

LOS POLÍTICOS EN LAS FESTIVIDADES: LAS ASOCIACIONES FESTIVAS COMO
ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN Y COMPETICIÓN DE LOS POLÍTICOS VALENCIANOS
POLITICIANS IN POPULAR FESTIVITIES: FESTIVE ASSOCIATIONS AS PARTICIPATORY AND
COMPETITIVE GROUNDS FOR VALENCIAN POLITICIANS

Pau Díaz-Solano

Universitat de València, España
pau.diaz@uv.es
<https://orcid.org/0000-0003-3018-8430>

Adrià Mompó

Universitat Oberta de Catalunya, España
amompor@uoc.edu
<https://orcid.org/0009-0001-1727-058X>

Cómo citar / Citation: Díaz-Solano, P., & Mompó, A. (2024). Los políticos en las festividades: Las asociaciones festivas como espacios de participación y competición de los políticos valencianos. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 19(1): 53-70. <https://doi.org/10.14198/obets.25467>

© 2024 Pau Díaz-Solano y Adrià Mompó

Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Recibido: 28/06/2023. Aceptado: 20/11/2023

Resumen

En este artículo se estudian las razones de los políticos valencianos de ámbito local para participar en asociaciones festivo-culturales, siguiendo la teoría de los incentivos generales, así como la influencia que tienen la ideología y la identidad. El propósito del trabajo es contribuir a un mayor conocimiento sobre el activismo de los políticos en espacios cívicos organizados, y ampliar a la vez los estudios sobre el fenómeno festivo valenciano con la interrelación entre políticos y asociaciones festivas. Para llevarlo a cabo se han recogido una serie de encuestas entre algunos concejales de las principales ciudades valencianas de más de 50.000 habitantes. Posteriormente se realizaron entrevistas semiestructuradas a los cargos públicos de la ciudad de Alcoi.

Los resultados nos indican claramente que la participación festiva puede tener un carácter “económico” y político, y no solo lúdico cuando se habla de políticos en activo. Además, nos dan una visión diferente, más matizada, sobre las implicaciones políticas del fenómeno festivo a través de su vertiente organizativa y participativa: las

Abstract

This article studies the reasons for local Valencian politicians to participate in festive-cultural associations, following the theory of general incentives, as well as the influence of ideology and identity. The aim of the study is to contribute to a better understanding of the activism of politicians in organised civic spaces, and at the same time to extend studies on the Valencian festive phenomenon with the interrelationship between politicians and festive associations. In order to do so, a series of surveys were carried out among councillors in the main Valencian cities with more than 50,000 inhabitants. Subsequently, semi-structured interviews were conducted with public officials in the city of Alcoi.

The results clearly indicate that festive participation can have an “economic” and political character, and not only a recreational one when talking about active politicians. Moreover, they give us a different, more nuanced view of the political implications of the festive phenomenon through its organisational and participatory aspect: the associations. Finally, the greater involvement of regionalist conservatism

asociaciones. Finalmente se ratifica, si bien relativamente, la mayor implicación del conservadurismo regionalista en estos espacios. En resumen, se reafirma el poderoso impacto político de las fiestas populares valencianas y la particular relación entre las carreras políticas de los concejales y las organizaciones festivas.

Palabras clave: Rituales de interacción; rituales festivos; cultura festiva; participación política; capital social; recursos de grupo; estrategias de implantación.

Extended abstract

Introduction. Popular festivities in Valencia are a constant theme in social research and, moreover, they are often the subject of dispute as to their identity and political importance. The abundance of studies on Valencian festivals and the growing diversification of the disciplines that deal with them are proof of their relevance. These studies include articles by sociologists such as Ariño (1992), Gisbert-Gracia, Rius-Ulldemolins and Hernández i Martí (2019), among others.

On the other hand, by considering the involvement of politicians in the organization and the popular aspect of festivals, it is possible to develop a wider and more enriching range of possibilities. Instead of seeing it as a co-optation by political parties, it is an interaction between citizens and politicians within festive entities, with mutual influences and, above all, with individual motivations that explain the presence of politicians as individuals with their own interests, instead of acting as mere extensions of the fiesta. Therefore, the main objective is to know those “particular motivations” or incentives that move politicians to participate in the fiestas, to understand what kind of profile they adopt and what political benefits they obtain from it in order to hypothesize that access to these political benefits encourages an ideologically diverse participation in a broad political spectrum. As a result, a participatory environment marked by political competition would be established.

To this end, it is first necessary to justify why festive associations can be considered voluntary organizations in terms of their civic and mobilizing potential. And secondly, theoretical foundations are presented along with attitudes and strategies of politicians that help to understand festive participation as a politically motivated activity.

Methodology. The present study employs a combination of quantitative and qualitative methods to address the complexity of the research, together with a literature review that analyzes the existing literature on popular festivals and associations in the Valencian Country, in order to obtain relevant information about this phenomenon and to understand why it deserves attention.

First, we start from the theory of general incentives to assume that participation in festive associations is a politically motivated attitude, where ideological and procedural factors do not diminish the importance of the possible economic benefits.

As for the quantitative analysis, an online survey was conducted targeting councilors in Valencian cities with more than 50,000 inhabitants during the spring of 2021. The choice of cities was justified by their demographic

in these spaces is ratified, albeit relatively speaking. In short, it reaffirms the powerful political impact of Valencian popular festivals and the particular relationship between the political careers of councilors and festive organisations.

Keywords: Interaction rituals; festive rituals; festive culture; political participation; social capital; group resources; implementation strategies.

representativeness, since together they account for 2,222,249 inhabitants out of the 5,057,353 Valencian inhabitants (Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana, 2022).

In the questionnaire, participants were asked to express their degree of agreement or disagreement, indifference or agreement with respect to the political involvement of popular festivals and festive associations, in relation to their impact on local politics and the desirability of involvement from public office. They were then asked to evaluate their degree of personal involvement in the festive associations of their municipality, classifying it as not at all, a little, quite a bit, or a lot. Subsequently, they were asked to rate the importance of a list of possible incentives for their participation, which included economic (E), ideological (Y) and procedural (P) incentives. In addition, they were asked to rank themselves ideologically on a scale of 1 to 10, where 1 to 3 represented “left,” 4 was “centre-left” alone, 5 was “centre-right” (majority value), and 6 to 10 was “right.” Finally, they were asked to place themselves on a usual identity scale: “Valencian identity” (only Valencian and more Valencian than Spanish), “dual identity” (both Valencian and Spanish) and “Spanish identity” (more Spanish and only Spanish).

Finally, the results of the surveys will be presented with three clear objectives: first, to quantify the degree of participation of politicians in festive associations; second, to determine to what extent they are influenced by their ideological positions and their identity; and third, to demonstrate the incentives that motivate them to participate.

