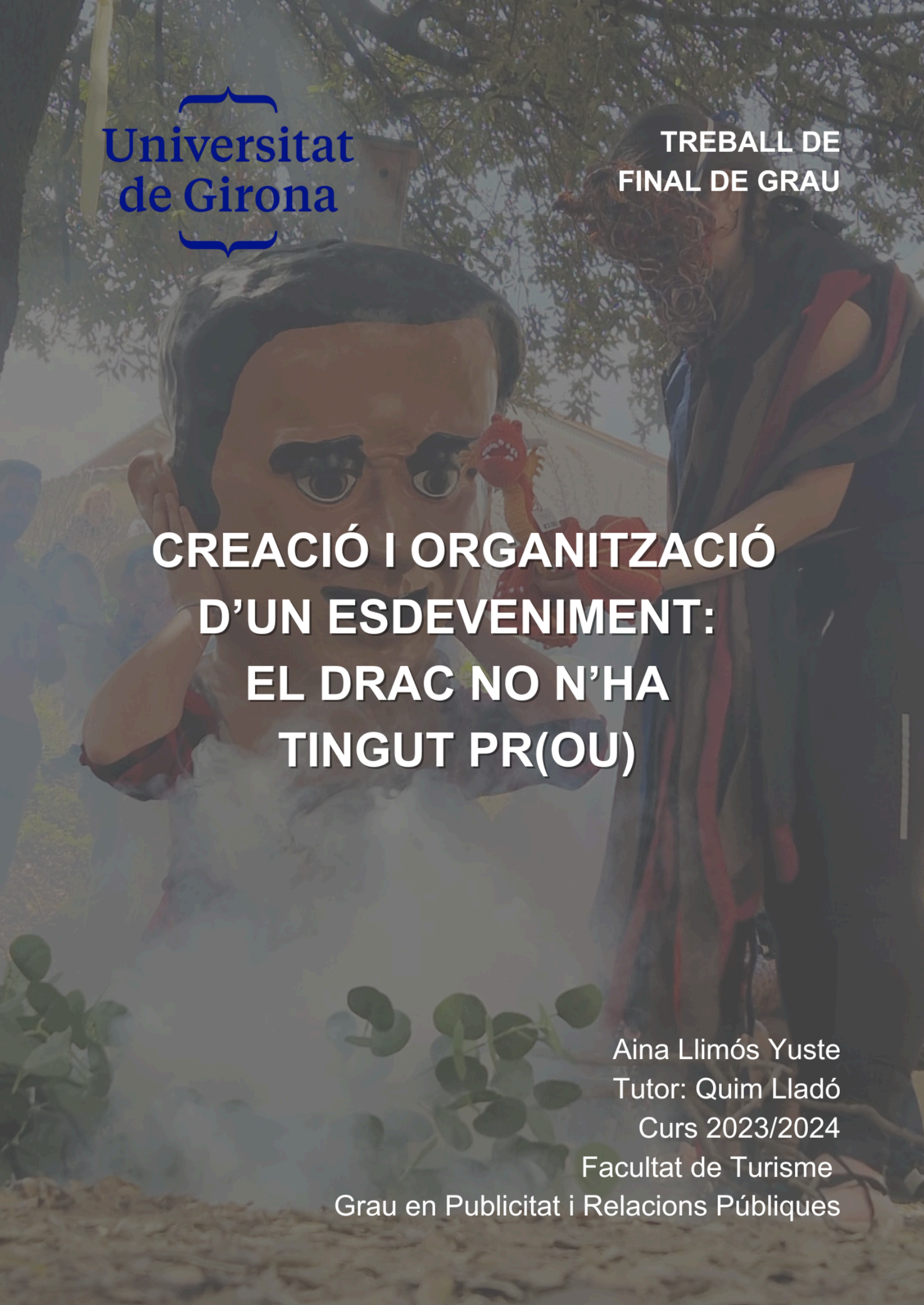




Universitat
de Girona

TREBALL DE
FINAL DE GRAU



**CREACIÓ I ORGANITZACIÓ
D'UN ESDEVENIMENT:
EL DRAC NO N'HA
TINGUT PR(OU)**

Aina Llimós Yuste

Tutor: Quim Lladó

Curs 2023/2024

Facultat de Turisme

Grau en Publicitat i Relacions Públiques

Resum

Les tradicions populars són un aspecte essencial per mantenir vius i units als pobles i fer-los créixer. En aquest sentit, el present treball planteja la creació i organització d'un esdeveniment basat en la llegenda popular de *El Drac que Vol Tragar*, que explica el perquè del nom de la vila de Sant Hipòlit de Voltregà, i que enguany canvia la seva figura principal, el Drac, començant així una nova era d'aquesta història.

L'esdeveniment consisteix a acostar aquesta història als nens i nenes del poble a través de diverses activitats que també impliquin a les famílies, per tal de fomentar la cohesió social i la diversió entre tota la població, i permetre conèixer la història d'una manera diferent. L'esdeveniment es realitza per iniciativa personal i per l'afecte a aquesta història, al mateix temps que, l'associació del Drac, qui s'encarrega de fer la representació de la llegenda cada any en el marc de la Festa Major, necessitava promocionar d'alguna manera la novetat que es desenvoluparia aquest any. L'any anterior, l'associació ja havia realitzat un esdeveniment similar, però consideraven que s'havien de canviar diversos aspectes, ja que algunes de les activitats plantejades no havien acabat de funcionar. Així doncs, partint d'aquesta necessitat de l'associació del Drac, i la voluntat personal de crear un esdeveniment popular significatiu, divertit i original, sorgeix aquest projecte.

Paraules clau: Esdeveniment, drac, llegenda, cultura popular, cohesió social, poble

Abstract

Folk traditions are an essential aspect of keeping towns alive and united and making them grow. In this sense, the present work proposes the creation and organization of an event based on the popular legend of *El Drac que Vol Tragar*, which explains the reason for the name of the town of Sant Hipòlit de Voltregà, and that this year changes its main figure, the Dragon, thus beginning a new era of this history.

The event consists of bringing this story closer to the children of the village through various activities that also involve families in order to promote social cohesion and fun among the entire population, and allow them to know the history in a different way. The event is carried out on a personal initiative and by the affection for this history, at the same time that the association of *El Drac*, which is responsible for representing the legend every year within the framework of the Festa Major, needed to promote in some way the novelty that would be developed this year. The previous year, the association had already held a similar event, but they considered that several aspects had to be changed, since some of the proposed activities had not finished working. So, based on this need of the association of *El Drac*, and the personal will to create a meaningful, fun and original popular event, this project arises.

Keywords: Event, dragon, legend, popular culture, social cohesion, town

Agraïments

A totes les persones que han fet possible aquest treball, a en Xevi de l'associació del Drac per confiar en mi per a fer aquest esdeveniment, i a les altres entitats i voluntaris que també participaven.

A l'Ajuntament, per col·laborar en el seu desenvolupament.

A la meva família, mama, papa i Arnau, sou imprescindible.

A en Marc, per ajudar-me i donar-me suport incondicionalment, ets el millor company de vida que podia tenir.

A les meves amigues, nenes, Ainhoa i Zenai no hagués estat tan senzill sense vosaltres.

A tots els assistents que han permès deixar-me fer allò que més m'agrada; ajudar a la gent a gaudir d'una bona estona.

També l'hi agraeixo al meu tutor, Quim Lladó, per acompanyar-me en tot el procés i escoltar-me quan ho necessitava.

Finalment, dono les gràcies a Sant Hipòlit de Voltregà, el meu estimat poble que ha estat l'espurna que em va inspirar per a crear aquest projecte.

Índex

Resum/ Abstract	2
Agraïments	3
1. Introducció	5
Objecte	5
Abast	5
2. Especificacions/ requeriments del peticionari	6
2.1 Objectius de l'esdeveniment	6
2.2 Objectius de l'associació	6
2.3 Missió, visió i valors de l'esdeveniment	7
3. Antecedents o estat de l'art	8
3.1 Origen de la llegenda	8
3.2 La representació de la llegenda	10
3.3 Què és un esdeveniment	11
3.4 Tipologies d'esdeveniments	11
3.5 Què cal tenir en compte per a organitzar un esdeveniment	13
4. Metodologia	15
4.1 Recerca bibliogràfica	15
4.2 Anàlisi DAFO	15
4.3 Reunions	15
4.4 Entrevistes	15
5. Resultats	16
5.1 Descripció de l'esdeveniment	16
5.2 Naming i concepte de l'esdeveniment	16
5.3 Públic objectiu	16
5.4 Lloc i data	17
5.4.1 Lloc	17
5.4.2 Data	17
5.5 Disseny de la identitat visual	18
5.6 Pla d'acció	18
5.6.1 Cronograma de difusió	19
5.7 Programa	20
5.8 Pressupost	20
5.9 Avaluació	21
5.9.1 Entrevistes	21
5.9.2 Enquestes	22
6. Conclusions	24
7. Bibliografia	25

1. Introducció

La cultura popular és un dels pilars fonamentals per a la creació d'una societat. És un aspecte clau perquè amb el pas dels anys, i amb l'arribada de noves generacions els pobles i ciutats segueixin units, cohesionats i sentin orgull de formar part d'aquella comunitat. Ens permet entendre d'on venim, perquè avui som així, i cap on volem continuar avançant.

