona, M. B. (2024, mayo 6). Patios de Córdoba 2024: cuándo y cómo disfrutar de la fiesta más floral. Viajes National Geographic.

https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/patios-cordoba-2024-cuando-como-disfrutar-fiesta-mas-floral_20432

CasaSpain (Webmaster). (n.d.). *Calendario de fiestas en España*.

http://www.casaspain.com/wesp/inftur_3.asp

Charlatán Callejero. (2024, septiembre 14). *Las 6 fiestas tradicionales más famosas de España* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=5qdU_KcW0Ec

Chillingworth, A. (2025, enero 17). How to beat the Instagram algorithm in 2025.

Epidemic Sound.

<https://www.epidemicsound.com/blog/how-the-instagram-algorithm-works/>

CJE Consejo de la juventud de España. (2025, January 23). *Observatorio de Emancipación | Consejo de la Juventud de España*. CJE Consejo De La Juventud De España. <https://www.cje.org/observatorio-de-emancipacion/>

Cladera, O. (2005). *Historia del análisis FODA*. <https://cladera.org/foda/foda.php>

Diario Digital Accitania. (2024, septiembre 10). *Multitudinario Cascamorras de Guadix | Lunes 9 septiembre 2024 | Accitania Diario Digital Comarcal* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WR4irVXcCLs>

Descenso Folklórico del Nalón Laviana. (2022, septiembre 2). *VÍDEO PROMOCIONAL - Descenso Folklórico del Nalón* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=SIOnI2fLKgg>

Don Quijote. (n.d.). *Fiestas en España: 10 celebraciones más populares*. <https://www.donquijote.org/es/blog/fiestas-en-espana/>

El Debate. (2023, agosto 26). *Mataelpino organiza su “boloencierro” tradicional con una bola de más de 200 kilos* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=I7F5SxYJvOA>

El mejor alojamiento web - Servicios de alojamiento web. (n.d.). *The Best Web Hosting*. <https://www.bluehost.com/>

ESIC Business & Marketing School. (n.d.). *Marketing de afiliación: concepto, ejemplos y cómo empezar*. <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/marketing-de-afiliacion-que-es-ejemplos-c>

España Asombrosa. (2022, octubre 2). *10 Fiestas Peculiares de España* [Vídeo].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=59SoTihpTR4>

España te Acompaña. (2025, febrero 7). *¡VIVE las 5 Mejores Fiestas en España!*

[Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=o2b_RAxIR4M

@Espanafascinante. (2025, febrero 18). *Los carnavales más sorprendentes de España* [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/>

@Espanafascinante. (2025, marzo 4). *El pueblo más fiestero de España* [Vídeo].

TikTok. <https://www.tiktok.com/>

Eugenio Monesma - Documentales. (2021, febrero 19). *La fiesta de Jarramplas en Piornal* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=G2YbzI3UzaE>

Fiestas Destacadas en España. (n.d.). *Fiestas.Net*. <https://fiestas.net/espana/>

Fiestas de España | spain.info. (n.d.). *Spain.info*.
<https://www.spain.info/es/consulta/fiestas-espana/>

Fiestas España. (n.d.). *Inicio - Fiestas España*. <https://xn--fiestasespaa-khb.com/>

Fiestas España (@fiestas.espana). (n.d.). *Fotos y vídeos de Instagram*.
<https://www.instagram.com/fiestas.espana/>

Giraldo, V. (2021, octubre 27). Lo que necesitas saber sobre el SEO para YouTube y un poco más. *Rock Content*. <https://rockcontent.com/es/blog/seo-para-youtube/>

Google. (n.d.). *Com funciona AdSense*. Google AdSense.

https://adsense.google.com/intl/es-419_ALL/start/how-adsense-works/

Google. (2024, agosto 21). *Guia de SEO per a principiants: conceptes bàsics*.

Google Developers.

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide>

Guerras Cántabras, Canal oficial. (2023, diciembre 16). *Guerras Cántabras 2023 -*

Aftermovie [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ICUYoSK6vtA>

Guies Catalans del Món. (2012). <https://guiescatalansdelmon.cat/>

Herramienta DAFO. (n.d.). <https://dafo.ipyme.org/Home#&&q=caso-practico>

HomeExchange. (2023, marzo 31). Vacaciones en España: las mejores 8 fiestas de

verano. <https://es.homeexchange.com/es/blog/8-fiestas-de-verano-en-espana/>

Hoy Hablamos. (2024, julio 12). *Fiestas locas de España: Número 1851*. Spotify.