Results. The first graph seeks to determine the opinions of the councilors on the political influence of the festive associations and popular festivals, as an initial step to determine whether their participation is politically motivated. Approximately 40% accept that the associations express political positions, while another 40% deny it, generating a conflict in this aspect. In the third case, about 40% believe that connections with festive associations help a politician’s political career, while just over 20% deny this. As an initial conclusion, the political importance of festive associations is based on their centrality, visibility and popularity, rather than on a close relationship with political parties or a clear political influence in the festive field.

The research also addresses the factors that condition access to these potential benefits. It is clear that national identity influences participation in festive associations, which is confirmed by the chi-square analysis. The more Spanish a councilor feels, the greater his or her attachment to and participation in these entities. However, among councilors with a more Valencian identity, there seems to be

a greater reluctance to get involved: almost 60% do not do so, and of those who participate, only 20% do so quite intensely and none do so very actively. This contrasts with 40% active participation among Valencians and Spaniards, and 60% among those with a predominantly Spanish identity. From an ideological point of view, conservative councilors tend to participate more and in a more committed way. Among those on the center-right, close to 70% participate actively, although councilors further to the right seem to be less participative, with 30% declaring that they do not participate. However, these results do not negate the existence of participation percentages among the left as well.

The last question that arises is what incentives explain this generalized participation. Economic incentives (E) refer to possible private benefits derived from participation, but not directly related to it, such as procedural benefits. In this sense, most do not consider strictly political incentives important, such as following a party promotion strategy or complying with a partisan norm of participation in festive entities. What the majority considers most relevant, around 60%, is contact with society and its opinions.

As for procedural incentives (P), having friends, relatives or acquaintances is an important reason to get involved in an association, which shows that these are mainly spaces for socialization and that interpersonal relationships are crucial. More than 70% consider this to be important. Finally, the ideological incentive (Y), associated with preserving tradition and living the identity of the people, is a priority, as almost all believe it is an important reason to participate.

In summary, as a further conclusion, all three types of incentives are important. It is clear that councilors participate because of their identity, personal satisfaction and familiarity with the associations, but political motivations are also prominent, although they are more related to their public image than to their party affiliation. Therefore, rather than establishing a hierarchy, different incentives are likely

to manifest themselves according to each individual's time and priorities.

Conclusions. In order to understand the motivation and the way politicians get involved in festive associations and to analyze ideological diversity, a survey was carried out, the results of which show that festive associations have a considerable attraction for politicians, since they are not simply looking for fun and enjoyment, but find in them the capacity to generate opinion, cohesion, popularity and active participation. Councilors see in popular festivals an important "showcase", whose strength lies in their massive character and their ability to gather information quickly. In popular festivals, politicians can position themselves as "connectors", situated in the middle of diverse solidarity networks providing them with sympathy, loyalty and influence.

There is a wide participation in the festive associations by the whole Valencian political spectrum, although this participation varies according to the majority presence of conservative councilors and, above all, of those who identify with the hegemonic Valencian or directly Spanish identity. However, this does not prevent or discourage the participation of politicians from other backgrounds. In this sense, the first hypothesis that Valencian politicians participate in festive associations moved by three types of incentives that do not contradict each other is confirmed: procedural, ideological and economic.

The results of the second hypothesis offer a complicated answer: the ideological influence on the final decision to participate is complex, although the national factor outweighs the socioeconomic one. In this sense, the real participatory deficit comes from valencianism and not so much from the left in general. The political connection in the festivities does not lean so much towards the right as towards the dual framework of the Valencian Autonomous Identity, which continues to be the predominant identity among Valencians.

1. INTRODUCCIÓN

Las fiestas populares valencianas son una constante en las investigaciones sociales y, más todavía, un motivo habitual de disputa sobre su significación en la identidad y en la política. Prueba de su centralidad es la larga trayectoria de estudios sobre las fiestas valencianas y la creciente diversificación de las disciplinas que los abordan. En este sentido encontramos los artículos de sociólogos como Ariño (1992) y Gisbert-Gracia, Rius-Ulldemolins y Hernández i Martí (2019), Vera (2019), entre otros.

En cambio, tomando como referencia la participación de políticos en la vertiente organizativa y popular de las fiestas -las asociaciones festivas-, se

puede desplegar un abanico de posibilidades más enriquecedor y heterogéneo: en lugar de una cooptación por parte de los partidos políticos se hablaría de una interacción entre ciudadanos y políticos al sí de las entidades, con influencias recíprocas y, sobre todo, con motivaciones particulares que explican la presencia de los políticos más como individuos con intereses propios que como unidades miméticas a las órdenes del partido. Así pues, el objetivo principal es descubrir esas "motivaciones particulares" o incentivos que llevan a políticos a participar en asociaciones festivas, qué tipo de perfil adoptan y qué tipo de rentabilidad política extraen. En congruencia con el anterior, se plantea la siguiente hipótesis que entiende que la posibilidad de acceder a esos beneficios políticos impulsa a una

participación ideológicamente diversa que abraza un espectro político amplio. Como consecuencia, habría un ámbito participativo marcado por la competición política en sí.

En el proceso, se debe justificar primero porque las asociaciones festivas pueden ser tratadas como organizaciones voluntarias cualquiera respecto a su potencial cívico y movilizador. Hecho esto, se expondrán los rudimentos teóricos que pueden ayudar a entender la participación festiva como una actividad políticamente motivada, además de las diferentes actitudes y estrategias que los políticos pueden acometer.

2. METODOLOGÍA

El presente trabajo usa una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas para abordar la multidimensionalidad que presenta la investigación, junto con una investigación bibliográfica que permite dar la base teórica para conocer los objetivos planteados. Es por ello, que se incorporan las perspectivas de la teoría de los incentivos generales, del espacio social de Bourdieu y el clientelismo político. Así pues, haciendo un repaso de la literatura sobre fiestas populares y asociaciones en el País Valenciano para obtener algunas claves sobre el fenómeno que ocupa y por qué es merecedor de atención. Partiendo desde la teoría de los incentivos generales, se supone que la participación en asociaciones festivas es una actitud políticamente motivada donde los factores ideológicos y procesales no restan peso a los beneficios económicos potenciales. Al contrario, serían espacios preferentes para el político que aspira a popularizarse y crear vínculos valiosos con la sociedad local.