Aquest projecte neix de l'estima cap al meu poble; Sant Hipòlit de Voltregà, una petita vila situada a prop de Vic, a Osona. És el poble on he nascut i crescut, i de les moltes activitats i festes que hi celebrem, n'hi ha una que és la meva especial debilitat: La llegenda del *Drac que Vol Tragar*. Aquesta història és una combinació de realitat i ficció, que conte per què el poble té el nom que té. Cada any, dona inici a la Festa Major la representació de la llegenda, on hi col·laboren diverses entitats populars, i on els habitants s'uneixen per escoltar, veure i gaudir de la rondalla. La sensació que es genera al voltant de l'espectacle és única, i el sentiment de germanor i unió predomina per tots els costats de la plaça.

Com he mencionat però, els anys van passant i el Drac també s'ha anat fent gran. Així doncs, l'any passat es va donar fi a la figura del Drac ja que no estava en condicions per a fer més representacions, i s'està construint una nova figura, i, per tant, una nova era del *Drac que Vol Tragar*. Aquesta nova construcció és possible gràcies als pressupostos participatius que l'Ajuntament destina cada any a diversos projectes del municipi. Els habitants del poble decideixen a què es destinen, i, en aquest cas, l'associació del Drac va guanyar a la categoria més alta, 9.000 €, que aniran íntegrament per a la construcció del nou Drac, encara que falten més recursos econòmics per a complir-ho.

Objecte

És per tot això, que l'objectiu d'aquest treball és crear un esdeveniment que acosti la cultura popular als més petits a través d'aquesta llegenda, aprofitant aquesta nova etapa del Drac. Cal mencionar, que l'any anterior s'havia fet un acte similar, però la mateixa associació considerava que es podien millorar diversos aspectes i que, enguany, calia promocionar d'alguna manera el nou Drac. Com que la història parla d'un drac, aprofitant les dates pròximes a Sant Jordi, es proposa fer una jornada lúdica festiva, durant tot un matí, amb diverses activitats vinculades a la llegenda on els nens i nenes del poble puguin descobrir i conèixer més a fons la història, a més d'un joc de rol, enfocat als adults, amb els diferents personatges de la llegenda. Es realitzarà un petit espectacle que generi expectatives sobre el nou Drac, i que donarà pas a la següent activitat; una vermutada popular. A més, es vendrà marxandatge de l'associació del Drac, i es farà una subhasta de diferents peces de l'antic Drac, per tal d'aconseguir més fonts de finançament per la construcció del nou Drac.

Abast

Per a la seva realització s'especificaran els objectius que es volen assolir i es farà una recerca d'antecedents, tant de la llegenda, per entendre la seva significació, com del procediment per a dur a terme un esdeveniment. Es determinarà quins mètodes s'utilitzaran per dur-lo a terme i com es mesuraran els objectius plantejats, i es presentarà la seva execució en els resultats. Finalment, se'n podran extreure unes conclusions referents als objectius inicials, acabant amb una reflexió del que ha aportat aquest projecte.

2. Especificacions/ requeriments del peticionari

Aquest projecte es basa en la creació real d'un esdeveniment sociocultural dirigit principalment als nens i nenes del poble de Sant Hipòlit de Voltregà, per acostar-los la cultura popular a través d'una llegenda que parla sobre la història del poble. D'aquesta manera, l'objecte d'estudi del present treball consisteix a determinar com desenvolupar l'esdeveniment i quines activitats es poden realitzar per aconseguir aquest coneixement dels nens i nenes. Així doncs, juntament amb l'associació del Drac, es plantegen els objectius, per una banda, de l'esdeveniment, i per a l'altra, de l'associació.

2.1 Objectius de l'esdeveniment

Els objectius que es volen assolir amb la realització d'aquest treball són:

- Que els nens i nenes del poble coneguin la història del *Drac que Vol Tragar*
- Desenvolupar activitats que facin partícips als infants en la llegenda del Drac
- Crear expectatives sobre la nova era amb el que serà el nou Drac
- Generar unió i cohesió popular entre els assistents a l'esdeveniment
- Contribuir a fer créixer el teixit cultural del poble
- Establir l'esdeveniment com un acte anual de la programació cultural de l'Ajuntament

2.2 Objectius de l'associació

A més de compartir els objectius de la realització d'aquest esdeveniment, l'associació del Drac també vol assolir:

- Que les famílies del poble coneguin la llegenda a través dels seus fills/filles
- Generar interès i curiositat perquè els habitants del poble assisteixin a la representació de la llegenda del nou Drac 2024 per Festa Major
- Recaptar fons per a la inversió en la construcció del nou Drac
- Aconseguir una assistència mínima de 100 persones
- Assolir, com a mínim un 25% més de beneficis, amb relació a l'anterior edició

La investigació se centra en la creació d'un esdeveniment i en la importància de la cultura com a eina de creixement i cohesió popular. Tot seguit, es planteja la pregunta d'investigació principal que es pretén resoldre amb la realització d'aquest treball.

PI: Com dur a terme l'esdeveniment perquè els nens i nenes coneguin la llegenda?

Preguntes concretes plantejades a l'inici del treball:

- Quins aspectes s'han de tenir en compte per a organitzar un esdeveniment?
- Quines activitats cal desenvolupar perquè els nens i nenes participin durant l'esdeveniment?
- Quines accions realitzar perquè les famílies també s'involucrin en el coneixement de la llegenda?
- Com executar l'esdeveniment amb un pressupost reduït?

2.3 Missió, visió i valors de l'esdeveniment

Es considera oportú determinar la missió, visió i valors d'aquest esdeveniment, per tal d'entendre amb més concreció el seu propòsit, la seva projecció futura i de quina manera es durà a terme.

La missió de l'esdeveniment és fomentar la cultura popular de Sant Hipòlit de Voltregà, per als nens i nenes que viuen en el poble, a través de la llegenda del *Drac que Vol Tragar*, que és una història que fusiona realitat i ficció, que explica el motiu del nom de la vila.

La seva visió és convertir aquest acte en anual, on cada any es facin diverses activitats que compleixin amb l'objectiu d'apropar la cultura popular als més petits, i augmentar-ne l'assistència i la participació.

Els valors que es volen fomentar en l'esdeveniment són principalment la cohesió, el treball en equip i la participació activa, així com la innovació, l'escolta activa i l'empatia.

3. Antecedents o estat de l'art

A continuació es detallen les bases des de les quals es parteix per a dur a terme aquest projecte. Per una banda, sobre la història de la llegenda del Drac, i per l'altre, sobre la creació d'esdeveniments.

3.1 Origen de la llegenda

Segons Vigué (2016), la primera vegada que es pot trobar la paraula Voltregà escrita en un document, és en un contracte de compravenda d'una part d'una casa l'any 902. La procedència d'aquest mot però, no s'ha concretat mai amb exactitud, tot i les diverses teories que han plantejat diferents autors. (p.1)

Per exemple, Coromines (1989), en la seva obra que recull l'etimologia de diversos noms utilitzats en el territori català, observa que en l'època medieval entre els segles XII i XIII hi ha un canvi de tendència cap a la forma *-vol*, i segons ell, Voltregà derivaria de *veltrag*. (citat per Vigué, 2016, p.1)

Si ve com s'ha mencionat no s'ha trobat cap versió oficial que confirmi l'origen del nom Voltregà, sembla que hi ha una llegenda molt antiga que explica que fa temps hi va haver un drac que atemorïa a la gent d'aquesta població i la gent cridava "El drac vol tragar, el drac vol tragar". (Vigué, 2016, p.2)

És a partir d'aquest punt on es comença a investigar sobre aquesta llegenda, i la relació que hi podia haver entre drac i tragar, i d'on podia provenir aquesta idea que donaria nom a la vila.