<https://open.spotify.com/episode/4erHcaK6xYWhyp201yiaUu>

Humphrey, A. S. (2005). SWOT Analysis for Management Consulting. *SRI Alumni*

Association Newsletter, *diciembre*, 7–8. Recuperado de

<https://alumni.sri.com/newsletters/2005/AlumNews-Dec-2005.pdf>

INE. (2024, junio 27). *Evolución anual del número de viajes realizados por los*

residentes en España de 2008 a 2023 [Gráfica]. Statista. <https://es.statista.com/>

J.L. Simón. (2025, mayo 6). *4K Fiesta de los Patios de Córdoba 2025* [Vídeo].

YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_0sO2IEgm6c&t=85s

Jerez Sin Fronteras. (2015, agosto 13). *Fiestas de la Vendimia de Jerez. Pisa de la uva* #JerezSinFronteras [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=UIXCxeXR8Gc>

Jose. (2021, agosto 13). Las 20 Fiestas Tradicionales Populares más Importantes y originales de España. *BuscaFreeTour.com*. <https://buscafreetour.com/>

Karo Martínez. (2022, mayo 31). *3 fiestas muy conocidas de España*. Spotify. <https://open.spotify.com/episode/3fTITH1VOIIORtDdeSovSI>

Karo Martínez. (2022, junio 14). *Las 3 fiestas más coloridas de España*. Spotify. <https://open.spotify.com/episode/2ZUCNBNJ1vnzVRnLV7r8Yr>

La COMARCA TV. (2024, marzo 29). *Rompida de la hora de Calanda | Semana Santa 2024* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Rxnimg8qETI>

Letona, E. A. (2018). Jóvenes y hábitos de consumo en turismo. *Revista De Estudios De Juventud*, 119, 47–61. <https://dialnet.unirioja.es/>

Lonely Planet. (2023, agosto 10). *Espanya*. <https://www.lonelyplanet.es/blog/best-of-lonely-planet/espana>

Los Viajes de Ali. (n.d.). *Festes i celebracions*. <https://losviajesdeali.com/fiestas-y-celebraciones/>

Lucidchart. (2017, noviembre 1). *¿Qué es un análisis DAFO?* <https://www.lucidchart.com/pages/es/que-es-un-analisis-dafo>

Luján, A. (2023, julio 19). Las únicas seis fiestas de julio que son de interés internacional. *Viajes National Geographic*.

https://viajes.nationalgeographic.com/es/a/fiestas-julio-que-son-interes-internacional_19479

Luís do Río Pena. (2023, febrero 22). *Farrapada de Laza*. 20/02/2023. [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=iNte9tn_Ms0

Martín, S. (2025, enero 10). Algoritmo de TikTok en 2025: cómo funciona. *Metricool*. <https://metricool.com/es/algoritmo-tiktok/>

Ministerio de Industria y Turismo. (n.d.). *Fiestas de Interés Turístico Nacional e Internacional*. <https://turismo.gob.es/>

Munuera, S. B. (2024, marzo 4). Fallas 2024: nuevas fechas, guía y otras claves de la gran fiesta de València. *Viajes National Geographic*. https://viajes.nationalgeographic.com/es/a/fallas-2024-nuevas-fechas-guia-otras-claves-gran-fiesta-valencia_19102

@Nachopla12. (2024, abril 16). *Puntuando la Feria de Sevilla* [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/>

@Nachopla12. (2024, marzo 20). *Puntuando fiestas de España: las Fallas de Valencia* [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/>

@Nachopla12. (2025, marzo 4). *Fiesta popular de Laza (Galicia)* [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/>

National Geographic España. (n.d.). <https://www.nationalgeographic.com.es/>

Nortevisión HD ready. (2018, agosto 4). *La Rama 2018 Agaete'18* [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=J6rroV6wYIk>

NueveCuatroUno. (2019, julio 22). *Danzadores de Anguiano: Equilibrios a 50 centímetros y faldas al vuelo* [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=5ixEXKjuOTM&t=155s>

Observatorio de RR.HH. (2016, septiembre 14). DAFO personal: herramienta esencial para analizar tus habilidades. <https://www.observatoriorh.com/>

Patum. (2024, abril 9). *La Patum de Berga COMPLETA* [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=ediNhAYGSNI&t=881s>

Pinacho, M. (2019). *El turismo cultural en España y Castilla y León: Estructura y dimensión económica*. Universidad de Valladolid. <https://drive.google.com/>

Pietro Pecco. (2016, octubre 10). *Castellers de Vilafranca, Concurs de Castells, Tarragona, Catalonia, Spain, Europe* [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=fdHsGfzmsAQ>

Porter, M. E. (2009). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*. <https://piazza.com/>

Programa de socios de YouTube. (n.d.). *Cómo ganar dinero en YouTube* [Vídeo].
<https://support.google.com/youtube/answer/94522>