Respecto a los métodos de investigación utilizados, se ha optado por una aproximación mixta de métodos cualitativos y cuantitativos, realizando una serie de entrevistas exploratorias seguida de una encuesta con más amplio alcance. Las entrevistas semiestructuradas fueron realizadas en el municipio de Alcoi entre una veintena de concejales de la corporación municipal, con el objetivo de definir las preguntas más adecuadas en el cuestionario posterior, así como establecer unas primeras expectativas que fundamentan la investigación posterior. Por otro lado, las entrevistas nos ayudan a interpretar los resultados, especialmente

los puntos más complejos que podían requerir de una aproximación más minuciosa. La intención no es, sin embargo, hacer un análisis del discurso, sino tratar de explicar los resultados en términos próximos a los de los propios cargos entrevistados: es decir, como exponen ellos mismos sus actitudes. Precisamente por tener un carácter exploratorio, no se prima en esta primera fase la representatividad de la muestra, sino su potencial explicativo de la relación entre política local y las fiestas valencianas más extendidas en cuanto a territorio y participantes: los moros y cristianos (Gisbert et al., 2019).

En cuanto al análisis cuantitativo se ha hecho una encuesta en línea – utilizando Google Forms – realizada entre los concejales de las ciudades valencianas de más de 50.000 habitantes durante la primavera de 2021. La elección se justifica por la representatividad demográfica del conjunto de ciudades elegidas – 2.222.249 habitantes de los 5.057.353 valencianos (Portal Estadístico de la GV, 2020) – y su realidad urbana, que se entiende más favorable a la generación de tejidos asociativos potentes. Las ciudades incluidas son, por orden de habitantes: València, Alacant, Elx, Castelló de la Plana, Torrent, Torrevieja, Orihuela, Gandia, Paterna, Benidorm, Sagunt, Sant Vicent del Raspeig, Alcoi, Elda y Vila-real. El número total de participantes suma 22, con un ligero predominio de las localidades del centro y sur en detrimento del norte valenciano, en parte también por el mayor número de ciudades en estas áreas.

En el formulario se pide, en primer lugar, expresar el grado de acuerdo – en desacuerdo, indiferente o de acuerdo – con diferentes afirmaciones al respecto de la implicación política de las fiestas populares y las asociaciones festivas, referentes a su incidencia sobre la política local y la conveniencia de vincularse desde los cargos públicos. A continuación, se instaba los encuestados a medir su grado de implicación personal en las asociaciones festivas de su municipio – nada, poco, bastante o mucho –, para después valorar el nivel de importancia de una lista de incentivos posibles a su participación: incentivos de tipo económico (E), ideológico (Y) y procesal (P). A continuación, se les hace clasificar ideológicamente en una escala del 1 al 10. Hay que destacar que en esta escala no hay centro posible deliberadamente para rehuir de la imprecisión terminológica del concepto. Aun así, la

encuesta presentaba un sesgo progresista que debía de reinterpretarse: la gran mayoría se situaba del 3 al 5, que en una escala de nueve números representa el bloque a la izquierda. Para dirimir qué querían expresar exactamente los concejales ubicados en el 5, se cruzó esta variable con la militancia partidista de los concejales y, como se muestra en la tabla 1, la gran mayoría provenía de Ciudadanos y, en menor medida, del Partido Popular, ambos conservadores.

Consecuentemente, los valores se han organizado así: del 1 al 3 “izquierda”, el 4 por sí solo “centro-izquierda” – puesto que tenía una cantidad de respuestas suficientes como para constituir un valor propio–, el 5 “centro-derecha” –valor mayoritario– y del 6 al 10 “derecha” – con poca entidad en el último caso, y concentrada básicamente en el 6. La composición de la muestra queda un tanto escorada a la izquierda, si bien con un contingente suficiente de conservadores centristas, y con cinco partidos claramente mayoritarios.

Tabla 1. Composición de la muestra por autoubicación ideológica y partido.

	PP	PSOE	Compromís	UP	C's	VOX	Plataforma local	Ninguno	Total
Izquierda	0%	72,2%	73,3%	100%	0%	0%	0%	66,7%	28
Centro-izquierda	0%	16,7%	26,7%	0%	0%	0%	0%	0,0%	7
Centro-derecha	18,2%	11,1%	0%	0%	90,0%	0%	100%	33,3%	15
Derecha	81,8%	0%	0%	0%	10%	100%	0%	0%	12
Total	11	18	15	2	10	2	1	3	62

Fuente: Elaboración propia.

Por último, los concejales y concejalas tenían que ubicarse en la habitual escala de identidades – solo valenciano, más valenciano que español, tanto valenciano como español, más español que valenciano y solo español– que se ha simplificado juntando las identidades no duales en dos grupos, según la concepción de nación imperante. Todo ello resulta en una “identidad valenciana” –solo valenciano y más valenciano–, “identidad dual” –tanto valenciano como español– e “identidad española” – más español y solo español.

Finalmente, se expondrán los resultados de las encuestas con tres objetivos definidos: y) cuantificar el grado de participación de políticos en asociaciones festivas; ii) discernir en qué nivel se ven influidos por sus posiciones ideológicas y su identidad; y iii) evidenciar finalmente los incentivos que los mueven a participar.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Políticos en las asociaciones festivas: mucho más que fiesta

Participar en asociaciones festivas responde a una naturaleza cívica equivalente a la de cualquier otro tipo de organización voluntaria. De hecho, la participación

política en Europa -y en España-, más que menguar, se ha redimensionado desde los años ochenta incluyendo un mayor repertorio temático, entre el cual hay que contar especialmente las asociaciones culturales (Alberich y Espadas, 2011; Morales, 2004; 2005). Este aumento importante del número de asociaciones en España, entre ellas la festiva, denominada como la “explosión asociativa”, ha supuesto en esas décadas un “giro histórico”, no sólo por dicho aumento, sino también por sus relaciones con las administraciones. No obstante, existen discrepancias al respecto, puesto que no se ha producido un aumento tan grande y no todo es positivo, ya que la implantación a nivel social es pequeña, y por tanto, «su capacidad es discutible para vertebrar la denominada sociedad civil» (Ariño, 2004:85-86, 106). Además, ese momento coincide con los primeros lustros de la democracia, cuando la política local adquiere relevancia, y en paralelo al crecimiento políticas locales festivas, culturales, deportivas o sociales, crece el número de asociaciones de estos tipos (Vázquez y Rodríguez, 2010).

Son varias las referencias que existen sobre el sector asociativo festivo y la participación política. Por un lado, se enfocan en la proliferación y el aumento de las asociaciones de diferente tipo (Ariño, 2004; Vázquez y Rodríguez, 2010). Por otro lado, varios estudios

vinculan las asociaciones festivas a la sociabilidad (García Pilan, 2006; Hernández, 2008); mientras otros estudian de la situación del sector festivo y su evolución por diferentes tramos (Ginés y Piqueras, 2018).