Tal com explica Vigué (2016), es troben en el municipi, dues proves que reforçarien aquesta teoria de la llegenda d'un drac que va habitar aquestes contrades fa molt de temps.

La primera apareix, el 1980, quan l'Ajuntament encomana un estudi històric a Mn. Antoni Pladevall, i Joan Serrallonga, per crear un símbol distintiu per a la població, ja que no existia fins aquell moment. En aquest recull històric, els dos historiadors descobreixen que l'any 1779, quan es restaura l'església del poble, en la seva façana s'hi pot veure esculpit en pedra, un cap de monstre amb la boca oberta, al damunt del castell de Voltregà. (p.2-3)

D'aquesta manera, (Pladevall i Serrallonga, 1980) determinen que:

És tan evident que la població no havia usat cap emblema, que quan es va fer entre 1767 i 1780 la nova església parroquial de la població, a la façana com a emblema s'hi va posar un cap de monstre que volia engolir una població, com a expressió popular i ingènua del "vol-tragà". (citat per Vigué, 2016, p.3)

Així doncs, no tindria sentit col·locar aquesta figura en un edifici tan important com era l'església, si tan sols fos una rondalla que algú s'havia inventat.

La segona, sorgeix en l'estàndard del cor *La Veu de Voltregà*, un grup de cant coral format per homes del poble. En aquest s'hi pot observar un pagès a punt de clavar un cop d'aixada

a un monstre amb una aparença similar a la d'un rèptil. Es podria tractar doncs, del mateix monstre esculpit a la façana de l'església. (Vigué, 2016, p.4)

Segons Casas (1985):

Com és aquest estendard que utilitza aquest cor? Bé, aquest estendard era brodat amb seda i amb filaments daurats i feia un xic d'història del què significa la paraula "Voltregà". Aquest estendard també fa referència a la famosa poesia de Josep M. Folch i Torres que té per nom "Sant Jordi triomfant", poesia molt vinculada a la llegenda d'un drac i en el nostre estandart reflectim la figura d'un valent voltreganès que s'enfronta a aquest animal. (citats per Vigué, 2016, p.4)

Aquest text declara directament que l'estandart parla sobre el mot Voltregà, i que la imatge principal que s'hi representa és la d'un pagès enfrontant-se a una bèstia, per tant, es relaciona altra vegada l'origen del nom Voltregà amb la imatge d'un drac (Vegeu Annex 1).

Finalment, com a prova més concloent, es troba el poema *Voltregà*, (1950) de l'escriptor Dionís Vilalta, un vilatà que va ser molt actiu en les diverses activitats populars a inicis del segle XX. Alguns dels fragments d'aquest poema mencionen clarament un drac i també parla d'un pagès que amb l'aixada el va matar. Vilalta (1950), afirmava que:

"...Segons em van dir a mi,
aquell que m'ho va explicar
que per aquí corria un drac
que se'ls volia menjar..."

"...mireu-vos bé l'estandart
dels del "Coro de la Veu".
Un pagès amb una aixada
el drac volia estarrecar..."

"...i en Polit d'un cop d'aixada
el cap li va mig aixafar.
Ja és nostre – cridava en Polit,
ja més no ens espantarà..."

"...No era un tal Polit Descuit
l'home que el drac va matar?
Així ja tenim el nom
més no hem de rumiar.
El drac volia dragar-se'l
en Polit el va matar
doncs aquest poble ha de dir-se
Sant Hipòlit de Voltregà..."
(citats per Vigué, 2016, p.5-9)

Amb tot aquest repàs històric, i amb la dita popular es crea la llegenda del *Drac que Vol Tragar*.

3.2 La representació de la llegenda

L'any 2008, era la primera vegada que la Festa Major del poble s'allargava fins a onze dies, ocupant així, dos caps de setmana. La Comissió de Festes, entitat que organitza la Festa Major, sempre havia trobat a faltar un acte per iniciar-la que fos divertit i atractiu per a la gent del poble. Va ser llavors, quan alguns dels membres d'aquesta Comissió de Festes, que els recordava haver sentit aquesta llegenda, se'ls va acudir fer la representació com a acte inaugural de la Festa Major.

D'aquesta manera, es va crear tota una història al voltant d'aquest Drac, amb algunes similituds amb el text de Dionís Vilalta, però en gran part inventant tot un relat, que es convertiria en l'acte estrella de l'inici de la Festa Major en els propers anys. Com que era tot un nou imaginari popular, era necessària la figura d'un narrador, que anés explicant la llegenda per tal que la gent ho entengués.

El 24 d'agost de 2008, en la primera representació, hi apareixien: el Drac que Vol Tragar, i les figures de la Cabra, la Roberta i l'Hipòlit, a més d'en Serafí i la Càndida, cedits per la Colla de Gegants i Grallers Sac i Ganxo. (Vigué, 2016, p.10-11)

A partir de llavors, es van anar afegint personatges que complementaven la llegenda; el 2009 es construeixen els Voltors que acompanyaran al Drac, i també es forma la Colla de Diables Foc i Ganxo que amb la seva pirotècnia, esdevindrà una part fonamental de la llegenda. El 2010 es presenta a la geganta Cecília i, finalment, el 2011 s'introdueixen els Cavallers de Conanglell. (Mapes de Patrimoni Cultural, 2020, p.2)

D'aquesta manera, quedaven representades les tres poblacions del Voltreganès; Sant Hipòlit, les Masies i Santa Cecília de Voltregà. (Vigué, 2016, p.11)

Amb tota aquesta comparsa doncs, la història és la següent:

La Cecília era una dona que vivia al bosc apartada de la població. La regió on vivia, va patir un conjunt de males collites i molta mala sort, i els pagesos en van fer responsable a la Cecília a qui consideraven un bruixa. Van demanar permís al senyor de la terra (gegant Serafí) i la seva esposa (geganta Càndida) per a cremar-la i així ho van fer, però abans de morir la Cecília els va llançar una maledicció.

Un any després de la seva mort, va aparèixer per aquelles terres, quan tothom estava de celebració, el Drac que Vol Tragar acompanyat dels seus Voltors. Tothom estava molt espantat, a la pastoreta Roberta només li quedava una cabra del seu ramat, i va anar al castell a demanar ajuda. En un primer moment, en Serafí va enviar els Cavallers de Conanglell per a matar el Drac, però aquest els va vèncer.

Tan sols un pagès, l'Hipòlit, es va atrevir a lluitar contra el Drac, amb un pla molt senzill: utilitzar la Cabra de la Roberta com esquer per a matar el drac amb un cop d'aixada al cap, i així va ser. La Roberta davant la gran gesta que havia fet l'Hipòlit per ella, volia marxar amb ell perquè estava enamorada, però quan ningú s'ho esperava, ell va preferir la Cabra. (Mapes de Patrimoni Cultural, 2020, p.2-3)

3.3 Què és un esdeveniment

Hi ha moltes definicions sobre què és un esdeveniment, i quins elements o especificacions s'han de complir perquè es consideri com a tal.

Començant per la definició més objectiva i acadèmica, un esdeveniment és: “Fet extraordinari o important en la vida d’una persona, d’una col·lectivitat social, de la humanitat.” (DIEC, 2023)

Arnaldi (1968), és el primer autor que reconeix els esdeveniments com a actes que no són habituals i que tenen un component festiu. (citat per Otero, 2011, p.130)

Altres autors com Parry i Shone (2010), els defineixen com:

Els esdeveniments són aquells fenòmens que sorgeixen d’ocasions no rutinàries i que tenen objectius d’oci, culturals, personals, o organitzatius establerts de manera separada a l’activitat normal diària, la finalitat de la qual és il·lustrar, celebrar, entretenir o generar experiències a un grup de persones. (citat per IMEP, 2019, par. 3)

Getz (1997), un gran expert en estudis dels esdeveniments i en turisme internacional, va determinar amb més precisió aquest concepte: “Els esdeveniments són fenòmens temporals confinats en llocs específics amb un programa i una agenda prèviament planejada” (citat per IMEP, 2018, par.3)

Seguint amb aquest estil de definició més concreta, Jijena (2003), els descriu com:

Esdeveniment és esdeveniment prèviament organitzat que reuneix a un determinat nombre de persones en temps i lloc preestablerts, que desenvoluparan i compartiran una sèrie d’activitats afins a un mateix objectiu per estímul del comerç, la indústria, l’intercanvi social i la cultura general. (p.33)

Així doncs, es pot observar que en les diverses definicions, sempre hi intervé el fet que és un esdeveniment especial, que és diferent i distintiu de la rutina habitual. També cal destacar la planificació prèvia, en tots els sentits, com a punt essencial, i, per últim, que té l’objectiu de generar experiències a les persones i busca l’intercanvi social.