Ratnaparkhe, T. (2025, marzo 6). La programació de publicacions d'Instagram afecta el compromís? *Predis.ai*. <https://predis.ai/>

Retuerta, J. (2022, enero 28). ¿Desde cuándo se celebran las grandes fiestas de España? *España Fascinante*. <https://www.espanafascinante.com/>

Romero, I. (2024, agosto 2). Cuánto paga YouTube por visitas, suscriptores y mucho más. *Metricool*. <https://metricool.com/>

Palomar, A. (2024, septiembre 5). *Cascamorras, la fiesta de dos pueblos de Granada que quiere ser Patrimonio de la Humanidad*. Viajes National Geographic. https://viajes.nationalgeographic.com/es/a/cascamorras-fiesta-dos-pueblos-jaen-que-quiere-ser-patrimonio-humanidad_21068

Andrés, S. (2019, octubre 13). *Las fiestas de España con mi abuela* [Episodio de podcast]. HandySpanish. <https://handyspanish.com/podcast/15-las-fiestas-de-espana-con-mi-abuela/>

SL Emerick. (2025, abril 27). *Desfile Medieval Montblanc Spain 2025* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vXvYL60CXqs&t=65s>

Talk Shows Central by DRM. (2024, diciembre 28). *Flour and Eggs Battle | Enfarinats Festival Chaos | News Today | AQ1J* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4QkTEYoioOA>

The Culture Trip. (n.d.). *Guides and tips about Spain travel guides*. <https://theculturetrip.com/>

The Traveler. (2024, febrero 16). *Carnaval Tenerife 2024 | Santa Cruz de Tenerife, Spain* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=z7VnU-_l-QU&t=4370s

Tio Spanish. (2016, agosto 3). *Las fiestas más populares de España* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=lrxiLhD5Ng4>

Tio Spanish. (2021, abril 29). *Conoce las fiestas más famosas de España*. <https://tiospanish.org/>

Top School In Spain. (2016, junio 17). *Festividades locales en España*. <https://www.topschoolinspain.com/>

Turespaña. (2024, marzo 25). *Un viaje por fiestas y tradiciones declaradas Patrimonio Cultural Inmaterial por la UNESCO*. Spain.info. <https://www.spain.info/>

Turismo de Galicia. (2020, febrero 28). *Farrapada de Laza* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Ru5c3llae6M>

Uribe, J. D. (2023, octubre 23). *SEO para Youtube paso a paso*. <https://loscreativos.co/>

Valonsadero.com. (2017, junio 24). *Paso del Fuego San Pedro Manrique* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2BywJztnKMQ>

Varios autores. (2017, junio 2). *Batallas de comida en España*. LonelyPlanet. <https://www.lonelyplanet.es/blog/viajes-culturales/batallas-de-comida-en-espana>

Varios autores. (2017, junio 2). *Los mejores festivales de flores*. LonelyPlanet. <https://www.lonelyplanet.es/blog/viajes-culturales/los-mejores-festivales-de-flores>

Viajeros Callejeros. (n.d.). <https://www.viajeroscallejeros.com/>

Viajeros Low Costeros. (n.d.). <https://viajeroslowcosteros.com/>

WordPress.com. (2024, octubre 16). *Explora las funciones de WordPress.com*.
<https://wordpress.com/>

WordPress Hosting | WordPress.org. (n.d.). <https://wordpress.org/hosting/>

World Nomads. (2019, febrero 26). *La Tomatina | Festival Discoveries | World Nomads* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=T1mhNddn83M>

Zeux Ochoa. (2023, julio 4). *Batalla Del Vino 2023 (Haro - La Rioja - Spain)* [Vídeo].
YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=tWjYLzpCUVw&t=131s>

11. Annexos

Annex 1. Qüestionari de l'enquesta *Explora España a través de sus festividades* dirigida a joves d'arreu del país.

1. Edad:

- ☐ 16-18
- ☐ 18-20
- ☐ 20-22
- ☐ 23-26
- ☐ 27-30

2. ¿Con qué género te identificas?

- ☐ Mujer
- ☐ Hombre
- ☐ No Binario
- ☐ Otros

3. ¿De qué Comunidad Autónoma eres?

- ☐ Andalucía
- ☐ Aragón
- ☐ Asturias
- ☐ Cantabria
- ☐ Castilla - La Mancha
- ☐ Castilla y León
- ☐ Catalunya
- ☐ Comunidad de Madrid
- ☐ Comunidad Valenciana
- ☐ Extremadura
- ☐ Galicia
- ☐ Islas Baleares
- ☐ Islas Canarias

- ☐ La Rioja
- ☐ Navarra
- ☐ País Vasco
- ☐ Región de Murcia

4. ¿Cuál es tu nivel de estudios actual?