En el sur de España se celebra en Sevilla la Feria de Abril, una fiesta cuyo uno de los elementos más destacados son las casetas que se colocan por la ciudad. La mayor parte de casetas son de uso privado en el cual solo se puede acceder por invitación o por ser socios, lo cual privatiza la fiesta a no ser que estés asociado. Los políticos también se implican en la fiesta y están presentes en las casetas, pero en este caso, con casetas públicas. Las casetas públicas están ocupadas por el ayuntamiento de la ciudad, los miembros de los diferentes distritos, los partidos políticos y sindicatos, incluso en algunos casos asociaciones vinculadas a la solidaridad (M.H., 2023). Incluso las ferias cuentan con un capital social familiar, por el hecho que las asociaciones suelen reunir a familiares y amigos (Combes, 2021). Lo mismo pasa en la festividad de los Moros y Cristianos de Alcoy, ya que las familias tradicionalmente forman parte todos de una misma *filà*, por lo que permanece ese capital social familiar. Por otra parte, también existe una privatización de la fiesta, a modo que no tengas familiares en *filas* o formes parte de una de ellas, es complicado conseguir algunas de las sillas ofertadas para ver *l'entrà*, además de su elevado precio.

Por ejemplo, en Cádiz se celebra todos los años el Carnaval, una fiesta donde los protagonistas son las agrupaciones carnavalescas, quienes a través coros y chirigotas, cantan coplas críticas mediante las cuales realizan denuncias sociales, generalmente de actualidad (Sacaluga, 2013). Es muy frecuente la presencia de críticas a los políticos, por lo que estas asociaciones ejercen un contrapoder frente al poder establecido a través, entre otros, del mensaje de sus coplas (Sacaluga, 2013, 2014). Respecto al poder político, en unas épocas con mayor fuerza, se ha intentado intervenir y controlar los coros y chirigotas, a través, por ejemplo, de las subvenciones (Sacaluga, 2013).

Otras asociaciones festivas, estas de carácter religioso, existentes en toda España son las cofradías y hermandades, muy presentes especialmente en Semana Santa, pero también en otros momentos del año, ya que estos se reúnen durante el año. En algunas ciudades, como Sevilla o Cádiz la presencia de las cofradías es

importantes, razón por la cual desde ciertos sectores mayoritarios o ideológicos de la política local se trata de potenciar a través de reuniones y de creación de consejos como el de la Hermandad (Barrera, 1983; Castro, Calvo y Granado, 2008; Homobono, 2006; Moreno, 2006).

Durante las primeras décadas de la Democracia, la participación política se ha llevado a cabo a través de asociaciones de diferente tipo, pero también a través de la protesta y acción política, siendo formas alternativas de participación política, respecto la participación política en acciones habituales, como son la participación en partidos políticos o en sindicatos, participación o asistencia a mítines, entre otros (Morales, 2005). En ese sentido, tal como se recoge en Ariño (2004), una de las interpretaciones que se recogen muestra que la propia desafección que existe en la participación política tradicional ayuda al asociacionismo o a otras formas de participación política a crecer.

La mayor parte de las asociaciones, excepto las asociaciones puramente políticas o cercanas con gran presencia y carga ideológica en su actividad, suelen teóricamente calificarse de “apolíticas” (Estivill, 2009; Ferreira da Costa, 1991). Ariño (2004) distingue diferentes tipos de apoliticismo. Por un lado, aquellas asociaciones que en su actividad no tienen ninguna vinculación, ni directa ni indirecta, con la política, el partidismo o la ideología. Por otro lado, hay asociaciones donde la socialización es un elemento importante, como sucede en asociaciones de tipo deportivo o festivo. En estos casos, a nivel teórico se suele tratar a la asociación como apolítica por una cuestión meramente de supervivencia y tranquilidad en la asociación, pero no en sus actividades.

El interés político de la asociación no se explica solo por la visibilidad pública y el carácter desenfadado que puede proveer al político una imagen próxima y auténtica. Tratándose de espacios de socialización intensa entre ciudadanos de diversa índole, se hace patente la capacidad para generar, por un lado, vínculos interpersonales y redes de reciprocidad básicos para la producción de capital social y, por otro lado, habilidades cívicas elementales para la participación política y el ejercicio de la ciudadanía (Dekker y Van der Broek, 2005; García-Valdecasas, 2011). Estas, se condensan en los llamados recursos de grupo: habilidades sociales como por ejemplo saber relacionarse o entender los

códigos de comportamiento del ambiente que nos rodea-, contactos personales fuera de los ámbitos de socialización primaria y capacidad de movilizarse a través de vínculos de lealtad y confianza (Anduiza y Bosch, 2012).

El origen lúdico-festivo de estas asociaciones no es en absoluto contradictorio con su potencial de cohesión (Collins, 2004) y formación cívica. Se entiende la participación de políticos no solo como una acción deliberada de influencia, sino también como oportunidad de enriquecer su capital social y habilidades cívicas útiles para consolidar sus perfiles públicos. Así pues, se invierten las teorías de la participación política, desde una dirección ciudadanos-espacio político a una relación políticos-espacio cívico. Por eso los concejales y concejalas ya han demostrado su voluntad participativa ejerciendo el sufragio pasivo, y se prevé una explicación compleja que combina las acciones racionales con las no-racionales.

El enfoque aplicable a esta dimensión es la teoría de los incentivos generales. Trata de congeniar los intereses económicos de la teoría de la elección racional y los móviles emocionales de la teoría psicológica, partiendo de una multiplicidad de factores que explican la participación política desde varios puntos de vista, más complementarios que contradictorios (Whiteley y Seyd, 2002). Estos se resumen en: i) incentivos procesales, asociados a los beneficios del propio hecho de participar – como por ejemplo el goce y la amistad con otros individuos con quienes se comparte el interés por la fiesta; ii) incentivos ideológicos, basados en la vivencia de los valores alrededor del fenómeno – en este caso la tradición y la identidad de pueblo; y por último, iii) incentivos económicos, constituidos por los réditos particulares y privativos de la participación – por ejemplo los contactos, la popularidad y la solidaridad entre los miembros de una asociación.

Ahora bien, aceptar esa multiplicidad de motivaciones no es contradictorio con prever estrategias de inserción y asentamiento en las asociaciones festivas. Teniendo en cuenta que son políticos en activo que ejercen un sufragio activo y militante, en algunos casos sus acciones pueden conducir a una racionalidad que les permita mantener o fortalecer su posición pública.