3.4 Tipologies d’esdeveniments

Els esdeveniments són molt diversos i es tenen en compte molts factors diferents per a poder-los dur a terme. A continuació es mostren diverses formes de categoritzar-los segons diversos elements:

Començant per un nivell més explícit i comprensible, els esdeveniments es poden classificar segons el seu format. Dins d’aquest grup es troben:

- Esdeveniments presencials: Tant els participants com els convidats hi són presents.
- Esdeveniments telemàtics: Els participants i convidats es connecten via online.

- Esdeveniments híbrids: Alguns dels participants i convidats hi són de manera presencial, i d'altres hi són de manera telemàtica. (Lladó, 2023, p.8-14. Apunts acadèmics)

L'àmbit geogràfic és una de classificacions més senzilles a tenir en compte. Es troben 4 categories:

- Esdeveniments internacionals: Quan almenys el 40% dels assistents, són, com a mínim, de tres països diferents. (Spain Convention Bureau i ICCA, citat per IMEP, 2019, par.17)
- Esdeveniments nacionals: Quan almenys el 40% dels assistents provenen de 3 tres comunitats autònomes diferents.
- Esdeveniments regionals: Quan no hi ha el nivell mínim d'inscrits d'altres comunitats autònomes per ser considerat nacional com en l'anterior cas. (IMEP, 2019, par.17)
- Esdeveniments locals: Quan el públic majoritari és del municipi on es realitza l'acte, i adjacents. (Idcongress, 2020, par.4)

També és interessant destacar la categorització segons l'activitat, on es poden trobar: els esdeveniments culturals, els socioeducatius, els esportius i els empresarials o corporatius. (IMEP, 2019, par. 14)

Tal com afirma (Jijena, 2003), es poden distingir dos grans grups d'esdeveniments: els empresarials, que tenen un abast públic i estan vinculats a alguna espècie de benefici econòmic, o els socials, que van més destinats a l'àmbit privat o de relacions humanes, que volen enfortir els vincles humans, i no busquen cap rèdit econòmic. (p.15)

D'aquesta manera, presenta una llista més detallada de tipologies d'esdeveniments, tenint en compte, la seva raó de ser, les característiques i objectius, el lloc i el temps de preparació que requereix:

- Actes culturals
- Beques i concursos
- Conferència de premsa
- Conferències
- Cursos, jornades, seminaris, congressos
- Esmorzar de feina
- Desfilades de moda i *showrooms*
- Entrega de premis
- Espectacles
- Fires i exposicions
- Homenatges
- Inauguracions
- Llançaments de producte
- Mega esdeveniments
- Presentació de llibres
- *Vernissages*
- *Work shop*

(Jijena 2003, p.16)

Finalment, segons Getz (2012), s'han de tenir en compte dos criteris per a classificar els esdeveniments; per una banda, els objectius i la forma, i per l'altra, la seva funció, és a dir, la seva raó de ser. D'aquesta manera, es troben:

- Esdeveniments icònics i distintius: S'associen a la comunitat que els realitza. Contribueixen en gran part a la construcció de la imatge de marca del lloc on es fa.
- Esdeveniments notoris i de prestigi: Tenen gran visibilitat o no tenen rivalitat per la seva magnitud.
- Mega esdeveniments: Tenen molt de significat, amb gran cobertura mediàtica i un impacte molt significatiu en l'organització que el dur a terme.
- Esdeveniments mediàtics: Creats per tenir un gran ressò en els mitjans de comunicació.
- Esdeveniments amb causa: Per promoure alguna causa específica o per a la recaptació de fons.
- Esdeveniments corporatius: Creats per a les organitzacions.
- Esdeveniments per a generar *publicity*: Esdeveniments que han de ser atractius, perquè els mitjans en facin una notícia.
- Esdeveniments especials: Volen sortir de la normalitat i oferir experiències úniques.
- Esdeveniments interactius o d'espectadors: El compromís o grau d'implicació és fonamental per l'experiència que s'ofereix.
- Esdeveniments participatius: Pensats perquè el públic no sigui tan sols espectador, sense les persones no seria possible fer aquest tipus d'esdeveniments.
(citats per García, 2013, p.16-17)

3.5 Què cal tenir en compte per a organitzar un esdeveniment

Com s'ha pogut anar descobrint, cada esdeveniment és un món, però tots requereixen una sèrie de passos per a la seva planificació, independentment de les seves característiques.

Segons Guide Book (2019), hi ha 10 passos per a desenvolupar un bon esdeveniment:

- Definir les metes i objectius: És necessari establir un objectiu principal, i, llavors, una sèrie d'objectius secundaris que ajudin a assolir el principal. També és interessant fer una primera definició de l'abast de l'esdeveniment, destacant els punts més importants com la data, el lloc o l'assistència.
- Establir un pressupost: Servirà per comprendre altres parts del projecte, i tot i que a mesura que avanci el projecte pot variar, és important establir-lo des de l'inici per a poder determinar un rang de preus pels serveis o elements que es necessitaran.
- Construeix el teu equip: La majoria d'esdeveniments, són gestionats per a no més de 5 persones, el que implica que una persona s'encarrega de més d'una part de l'esdeveniment. (Eventbride, citat per Guide Book, 2019, secció Construeix el teu equip d'esdeveniments). Per això és tan important mantenir a l'equip organitzat, assignant cada tasca amb concreció i determinant quan s'ha de finalitzar cadascuna d'aquestes.
- Triar el lloc i la data: És un dels punts essencials. Com més aviat es comenci a cercar, millor. S'ha de tenir en compte la temporada de l'any o les circumstàncies socials. També la seva accessibilitat o la seguretat. És important fer moltes preguntes als representants d'aquell lloc, per assegurar-se que hi encaixa bé.

- Desenvolupar la marca: Cal definir la imatge de marca de l'esdeveniment, ja que això marcarà el to de l'esdeveniment. S'ha de pensar com es vol que el públic percebi a la marca. Això implicarà determinar el nom, el tema, la identitat visual o la decoració entre d'altres, perquè tot tingui un sentit i hi hagi coherència.
 - Planificar el programa: S'ha d'establir l'agenda al més aviat possible. Encara que avui dia, amb les noves tecnologies és senzill poder actualitzar la informació del programa, el públic voldrà saber a què va, per això com abans s'estableixi millor.
 - Confirmació de patrocinadors, expositors i ponents: S'aplica quan l'esdeveniment adquireix una certa magnitud. Caldrà que aportin un valor al públic, i estiguin alineats amb els objectius i la marca de l'esdeveniment.
 - Identificar i seleccionar les eines tecnològiques: Segons ho requereixi l'esdeveniment, poden ser útils per a les inscripcions i entrades, per organitzar de manera interna l'esdeveniment, o per a incentivar la participació del públic.
 - Pla de màrqueting i promoció: És necessari decidir com es farà la promoció de l'esdeveniment, i sigui de la manera que sigui, cal que es faci de manera estratègica.
 - Determinar el mesurament: Caldrà definir com es mesurarà l'èxit de l'esdeveniment tant a nivell quantitatiu com a nivell qualitatiu. Una de les eines més freqüents per a fer-ho són les enquestes o el ressò que ha tingut en les xarxes socials.
- (Secció planificació d'esdeveniments)

Altrament, és interessant destacar com ha de ser la persona que organitza un esdeveniment.

Segons Jijena (2003), un *event planner*, ha de posseir, en primer lloc, creativitat. Idealment, pel que fa a l'aspecte humà, hauria de tenir un bon domini en el camp de les relacions públiques, i tenir habilitats com l'autoritat i la paciència, així com la disciplina i la passió, mantenint sempre l'autocontrol. Pel que fa a l'aspecte professional, ha de conèixer les tècniques d'organització d'esdeveniments, i saber gestionar equips de treball. Ha de tenir aspiracions de lideratge però també la capacitat de ser liderat. (p.11)

En la segona edició d'aquest mateix llibre, Jijena (2014), afegeix que els elements indispensables perquè un esdeveniment sigui exitós són:

- Proveïdors de confiança
 - Preocupar-se per l'excel·lència
 - Creativitat
 - Obsessió
 - Maneig dels temps (cronograma)
 - Coneixement del *timing*
 - Conducció (de l'esdeveniment)
 - La sincronització
 - La motivació
 - Respondre a les expectatives
 - Sorprendre
 - Base de dades completa
 - Autocontrol
 - Passió
- (p.20-23)

4. Metodologia

En aquest apartat es determinen de manera concreta, les eines i procediments que es realitzaran per tal de dur a terme l'esdeveniment, i poder mesurar-ne la seva eficàcia, amb la finalitat d'assolir els diferents objectius marcats inicialment.