- ☐ Educación secundaria superior
- ☐ Bachillerato
- ☐ Formación Profesional
- ☐ Universitario (Grado)
- ☐ Universitario (Máster/Posgrado)
- ☐ Otros

5. ¿En qué situación te encuentras actualmente?

- ☐ Estudiando
- ☐ Estudiando y trabajando
- ☐ Trabajando a tiempo completo
- ☐ Trabajando a tiempo parcial
- ☐ Desempleado/a

6. ¿Con qué frecuencia sueles viajar por España?

- ☐ Varias veces al año
- ☐ Una vez al año
- ☐ Cada mucho tiempo
- ☐ Nunca

7. ¿Qué duración tienen tus viajes por España normalmente?

- ☐ 2-3 días
- ☐ Una semana
- ☐ Unas vacaciones largas

☐ Otra

8. ¿Qué presupuesto aproximado sueles destinar?

- ☐ Menos de 100 €
- ☐ Entre 100 € - 200 €
- ☐ Entre 200 € - 500 €
- ☐ Más de 500 €

9. ¿Qué medio de transporte sueles usar cuando viajas por España?

- ☐ Bus
- ☐ Tren
- ☐ Coche propio
- ☐ Coche compartido (Blablacar...)
- ☐ Avión
- ☐ Otra

10. ¿Qué te motiva a viajar dentro de España?

- ☐ Participar en festividades y eventos
- ☐ Descubrir nuevas tradiciones
- ☐ Gastronomía
- ☐ Naturaleza y aventura
- ☐ Vida nocturna
- ☐ Conocer gente nueva
- ☐ Otra

11. ¿Prefieres viajar sol@ o acompañad@?

- ☐ Sol@
- ☐ Con amig@s
- ☐ Con la pareja
- ☐ Con la familia

- ☐ Con grupos organizados
- ☐ Otra

12. ¿Dónde sueles alojarte?

- ☐ Hostales/Albergues
- ☐ Hoteles
- ☐ Airbnb
- ☐ Campings
- ☐ En casa de familiares o amig@s
- ☐ Otra

13. ¿Has asistido alguna festividad española?

- ☐ Sí, cuál?
- ☐ No

14. ¿Qué tipo de festividades españolas te interesan más?

- ☐ Fiestas tradicionales (Semana Santa, Moros o Cristianos...)
- ☐ Fiestas populares (La Tomatina, Batalla del Vino...)
- ☐ Festividades locales menos conocidas
- ☐ Otra

15. ¿A cuáles de estas festividades te gustaría ir / vivir / experimentar al menos una vez en la vida? Lista de 20 festividades de todo tipo

- ☐ Las Fallas de Valencia
- ☐ Moros y Cristianos de Alcoy
- ☐ Feria de Abril de Sevilla
- ☐ Carnavales de Tenerife
- ☐ La Tomatina de Buñol
- ☐ La Patum de Berga
- ☐ La Batalla del Vino de Haro

- ☐ La Tamborrada de Calanda
- ☐ Los Sanfermines de Pamplona
- ☐ Fiesta de los Patios de Córdoba
- ☐ Fiesta del Cerezo en flor
- ☐ El Cipotegato de Tarazona
- ☐ El Misteri d'Elx
- ☐ Arde Lucus
- ☐ Sant Joan en Ciutadella
- ☐ Entierro de la Sardina en Murcia
- ☐ Boloencierro de Matalpino
- ☐ Las Guerras Cántabras
- ☐ Descenso Internacional del Sella
- ☐ Batalla de Flores de Laredo
- ☐ Otra

16. ¿Qué tipo de información te gustaría encontrar en una guía de viajes sobre festividades?

- ☐ Historia y significado de la fiesta
- ☐ Consejos prácticos (ropa, transporte, seguridad)
- ☐ Actividades e información básica de la festividad
- ☐ Recomendaciones gastronómicas locales
- ☐ Opciones de alojamiento cercanas
- ☐ Otra

17. ¿Qué plataformas utilizas a la hora de organizarte / informarte para un viaje?

- ☐ Redes sociales
- ☐ Blogs de viajes (página web)
- ☐ Apps móviles
- ☐ Guías descargables

- ☐ Guías de viajes en papel
- ☐ Otra

18. ¿Cómo prefieres consumir el contenido de viajes?

- ☐ Artículos en blogs
- ☐ Videos cortos en redes sociales
- ☐ Podcast
- ☐ Mapas interactivos
- ☐ En papel
- ☐ Otra

19. ¿Qué redes sociales utilizas más para buscar información de viajes?

- ☐ Instagram
- ☐ *TikTok*
- ☐ *Twitter / X*
- ☐ *YouTube*
- ☐ *Facebook*
- ☐ Otra