Otro enfoque que justifica la participación de los políticos en las festividades es la teoría de los espacios de

Bourdieu. El capital simbólico de las festividades reúne la fuerza de reproducción y el refuerzo de las relaciones que conforman el espacio social festivo (Bourdieu, 1988). En efecto, la participación de líderes políticos en estos espacios pretende aumentar el reconocimiento, influencia, honor e importancia (Meichsner, 2007). Es por ello, por lo que los actores políticos, en contextos festivos, pretenden generar una red de relaciones sociales mediante recursos culturales que permitan mejorar las oportunidades de ganancia (Bourdieu 1974: 13-14; Schwingel 1995: 87). Mismamente, la premeditación de estas conductas pretende impactar en los modelos de percepción de la comunidad, ya que genera mayor impacto la aparición en una actividad cotidiana (Bourdieu 1992: 116) que, por ende, en un espacio formal o institucional. Así pues, mediante la teoría de los campos de Bourdieu, se conforma como un espacio simbólico donde los actores políticos compiten (Wacquant 1996: 127-130), por la acumulación y el despliegue estratégico de capital simbólico para reforzar su legitimidad y autoridad dentro del mundo festivo. Por consiguiente, ya Goffman (1959) planteaba que los individuos actúan en relación con la impresión que puedan generar, es así que los actores políticos bajo una proyección estratégica medida en el impacto participan de las festividades para establecer una imagen pública arraigada a su territorio y que establezca vínculos emocionales con su comunidad.

Con todo, cabe tener en consideración que a pesar de que haya estudios que vinculen las festividades a los campos culturales de Bourdieu (García Pilán, 2011) cabe resaltar que este enfoque tiene sus limitaciones ya que el modelo teórico de Bourdieu no se ajusta con exactitud a las lógicas de los rituales festivos. De este modo, se considera utilizar el término de “rituales de interacción” tomado de Randall Collins para explicar el ritual festivo teniendo en consideración sus características y los estudios ya realizados por Joaquim Rius (Rius-Ulldemolins y Gisbert-Gracia, 2020).

Por otra parte, desde la teoría del clientelismo político también se puede justificar la participación de los políticos en los espacios festivos por el beneficio aportado respecto a la búsqueda de apoyo electoral y lealtad por parte de los ciudadanos (Gordón, 2020). Este apoyo se sustenta en la relación personal y directa entre el político y el individuo o grupo -que en este caso correspondería a las asociaciones festivas-,

estableciendo una red de intercambio que puede perpetuarse a lo largo del tiempo (Bourdieu, 2000). La participación de políticos en festividades locales evidencia cómo estas celebraciones se convierten en un escenario propicio para reforzar y mantener estas relaciones clientelares, ya que quien posea mayor control sobre los recursos, será el que destine a las personas con menos recursos un estatus y requerirá de éste en contraprestación lealtad y apoyo político (Stokes, 2007). Los políticos aprovechan la emotividad colectiva y la atención pública durante estas festividades para establecer un contacto más cercano con la población y reforzar los lazos de lealtad (Gordón, 2020). Es por ello por lo que no solo refuerzan su imagen pública, sino que también les permite reforzar su posición de poder (Rius-Ulldemolins y Díaz-Solano, 2023) al exhibir su capacidad para proveer beneficios materiales y simbólicos en un contexto social y cultural específico (García, 2011). Así pues, se resalta cómo estas prácticas festivas sirven como plataformas estratégicas para la consolidación y mantenimiento de relaciones clientelares, perpetuando así un ciclo de dependencia y lealtad de la clase política (Schedler, 2004).

El objetivo principal de estas estrategias consiste en establecer vínculos con organizaciones externas al partido, ya sea accediendo a los grupos existentes, colaborando y buscando sinergias o incluso creando. Si en el primero y tercer caso aparece una relación de subordinación de los grupos hacia los partidos, en el segundo se hablaría de una mayor igualdad de trato (Verge, 2010). No obstante, tales modelos serían aplicables a las comisiones festivas más que a las asociaciones, atendidos sus objetivos, atomización y apertura a todo tipo de miembros. En este caso, la estrategia es insertar los propios cargos políticos convertidos en fiesteros-relaciones públicas, pero sin una conquista del espacio: serían “mensajeros” o “embajadores de la comunidad” (Whiteley, Larsen, Goodwin y Clark, 2019) tratan de exportar el mensaje político a la sociedad civil, transmitir proximidad y establecer alianzas que, eventualmente, puedan materializarse en votos o simpatizantes movilizados. Todo ello, estos vínculos ayudan a contener la volatilidad y fidelizar el voto de cara a los partidos (Poguntke, 2006; Martin, Lange y Brug, 2020), pero también podrían consolidar la imagen del político en cuestión como cara visible de su partido y retribuir

simpatías propias que le hagan ganar autonomía y peso político al margen del aparato.

Es un enfoque más coherente con la orientación moderna de los partidos y con las posibilidades que ofrece el espacio festivo: en vez de una captación directa de militantes en organizaciones con una vinculación más o menos exclusiva, se opta por relaciones más laxas y flexibles con los grupos externos (Allern y Verge, 2017). Aquí el objetivo de implantar militantes deja de ser la difusión del mensaje en favor del contacto próximo con sus inquietudes (Barberà, Barrio y Rodríguez, 2019).

Esto se explica debido a que los partidos establecen posiciones con diversidad de temas, porque no les interesan las relaciones cerradas con grupos exclusivos y sí mantener contacto fluido con varias organizaciones (Allern, Hansen, Marshall, Rasmussen y Webb, 2020). En el caso de las asociaciones festivas, es más limitado, pero la información que se pueda recoger resulta valiosa si se quieren evitar malentendidos o pasos en falso en el momento de implementar políticas de regulación de la fiesta local, del espacio público que ocupan o de la asignación económica que les corresponda. En consecuencia, tomar el pulso de la opinión pública y anticipar posibles reacciones podría ser la acometida principal de los políticos ubicados en las distintas asociaciones. Es lo que se podría definir como *environmental linkages*, orientados a las organizaciones cívicas y los movimientos sociales, diferentes de los *participatory linkages* porque no buscan la movilización de los miembros de las organizaciones en favor del partido ni reclutarlos como militantes (Lisi, 2013).

Pero “tomar el pulso” no parece ser la única razón. A pesar de que, en principio, los partidos se centran en aquellos grupos que puedan proveerlos de recursos y apoyo electoral – cosa nada clara en las asociaciones festivas – también hay que considerar el contexto competitivo. Los partidos no están aislados, por eso sus vínculos con uno u otro grupo podrían explicarse por los intentos de influencia de los rivales (Allern et al., 2020).