4.1 Recerca bibliogràfica

En primer lloc, s'utilitza la tècnica qualitativa de la recerca bibliogràfica per a disposar de tota la informació necessària sobre la creació i planificació d'un esdeveniment, segons diferents característiques com ara el format, la seva activitat o l'àmbit geogràfic, així com un recull històric de l'origen de la llegenda, la qual és l'eix temàtic de l'esdeveniment.

En aquesta àrea s'usen fonts secundàries d'autors consolidats dins de l'àmbit de l'organització d'esdeveniments, com també articles, apunts proporcionats a la carrera per professionals del sector, treballs de final de grau i llibres en format digital.

4.2 Anàlisi DAFO

Per tal d'actuar de manera òptima, s'utilitza l'eina d'anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats), i es fa una observació detallada de l'edició anterior que es va realitzar l'any passat, on es va fer un esdeveniment similar, per tal de detectar els punts forts i febles i poder millorar amb l'edició d'enguany. D'aquesta manera, s'estableix una comparativa que pretén contrarestar les amenaces i debilitats, per convertir-les en fortaleses i aprofitar aquelles oportunitats que siguin favorables i factibles per a desenvolupar (Vegeu Annex 2).

4.3 Reunions

Per tal de tenir una bona coordinació, és essencial realitzar reunions presencials o bé online, amb l'Ajuntament, ja que és la institució que ajuda a fer possible l'esdeveniment. En l'àmbit intern, també es celebren reunions amb l'associació del Drac i les altres entitats implicades per avançar de manera efectiva i evitar contratemps que puguin repercutir en el bon funcionament de l'esdeveniment. Estan registrades en forma d'acta (Vegeu Annex 3).

4.4 Entrevistes

Es considera important realitzar entrevistes a membres de l'Ajuntament i també al cap de l'associació del Drac, abans de l'esdeveniment, per tal de tenir en compte diferents opinions de persones vinculades als esdeveniments del poble, que tenen una trajectòria i recorregut en organitzar aquesta tipologia d'actes. Les persones escollides són: per una banda, Gerard Sancho i Marc Arrabal, alcalde i regidor de Cultura i Joventut de Sant Hipòlit de Voltregà, respectivament. Per l'altra, Xevi Vigué, cap de l'associació del Drac, a qui també se li realitza una entrevista posterior a l'esdeveniment. A més de Xevi Vigué, un cop finalitzat l'esdeveniment, també es fan entrevistes a Judit Montanyà, cap de la Colla *Foc i Ganxo*, i a alguns dels assistents a l'esdeveniment dos nens i nenes, dos pares i mares, i dues persones adultes joves. Aquesta, és una altra eina qualitativa, on la mostra és no probabilística, és a dir, quan les unitats d'anàlisi no depenen de la probabilitat, ja que s'escullen segons unes característiques concretes.

5. Resultats

A continuació s'exposen els principals resultats de la creació i planificació de l'esdeveniment, així com el mesurament dels objectius plantejats a l'inici del treball.

5.1 Descripció de l'esdeveniment

L'esdeveniment plantejat consisteix en una jornada lúdica festiva, que dura tot un matí, que té com a objectiu principal acostar la cultura popular a través de la llegenda de *El Drac Que Vol Tragar*, als nens i nenes del poble, amb una proposta de diversos jocs i tallers que fomentin la seva creativitat, a més d'altres activitats que també impliquin a les famílies, per tal de generar cohesió social entre la població. Així doncs, les altres activitats que es preparen són una vermutada popular, una petita representació renovada de la llegenda del Drac a més d'un joc de rol i una subhasta de relíquies.

5.2 Naming i concepte de l'esdeveniment

Per tal de decidir el nom de l'esdeveniment es va fer una pluja d'idees conjuntament amb l'associació del Drac, on la intenció principal era que el nom tingués relació amb el concepte d'un ou, ja que aquest element era el punt central de la versió renovada de la llegenda que es representaria a l'esdeveniment, i, simbòlicament, era el nexce que unia el vell Drac amb el nou Drac que s'havia de construir, i suposava una nova era d'aquesta llegenda.

Finalment, el nom escollit va ser: El drac no n'ha tingut pr(ou), tot fent un joc de paraules que suggeria que el Drac vell no havia mort del tot i que alguna cosa passaria en el futur. D'aquesta manera, només amb el nom, ja es podien crear expectatives sobre el que passaria a l'esdeveniment, al mateix temps que es destacava la paraula ou, per tal de donar una pista, es podria dir entre amagada, sobre el futur del Drac, tot utilitzant un punt d'humor que també definia l'essència de l'associació.

5.3 Públic objectiu

Com ja s'ha anat mencionant al llarg del treball, es distingeixen dos grans grups de públic objectiu.

Per una banda, nens i nenes residents a Sant Hipòlit de Voltregà d'entre 2 i 12 anys, que coneguin o tinguin alguna noció de la llegenda del Drac, i que siguin curiosos i creatius, ja que la seva principal afició és jugar i divertir-se. Aquest és el públic principal a qui va dirigit l'esdeveniment, i, per tant, és un dels factors més determinants per a la proposta d'activitats que es desenvolupen en l'acte.

Per altra banda, les famílies dels respectius nens i nenes, més concretament els pares i/o mares. En aquest cas, poden tenir edats molt diverses, però l'edat mitjana és de 30 a 40 anys. D'aquesta manera, també han de ser residents a Sant Hipòlit de Voltregà, i conèixer la llegenda del Drac.

De totes maneres, qualsevol altra persona que no formi part d'algun d'aquests grups del *target*, també és positiu que assisteixi a l'esdeveniment, ja que així, es pot fomentar la cohesió social entre tots els veïns i veïnes del poble.

Trobaríem doncs, dues tipologies de públic secundari tals com, la gent jove de 15 a 25 anys aproximadament, i la gent gran de més de 65 anys. En ambdós casos, que estiguin interessats en la cultura popular i els actes que es desenvolupen al poble.

5.4 Lloc i data

5.4.1 Lloc

Pel que fa al lloc on realitzar l'esdeveniment, es partia de la base que havia de ser a l'exterior, ja que durant l'acte es faria ús de pirotècnia, i, a més a més, com que era d'entrada gratuïta, es volia aconseguir que els assistents se sentissin lliures d'arribar o marxar quan ho desitgessin.

Així doncs, l'espai escollit va ser el Torrent de Mitja Vila, un petit espai verd, situat al centre del poble que era ideal per a la seva ubicació a dins el poble, l'accés i l'espai natural del qual disposava. En el document *Annexos*, es pot veure informació més detallada sobre l'elecció (Vegeu Annex 5).

Es va contactar amb l'Ajuntament per demanar permís per utilitzar aquest lloc a través d'una instància genèrica (Vegeu Annex 4), i un cop aprovada es va fer la distribució de les diferents activitats que s'hi desenvoluparien.

Els jocs i tallers es van situar a sobre el pont, ja que és un punt d'entrada al poble i tothom que passés per allà veuria que s'hi està desenvolupant una activitat, i, a sota el pont, es van col·locar els jocs restants, i es va muntar la barra per fer el vermut, amb algunes taules i cadires perquè els assistents gaudissin de l'acte, a més de fer-hi la petita representació, el joc de rol i la subhasta de relíquies (Vegeu annex 5).

5.4.2 Data

Per a l'elecció de la data, un dels criteris més decisius, va ser que fos una data pròxima a Sant Jordi. La llegenda del Drac clàssica que es representa cada any, és la història al voltant d'un drac i com acaba morint a mans d'un "heroi", una història similar a la llegenda de Sant Jordi. D'aquesta manera, aprofitant la similitud a més de ser una època on comença el bon temps, es va decidir que l'esdeveniment es desenvolupés el dia 21 d'abril de 2024.

Era un diumenge, un dia no lectiu on els nens i nenes no tenen escola, i, per tant, era més probable que poguessin venir, juntament amb les seves famílies, ja que, els adults, la gran majoria, els diumenges no treballa, i és quan aprofiten per fer activitats amb els seus fills i filles. Al mateix temps, donava prou marge de planificació per a poder preparar tot el material necessari i executar-lo eficientment.