3.2. Las asociaciones festivas en el País Valenciano

Todas las culturas tienen celebraciones anuales en que conmemoran algún acontecimiento histórico o algún fenómeno milagroso. Generalmente, el aspecto actual

de estas festividades es la dialéctica histórica entre el origen primitivo y popular de los rituales paganos, y los intentos reiterados de la burguesía adecuada a los intereses sociales y las preferencias morales de la sociedad moderna. Un producto complejo de una evolución que arraiga en el siglo XIX y se caracteriza por el añadido progresivo de normas y procedimientos que reglamentan la fiesta y la insertan en el calendario de homenajes, acontecimientos y reivindicaciones patrias (Ariño, 1992a). Consecuentemente, la fiesta acontece la representación simbólica de una tradición equiparada con el pueblo al cual apela, y dónde, por lo tanto, toda crítica es recibida como un ataque en la comunidad entera. He aquí la tendencia indefectiblemente conservadora de las fiestas populares (Ariño, 1992b).

Es a lo largo de este proceso que la fiesta necesita organizarse y dotarse de mecanismos de decisión, gestión y tesorería similares a los de los otros espacios colectivos e institucionales. Entre ellas, se encuentra una conjugación de esparcimiento, diversión, tradición e identidad que las convierte en un espacio privilegiado para la celebración emotiva de los ritos locales, tanto civiles como religiosos (Durkheim, 1982; Collins, 2004). Se trata, en suma, de un espacio público preferente de relación social basado en el contacto directo, la convivencia intensa y una fuerte integración local (Albert y Hernández, 2011). A esto hay que sumarle una estrecha integración en las economías locales a causa de los recursos que moviliza y los múltiples sectores que se ven involucrados de una manera u otra (Interagrupación de Fallas de València, 2008; Latorre, 2019).

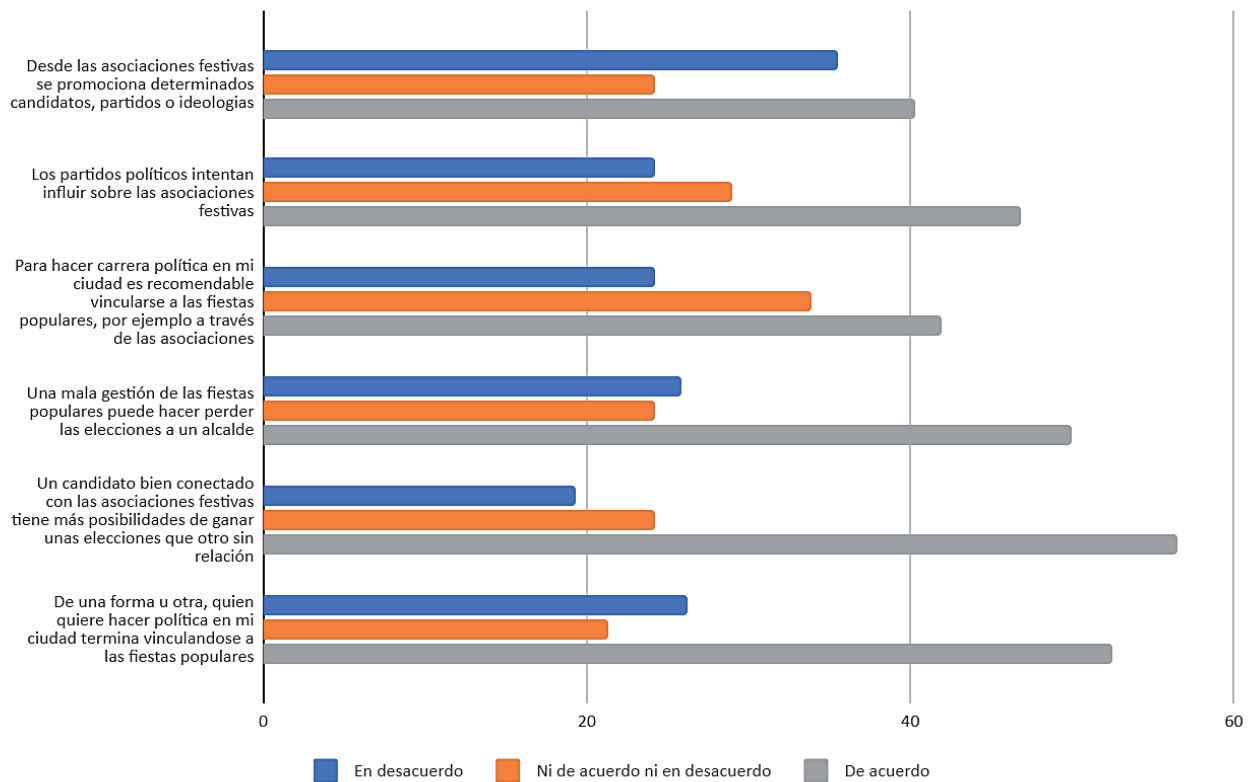
La otra peculiaridad de estos espacios, considerados también como zonas de producción de cultura (Dietz, 2001) es su abundancia e incidencia social: de las

17.706 entidades culturales registradas en el Registro de Asociaciones de la Comunidad Valenciana (Cucó, 1991; Ariño, 1999; Ariño, 2001; Ariño y Albert, 2003; Albert, 2004), 6.541 están relacionadas en las fiestas populares, el 30% (Albert y Hernández, 2011; Bacete, Díaz-Solano y Li, 2021), en las cuales participa activamente el 19'4% de valencianos, frente al 3% que lo hace en organizaciones políticas y laborales (Ariño y García, 2018), también con un porcentaje similar entre los más jóvenes (Santacreu, 2008). Tienen, también, una marcada presencia en los ámbitos urbanos, de forma que, en las poblaciones de entre 20.001 y 100.000 habitantes, participa el 26'2%; en las tres grandes ciudades del país, sin contar València – Alacant, Elx y Castelló – el 27'4%; y en la capital, el 25'2% (Albert y Hernández, 2011). Son, pues, uno de los principales tejidos asociativos del país y una buena opción para todo aquel político que quiera expandir sus vínculos sociales y dotarse de cierta visibilidad entre vecinos y vecinas, especialmente si se refiere a políticos locales carecidos de presencia mediática. Hay que resaltar, como destacan Rius-Ulldemolins y Díaz-Solano (2022), que las festividades en el País Valenciano tienen un alto poder performativo para conformar hegemonías políticas.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el primer gráfico se trata de discernir qué percepciones tienen los concejales y concejalas de la incidencia política de las asociaciones festivas y las fiestas populares, como paso previo para saber si su participación puede estar o no políticamente motivada, recopilando las tres teorías comentadas anteriormente. Se hace planteándose una serie de presunciones en las que se afirma esta influencia y en todas ellas se ven ratificadas las suposiciones.

Gráfico 1. Valoración del grado de importancia de diferentes aseveraciones sobre la implicación política de las fiestas populares y las asociaciones festivas.



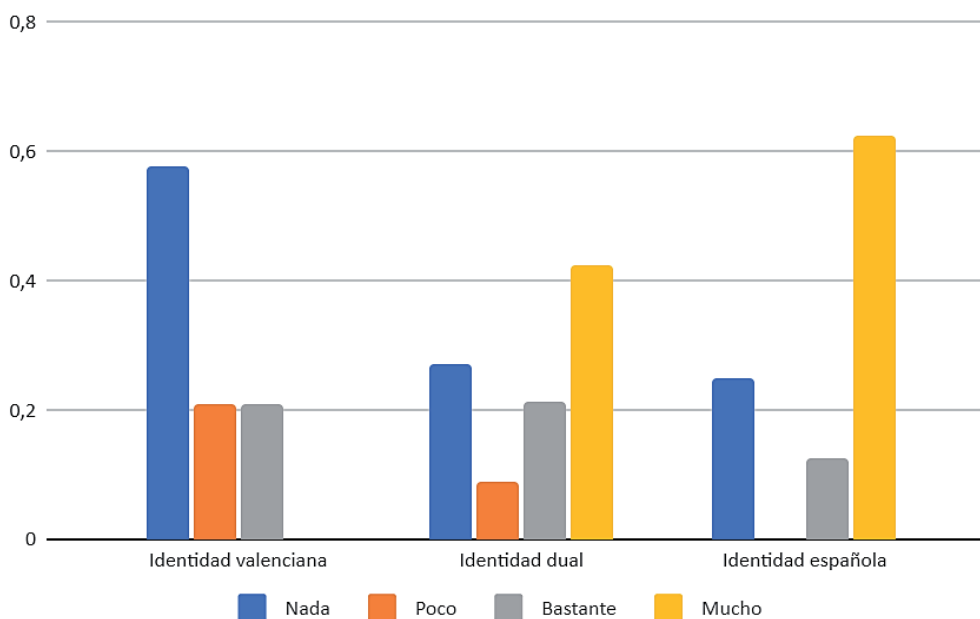
Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, el 40% acepta que al sí de las asociaciones se manifiestan posiciones políticas, a pesar de que alrededor de otro 40% lo niega: hay, por lo tanto, disputa en ese sentido, que bien podría explicarse por la mayor o menor coincidencia de los participantes de la encuesta con las posiciones imperantes al sí de su asociación. Hay más consenso cuando se mira desde la perspectiva contraria: los partidos tratan de influir en las asociaciones – entendemos, en las preferencias políticas que después manifiestan – a parecer de casi la mitad de la muestra. En el tercer caso, otro 40% cree que los vínculos con las asociaciones festivas ayudan a la carrera de un político mientras que poco más del 20% lo desmiente. Sorprende que, al plantearlo de manera más genérica, el grado de acuerdo sobrepasa el 50%. De lo contrario, si se pregunta sobre el impacto de una mala gestión de las fiestas sobre el prestigio y la popularidad de un alcalde, hay un acuerdo mayoritario del 50%. Cifra que aumenta todavía más

si se pregunta sobre la relación entre los contactos con las asociaciones y las posibilidades electorales de los candidatos y candidatas.

Se ve, pues, que las presunciones que despiertan más discordia – tanto por indiferencia como por desacuerdo – son aquellas que contemplan implicación política directa de las asociaciones, como es el caso de las tres primeras. En cambio, las tres últimas, que definen esta relación de manera más laxa e indirecta, reciben mucha menos contestación. De aquí se puede avanzar una primera conclusión: parece que la importancia política de las asociaciones festivas parte de la propia consideración que se tiene como tales. Tal consideración no parece basarse en unas relaciones estrechas con los partidos ni en una mediatización política clara del espacio festivo, sino en la centralidad pública de las celebraciones, la visibilidad de que disfrutan y la popularidad que proporcionan a aquellos que mantienen una relación estrecha.

Gráfico 2. Grado de participación en función del sentimiento nacional de los concejales y concejalas.

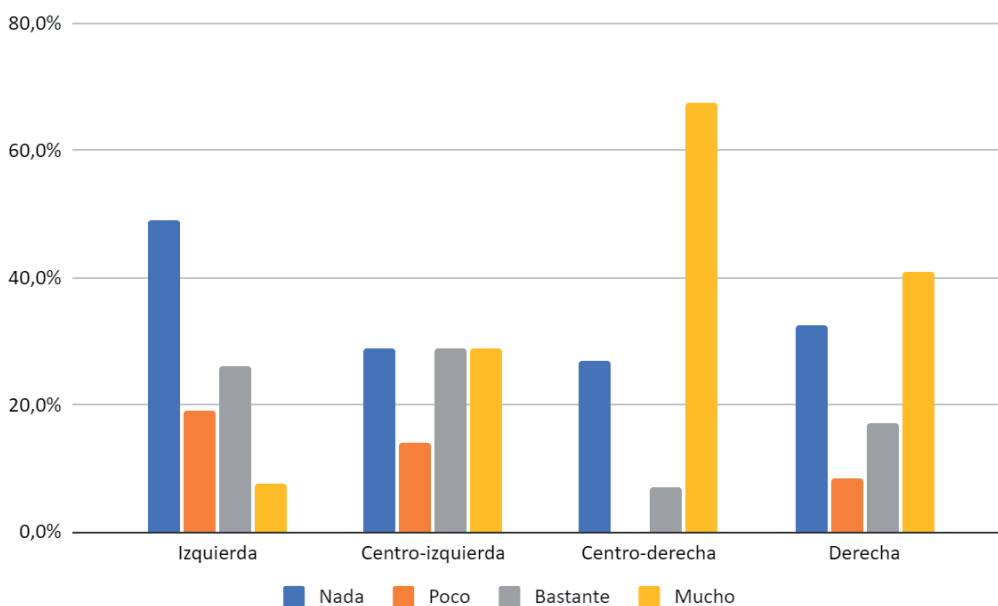


Khi-cuadrado: 0,014. Fuente: Elaboración propia.

La pregunta que se plantea ahora es qué factores condicionan el acceso a estos potenciales beneficios. Así pues, si se basa en los resultados del gráfico 2, resulta patente que la identidad nacional influye en la participación en asociaciones festivas, lo cual confirma el khi-cuadrado. Se evidencia que a mayor españolidad, más intensa y más numerosa es la vinculación a las

entidades, mientras que entre cargos de una identidad más valenciana parece haber una mayor reticencia a implicarse: casi el 60% no lo hace y, de los implicados, solo un 20% lo hace con suficiente intensidad y ninguno con mucha. Contrastan con el 40% que participa mucho entre los tanto valencianos como españoles y el 60% de aquellos donde impera una identidad española.

Gráfico 3. Grado de participación en función de la autoubicación ideológica de los concejales y concejalas.



Khi-quadrado: 0,034. Fuente: elaboración propia.