A més a més, es va mirar que no hi hagués cap altre esdeveniment rellevant al poble, que pogués interferir amb els objectius que es volien assolir, ja que aquest va ser un dels errors de l'anterior edició. Només hi havia un altre esdeveniment al mateix dia, però no interferia, perquè el públic de l'altre esdeveniment era diferent del de l'esdeveniment que es proposava, i estava situat en un altre espai del poble, que més aviat afavoria a l'espai escollit, ja que quan venies d'aquest altre espai, arribaves a l'esdeveniment proposat.

5.5 Disseny de la identitat visual

L'associació del Drac, com que ja fa anys que està creada, ja té un logotip propi, que s'utilitza en els diferents continguts que publica l'associació. Així doncs, s'ha utilitzat aquest logotip en tot el material que s'ha creat, i s'ha utilitzat la paleta de colors del logotip, per elaborar tot el contingut promocional de l'esdeveniment, per a seguir una coherència gràfica.

La paleta de colors que utilitza l'associació són el negre i el groc. El negre és un color associat a allò desconegut, genera intriga i misteri, que són els sentiments que provoca la llegenda del Drac, al mateix temps que és un color elegant amb molta presència que destaca i crida l'atenció. Per la seva banda, el groc contrasta amb aquesta foscor del negre, i s'associa a l'alegria i valentia per enfrontar-se al que és desconegut. És un color també molt cridaner, i és un color càlid, que es vincula de seguida amb el foc, un element clau del Drac.

La tipografia que s'ha escollit per utilitzar en els diferents continguts, ha estat la tipografia *Balmy*. És una font amb un estil cal·ligràfic, que es caracteritza per tenir un traç lleuger que s'assimila a l'escriptura manual. D'aquesta manera, és una tipografia ideal per transmetre confiança i proximitat, ja que el fet que sembli escrit a mà, dona un toc d'informalitat que genera confiança i fins i tot amabilitat. S'utilitza en majúscula, i està lleugerament inclinada, al mateix temps que és clara i es llegeix perfectament. Per tant, és una tipografia que encaixa molt bé amb els valors que transmet l'esdeveniment.

Com ja s'ha mencionat anteriorment, el concepte de l'esdeveniment girava entorn la figura d'un ou, com a element d'unió entre el passat i el futur de la llegenda, i, per tant, aquest és l'element principal que s'utilitza per al disseny dels diferents continguts que s'elaboren.

Es fa el disseny de 3 ous diferents, fent un símil amb els ous de pasqua, ja que tradicionalment, s'han de trencar per veure què hi ha en el seu interior, igual que s'ha de descobrir què amaga l'ou del Drac. D'aquesta manera, s'utilitzen dos dels dissenys per a la impressió de cartells, i el tercer per a crear un post a les xarxes socials de l'associació del Drac, en format carrusel, on també es publica la programació de l'esdeveniment.

Per a les històries d'Instagram, a més de fer ús dels dissenys amb la figura de l'ou, es crea també un disseny seguint el mateix estil gràfic, però canviant la figura principal de l'ou, per alguns dels personatges de la llegenda, amb frases suggerents, per generar expectatives sobre la representació renovada de la llegenda (Vegeu Annex 6).

Finalment, pel que fa al marxandatge, cada any, des de l'associació s'intenta fer un nou disseny. Enguany, s'ha optat per un disseny que s'assimila al joc del *PacMan*, amb el Drac com a figura que es vol menjar a la cabra, tal com passa en la llegenda. A banda d'aquest nou marxandatge, també es posen a la venda articles que l'associació ja havia creat anteriorment, i tenien ja un disseny definit (Vegeu Annex 7).

5.6 Pla d'acció

Per tal que l'esdeveniment funcionés era essencial crear un pla d'acció, amb totes aquelles accions necessàries per a una bona planificació de l'acte. D'aquesta manera, s'ha elaborat

en forma de cronograma, aquest full de ruta que ha guiat tot el desenvolupament de l'esdeveniment, que està dividit en 3 parts principals: les accions abans de l'esdeveniment, durant el dia de l'esdeveniment i després de l'esdeveniment. També s'ha elaborat una escaleta més concreta del dia de l'esdeveniment, així com una escaleta de la representació renovada de la llegenda. Per últim, s'ha elaborat un pla de contingència, on s'exposa de manera sintetitzada els aspectes claus a tenir en compte si l'esdeveniment s'hagués de canviar de data (Vegeu Annex 8).

És important destacar que s'han detallat cadascuna de les activitats, segons els objectius que es volien assolir i el material que era necessari, en forma de taula, per traslladar la informació de manera més visual i entenedora (Vegeu Annex 9).

5.6.1 Cronograma de difusió

Per a la difusió i promoció de l'esdeveniment, s'ha elaborat un cronograma a part, detallant quan es publicava cadascun dels continguts, i l'estratègia comunicativa que explica el motiu del llançament, i perquè s'han escollit aquests canals (Vegeu Annex 10).

Es distingeixen 4 canals principals per a la difusió de l'esdeveniment:

- Programació cultural de l'Ajuntament del poble
- Programació de Sant Jordi enviada a les escoles
- Xarxes socials de l'associació del Drac
- Cartelleria

Cal afegir que el mateix dia de l'esdeveniment, també es van publicar diverses històries des del compte de l'associació del Drac al llarg de tot el matí, i l'entitat Foc i Ganxo i l'Ajuntament, també van compartir contingut als seus respectius comptes d'Instagram, que la mateixa associació del Drac va republicar.

A través d'una breu anàlisi de tots els continguts publicats, s'observa que:

- Les històries d'Instagram promocionals obtenen un total de 1.845 visualitzacions i 32 m'agrada, on destaca un pic en la quarta història (392 visualitzacions).
- Les històries d'Instagram del dia de l'esdeveniment obtenen un total de 2.165 visualitzacions i 48 m'agrada, on destaca la primera història tant en les visualitzacions, com en els m'agrada (384 visualitzacions, 15 m'agrada).
- El post d'Instagram obté 48 m'agrades.
- El post de l'Ajuntament sobre la programació trimestral general d'activitats, obté 59 m'agrada. El post de la programació de Sant Jordi de l'acte del Drac, obté 55 m'agrada. L'Ajuntament també publica un vídeo posteriorment a l'esdeveniment, que obté 115 m'agrada i 2.701 reproduccions. Aquests dos últims continguts, també són publicats al compte de cultura de l'Ajuntament, on a més a més, es publica un altre vídeo el mateix dia de l'esdeveniment, que obté 2 m'agrada i 852 reproduccions.
- Foc i Ganxo publica sis històries el dia de l'esdeveniment, la primera republicant el post del compte del Drac, i les cinc restants, en format de vídeo de les diverses activitats. En total, les històries obtenen una mitjana de 125 comptes assolits (*reach*), i 150 impressions, amb un pic en l'última història (*reach* 156, impressiona 158)

- Mitjançant l'eina del qüestionari, dels 82 participants que responen, 11 persones afirmen haver descobert l'acte a través de la programació de l'Ajuntament, 8 a través de la programació de Sant Jordi de les escoles, 8 a través dels cartells del poble, i, finalment, 16 perquè els hi havia explicat un conegut o familiar (Vegeu Annex 10).

5.7 Programa

Un cop decidit quines activitats es realitzarien, es va elaborar el programa general de l'acte, que es va utilitzar per a fer part de la promoció de l'acte. Així doncs, es va fer un disseny seguint l'estil gràfic que s'havia definit perquè tingués coherència gràfica (Vegeu Annex 11). El programa va ser el següent:

- De les 10:00 h a les 12:00 h - Jocs i tallers: Activitats destinades als nens i nenes perquè coneguin els personatges i fomentin la seva creativitat, tot passant una bona estona.
- A les 12:00 h - Contacontes (L'ou es cou): Representació de la llegenda renovada que genera expectatives sobre el nou Drac.
- A les 12:15 h - Vermutada popular: Moment en el qual es comença la vermutada i on els assistents poden demanar també les diferents tapes que es van elaborar per fer un pisolabis. Aquesta activitat des del moment en què es dona inici, és simultània a les activitats restants. És a dir, que mentre es fa el joc de rol i la subhasta de relíquies, la vermutada continua desenvolupant-se.
- A les 12:45 h - Joc de rol: Joc d'estratègia i investigació pensat pels adults, on hi ha dos equips, i cadascun té un objectiu diferent, que és justament el contrari, que l'objectiu de l'equip adversari. S'utilitzen també els diferents personatges de la llegenda perquè els participants associïn de manera més fàcil, els objectius que té cada membre que hi juga.
- A les 13:30 h - Subhasta de relíquies: Subhasta en clau d'humor de peces o materials de l'antic Drac, perquè els assistents es diverteixin i participin en l'acte.

5.8 Pressupost

Per a dur a terme l'esdeveniment, es vol usar la mínima quantitat de diners possible, i poder maximitzar els guanys. Es demana inicialment un pressupost de 500 € a l'Ajuntament, per a cobrir les despeses més importants de l'acte, que finalment, s'aprova.

La part restant la cobreix l'associació del Drac, aconseguint el material que faltava i fent un pacte amb el distribuïdor de les begudes i el menjar.

Els ingressos que s'assoleixen són de 765,20 €, on se li resta aquest cost de begudes i menjar de 213,55 €, i el cost del marxandatge, 235 €. Els beneficis finals acaben sent de 316,65 €. Si es compara amb el benefici final de l'edició passada, que va ser de 195 €, es pot observar que s'han assolit 121,65 € més en aquesta edició (Vegeu Annex 12).

5.9 Avaluació

Per tal d'avaluar l'esdeveniment i comprovar si s'havien assolit els objectius plantejats inicialment, es van utilitzar dues eines per a la seva valoració; les entrevistes i una enquesta.

5.9.1 Entrevistes

Tal com s'exposa en l'apartat de la metodologia, s'han realitzat entrevistes tan previ com posteriorment al dia de l'esdeveniment.

Cal mencionar que les diferents persones que han estat entrevistades han donat el seu consentiment perquè les seves respostes, i les respostes dels seus fills/es, siguin transcrites en aquest treball (Vegeu Annex 15).

Començant per les entrevistes prèvies, per part de l'Ajuntament, tant l'alcalde com el regidor de Cultura i Joventut, destaquen el gran teixit cultural que hi ha al poble de Sant Hipòlit de Voltregà, tot i ser una vila molt petita. Reconeixen la gran tasca que fan les diferents entitats del poble, i destaquen l'associació del Drac, com una de les associacions més potents, al mateix temps que exposen la importància del relleu generacional perquè això pugui continuar sent així. Per altra banda, també mostren el suport logístic, econòmic i de difusió que pot aportar l'Ajuntament per a la creació de l'esdeveniment, concloent que aquesta tipologia d'actes són ideals, ja que reforcen la cultura i tradicions populars, i també la participació ciutadana i la cohesió social, objectius que des de l'Ajuntament es tenen molt presents.

En referència a l'entrevista a Xevi Vigué, cap de l'associació del Drac, explica d'on neix la idea de la representació de la llegenda i la rellevància que ha anat guanyant amb els anys i que des de l'associació volen continuar expandint. Recorda breument, l'anterior edició amb els seus punts de millora i aquells que van funcionar, i també el procediment amb el qual treballen de manera interna. Finalment, destaca la importància de treballar en equip amb altres entitats del poble, i que sempre s'ha de tenir molt present l'objectiu que es vol aconseguir a l'hora de desenvolupar un esdeveniment. (Vegeu Annex 13)

Seguidament, es presenten les principals respostes de les entrevistes posteriors. Es distingeixen entrevistes adreçades a dues tipologies de persones; per una banda, persones que han format part de la creació i planificació de l'esdeveniment, i per l'altra, persones que han assistit a l'esdeveniment.

En primer lloc, Xevi Vigué, fa una valoració molt positiva del desenvolupament de l'acte, destacant la ubicació i l'estratègia de difusió com a punts forts, i exposant també petits aspectes que es poden millorar per a una següent edició. Afirmar que s'han complert els objectius i que l'assistència ha estat molt bona i s'ha aconseguit crear aquest ambient familiar i de fer poble que es busca sempre des de l'entitat. Per la seva banda, Judit Montanyà, cap de la Colla Foc i Ganxo, també coincideix amb una valoració molt positiva. Exposa que els diables sempre van de la mà de l'associació del Drac, ja que gestionen la part pirotècnica, i que, per tant, sempre treballen conjuntament en el desenvolupament dels actes, com ha estat el cas, en el present esdeveniment. Considera també, que s'han complert els objectius i recalca que allà on hi hagi el Drac, els diables també hi seran.

En referència als assistents, les entrevistes es van realitzar el mateix dia de l'esdeveniment. D'aquesta manera, les preguntes plantejades eren més curtes i senzilles perquè els assistents responguessin de manera directa i concisa i no se'ls fes molt llarga l'entrevista.

Així doncs, començant pel nen i nena que es van entrevistar, tots dos coincidien en el fet que havien gaudit de l'acte, que els tallers havien estat bé i destacaven l'espectacle com el punt més divertit de l'esdeveniment, afirmant que l'any que ve tornarien si es fes una altre cop.

Pel que fa al pare i la mare, també confirmaven que havien gaudit com a adults durant l'esdeveniment, i destacaven diferents activitats com a les preferides dels seus fills i filles, coincidint, això sí, en què havien pogut aprendre alguna cosa sobre la llegenda i que aquestes activitats afavorien al desenvolupament dels seus fills i filles, acabant amb una resposta positiva sobre tornar a venir en una següent edició.

Finalment, pel que fa a les dues persones joves adultes, com a representació del públic secundari, comentaven el següent; totes dues parlaven de venir a l'esdeveniment amb més amics, ja que les activitats pels adults que es plantejaven convidaven a aquest fet. Totes dues concordaven en què hi havia un ambient molt familiar i festiu, ambient característic del poble, i destacaven aspectes positius de les diferents activitats pels adults, així com de l'espectacle. Novament, confirmaven que tornarien en el cas que es fes una altra edició (Vegeu Annex 14).

5.9.2 Enquestes

Per altra banda, i per poder contrastar la informació, es fa ús d'aquesta eina quantitativa, L'enquesta va dirigida únicament als assistents de l'esdeveniment, per tant, novament, s'opta per una mostra no probabilística, que depèn d'unes característiques específiques, en aquest cas, haver assistit. L'única característica sociodemogràfica que s'utilitza ha estat l'edat, ja que es vol saber quin tipus de públic objectiu, ha assistit a l'esdeveniment (Vegeu Annex 16).

S'ha elaborat un qüestionari a través de l'eina Google Forms, on hi ha 15 preguntes, entorn l'experiència a l'esdeveniment, 14 són obligatòries, i l'última és opcional. De les 15 preguntes, n'hi ha 12 de tancades, dividides entre 6 que són d'escollir una opció entre les que es mostren, i 6 que són de valorar en una escala d'1 a 5, essent 1 gens i 5 molt. Finalment, les 3 preguntes restants, són obertes per a fer una valoració més personal. El mateix dia de l'esdeveniment, es va difondre l'enquesta a través del compte d'Instagram de l'associació del Drac, i a través d'un QR situat a la barra de les begudes. Hi ha hagut un total de 82 participants.

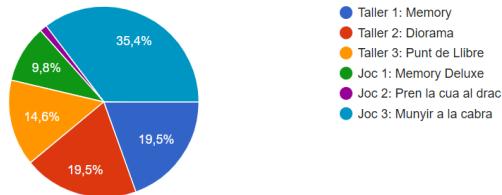
A continuació, s'exposen els principals resultats, destacant les preguntes més rellevants;

Pel que fa a l'edat, predomina la franja de 31 a 40 anys (29,3%), seguit de les persones de més de 40 anys (25,6%), que correspon a les famílies, és a dir, els pares i mares dels nens i nenes, un dels principals públics objectius. Dels tallers i jocs infantils, el preferit és el joc de munyir la cabra (35,4%), i amb el mateix percentatge, el segueixen el memory i el diorama

(19,5%). Afegir, que el 100% dels enquestats, consideren que les activitats han transmès l'essència de la llegenda del Drac.

Quin dels 6 jocs/tallers plantejats per als nens/es t'ha agradat més?

82 respostes

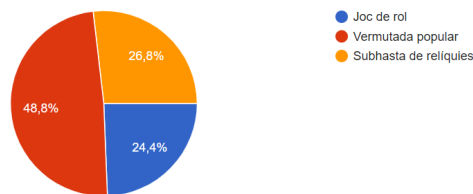


Gràfic 3: Pregunta 3 del qüestionari. Font: Captura de pantalla del qüestionari d'elaboració pròpia (2024).

Per altra banda, de les activitats pels adults, la vermutada popular predomina clarament, ja que gairebé la meitat dels enquestats, l'escullen com a activitat preferida (48,8%).

Quina de les activitats per a joves/adults, t'ha agradat més?

82 respostes

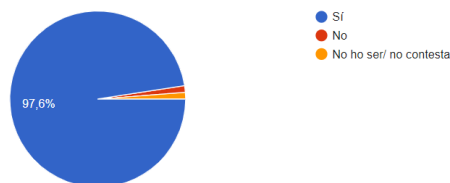


Gràfic 7: Pregunta 7 del qüestionari. Font: Captura de pantalla del qüestionari d'elaboració pròpia (2024).

Sobre l'organització de l'acte, els enquestats consideren que la ubicació és la decisió més encertada, ja que obté 70 vegades la millor puntuació. Quan es demana pel més divertit o original de l'acte, predomina la representació, seguida de la subhasta i el joc de munyir la cabra, de les 82 respostes totals, 58 destacaven aquestes 3 activitats.

Recomanaries aquest esdeveniment a altres persones si es celebrés una altra edició l'any vinent?

82 respostes



Gràfic 12: Pregunta 14 del qüestionari. Font: Captura de pantalla del qüestionari d'elaboració pròpia (2024).

Una altra dada a destacar, és que 80 dels 82 enquestats (97,6%), recomanarien aquest esdeveniment si es tornés a celebrar.

Finalment doncs, s'observa una valoració molt positiva per part de tots els públics, tant del desenvolupament de les activitats, com de l'organització de l'esdeveniment.

6. Conclusions

Amb la realització del present treball, es poden extreure unes conclusions segons els objectius plantejats inicialment. D'aquesta manera, s'ha observat que amb el plantejament de l'esdeveniment, s'han pogut complir tots els objectius.

Pel que fa als objectius qualitius, a través de l'observació el dia de l'esdeveniment, i amb les respostes obtingudes en les entrevistes i l'enquesta, s'ha pogut comprovar que els nens i nenes del poble han pogut conèixer la llegenda del Drac, ja que en les activitats infantils, apareixien de forma directa els seus personatges. A més, alguns també actuaven en el contacontes, fent així, que la canalla els pogués identificar. En aquest sentit, les famílies han pogut conèixer també la llegenda, a través d'aquestes activitats col·laborant amb els seus fills i filles, i, al mateix temps, en les activitats per a adults. Per tant, es pot confirmar que el desenvolupament de les activitats ha fet partícips als nens i nenes en la llegenda del Drac.

En segon lloc, en referència a crear expectatives sobre la nova era del Drac, s'ha assolit principalment, a través del contacontes. Algunes de les persones, en les entrevistes, afirmaven directament que ja volien veure el nou Drac, a més de ser l'activitat que els enquestats més han destacat quan es preguntava pel més original de l'esdeveniment.

En tercer lloc, també a través de les entrevistes i l'enquesta, s'ha pogut observar que el bon ambient de l'esdeveniment, com confirmava el cap de l'associació del Drac, entra d'altres persones entrevistades, va ser un aspecte molt positiu que convidava a interactuar entre tothom, generant així, unió i cohesió popular. El mateix passava amb els nens i nenes quan interactuaven mentre participaven en les activitats.

Respecte al creixement del teixit cultural del poble, tant l'alcalde com el regidor de Cultura, en les seves entrevistes, afirmaven que l'acte plantejat afavoria a aquest aspecte, ja que, a més, es col·laborava entre diferents entitats del poble. Aconseguir que l'acte s'estableixi com un acte anual de la programació cultural de l'Ajuntament, no es pot assegurar amb determinació, però les dues principals parts implicades, l'Ajuntament i l'associació del Drac, estan disposades a fer-ho realitat, i així ho manifesten en les entrevistes realitzades.

Per altra banda, els objectius quantitius, també s'han pogut assolir. S'han recaptat fons per a la construcció del nou Drac, al mateix temps que s'ha aconseguit arribar a un 25% més de beneficis amb relació a l'anterior edició, i fins i tot s'ha superat. A més, a través de l'enquesta, resposta per 82 persones, i el material d'impressió que es va usar en les activitats, es pot assegurar que realment, hi va haver un mínim de 100 persones.

Concloent, s'ha observat que s'ha respost a la pregunta inicial de quin procediment seguir per a desenvolupar l'esdeveniment perquè els nens i nenes coneguin la llegenda. A través d'activitats que fomentin la seva creativitat, al mateix temps que els faci partícips de la llegenda, i vulguin veure el nou Drac, implicant també a les famílies, amb activitats que els facin gaudir i promoguin la interacció entre la població. Així, es genera cohesió social i es contribueix a augmentar el teixit cultural del poble. L'acte posa de manifest que és possible utilitzar un pressupost reduït, amb la cooperació de l'Ajuntament, i de buscar sempre maneres d'estalviar costos, a més d'evidenciar que la col·laboració entre entitats culturals és un aspecte essencial per a la creació d'esdeveniments de la cultura i tradicions populars.

7. Bibliografia

- Esdeveniment (s.d). A *Diccionari de la llengua catalana (DIEC)*. Recuperat el 18 de desembre del 2023 de:
<https://dlc.iec.cat/Results?DecEntradaText=esdeveniment&AllInfoMorf=False&OperEntrada=0&OperDef=0&OperEx=0&OperSubEntrada=0&OperAreaTematica=0&InfoMorfType=0&OperCatGram=False&AccentSen=False&CurrentPage=0&refineSearch=0&Actualitzacions=False>
- García, M. A. (2013). *Los evento como herramienta de comunicación. Su efectividad como transmisores de los mensajes organizacionales: Estudio de caso: Eventos de la Fundació Fòrum Ambiental*. [Treball de fi de Màster, Universitat Pompeu Fabra]. Repositori UPF. Recuperat el 28 de desembre del 2023 de:
https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/22199/TFM_MAGarcia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Instituto Mediterráneo Estudios de Protocolo - IMEP (s.d). *¿Qué es un evento y cómo se puede clasificar?*. Recuperat el 27 de desembre del 2023 de:
<https://www.protocoloimep.com/articulos/que-es-un-evento-y-clasificacion/>
- Instituto Mediterráneo Estudios de Protocolo - IMEP (s.d). *Tipos de evento según Donald Guetz*. Recuperat el 27 de desembre del 2023 de:
<https://www.protocoloimep.com/articulos/tipos-de-eventos-segun-donald-getz/>
- Jijena, R. (2014). *Cómo organizar eventos con éxito* (2a ed.). Ugerman Editor. Recuperat el 21 de desembre del 2023 de:
<https://books.google.es/books?id=5hTqEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ca#v=onepage&q&f=false>
- Jijena, R (2003). *Eventos. Cómo organizarlos con éxito*. Nobuko. Recuperat el 21 de desembre del 2023 de:
<https://books.google.es/books?id=GsoWK47wH6gC&printsec=frontcover&hl=ca#v=onepage&q&f=false>
- Lladó, Q. (2023). *El Protocol*. Assignatura de Protocol. [Apunts acadèmics]. Moodle UdG. Recuperat el 18 de desembre del 2023.
- Mapes de Patrimoni Cultural (s.d). *El Drac Que Vol Tragar. Sant Hipòlit de Voltregà*. Recuperat el 20 de desembre del 2023 de:
<https://patrimonicultural.diba.cat/element/el-drac-que-vol-tragar>
- Otero, M. T. (2011). *Protocolo y organización de eventos*. Editorial UOC. Recuperat el 22 de desembre del 2023 de:
https://books.google.es/books?id=68k27-1Cip4C&pg=PA22&dq=protocolo+y+organizacion+C3%B3n+de+eventos&lr=&hl=ca&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false

- Redacció. (29 de juliol de 2019). How to Plan an Event: 10 Step Event Planning Guide. *Guidebook: Blog*. Recuperat el 28 de desembre del 2023 de:
<https://guidebook.com/mobile-guides/event-planning-guide/>
- Redacció. (8 d'abril de 2020). ¿Qué tipos de ferias existen en el sector MICE?. *Idcongress: Blog*. Recuperat el 27 de desembre del 2023 de:
<https://www.idcongress.es/blog/tipos-feria-sector-MICE>
- Vigué, X. (2016). *La llegenda del Drac que Vol Tragar*. Recuperat el 14 de desembre del 2023 de:
https://drive.google.com/file/d/1YxlytIT-M3Ymv0x8QDsN8L5PFdalhYoS/view?usp=drive_link