De manera similar, el gráfico 3 ilustra como los concejales conservadores tienden a participar más y con mayor implicación. Así, entre el centro-derecha cerca del 70% participa mucho, a pesar de que los cargos más a la derecha parecen ser menos participativos; de hecho, un 30% declara no hacerlo. Estos resultados no niegan,

pero, que entre las izquierdas también haya sendos porcentajes de participación: del centro-izquierda, un 30% se implica mucho y otro tanto, bastante, mientras que en la izquierda el nivel de participación es definitivamente menos intenso, puesto que la mayoría no se involucra.

Tabla 2. Grado de participación según el partido.

	Todos	PP	PSOE	Compromís	UP	C's	VOX	Plataforma local	Ninguno
Nada	37,7%	9,1%	29,4%	60%	0%	40%	100%	0%	66,7%
Poco	11,5%	9,1%	11,8%	26,7%	0%	0%	0%	0%	0%
Bastante	19,7%	27,3%	23,5%	13,3%	100%	0%	0%	0%	33,3%
Mucho	31,1%	54,5%	35,3%	0%	0%	60%	0%	100%	0%
Total	62	11	17	15	2	10	2	1	3

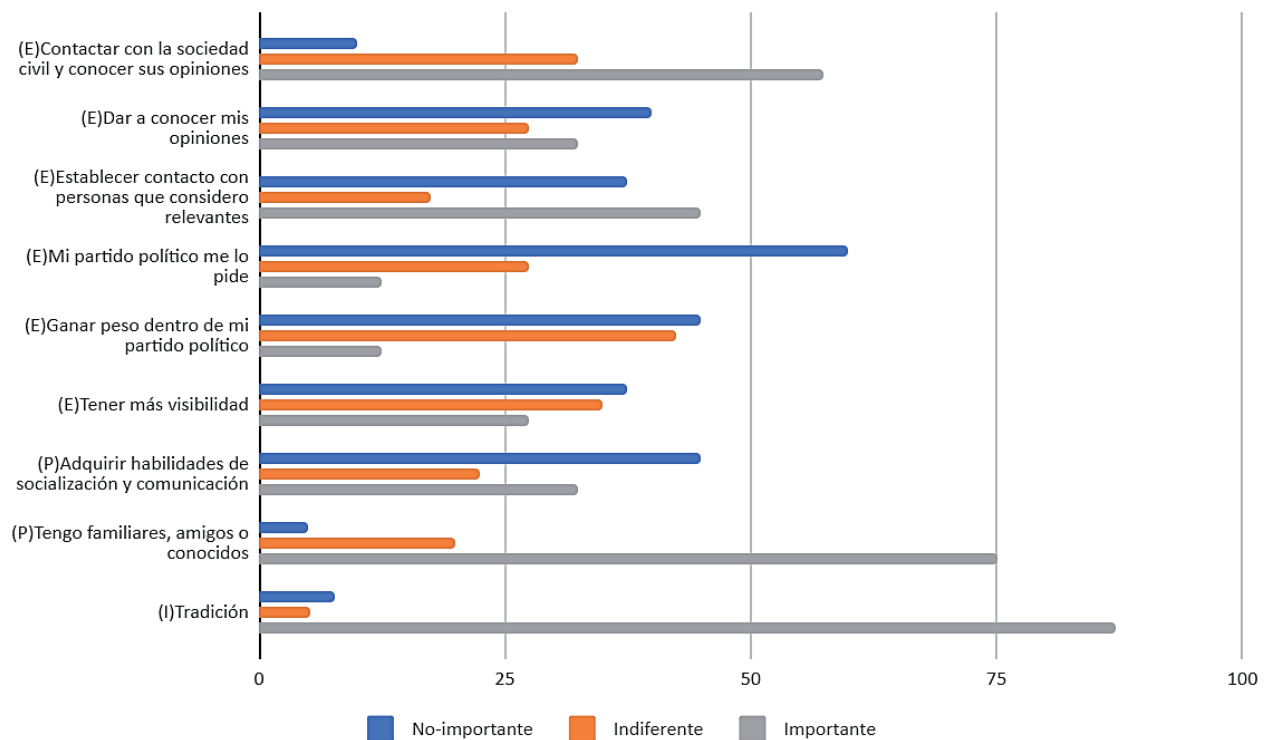
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la tabla 2, pretende desglosar las dos variables anteriores entre los diferentes partidos que componen el panorama político valenciano del momento. La información más relevante que nos da es, por un lado, subdividir los espacios de izquierda y derecha y, por otro lado, remarcar la mayor centralidad del eje nacionalista por encima del socioeconómico en el momento de participar en asociaciones festivas. Tanto es así que, entre los dos partidos de izquierda mayoritarios en la muestra (PSPV y Compromís), la participación es bastante superior en el primero que, en el segundo, más claramente escorado hacia posiciones valencianistas. De lo contrario, entre los dos partidos de derecha más representados en la muestra (PP y C's) los concejales y concejalas populares están mayoritariamente implicados, mientras que en C's hay una división nítida – seguramente casual – entre un 60% muy involucrado y un 40% que no lo está nada.

Con todo ello, conviene hacer un apunte sobre los resultados: las participaciones no son dicotómicas. Si bien los conservadores o con identidad dual o española participan más frecuentemente, esto no significa que los progresistas o con identidad valenciana no estén presentes en las asociaciones, con solo que su grado de implicación es menor. Por ejemplo, es cierto que entre los concejales de identidad valenciana la mayoría no se involucra en este tipo de organizaciones voluntarias, pero igualmente hay un 40% que sí que lo hace en alguna medida. Lo mismo podemos decir sobre los concejales del polo izquierdo, entre los cuales son mayoría los que participan, ni que sea con poca intensidad. Al final, los resultados globales nos indican que una amplia mayoría de más del 60% de los concejales participa de alguna forma en asociaciones festivas.

La última incógnita que queda para resolver es: ¿qué incentivos explican esta participación tan generalizada?

Gráfico 4. Valoración de la importancia de diferentes motivaciones a la hora de participar en asociaciones festivas.



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 4 comparamos la importancia que los concejales dan a una serie de motivaciones posibles a la hora de participar en asociaciones festivas, basándonos en la ya explicada teoría de los incentivos generales.

Entre los que podríamos clasificar como económicos (E) están aquellos relacionados con posibles beneficios privativos derivados de la participación, pero no relacionados directamente con ella, como sería el caso de los procesales. En ese sentido, los posibles incentivos más estrictamente políticos, como sería el seguimiento de una estrategia de ascensión en el partido u obedecer una norma partidista de participar en entidades festivas, no son consideradas importantes por la mayoría.

Los que responden a objetivos más asociados a su posición social que a su posición en el partido parecen ser más importantes: así, pues, alrededor del 60% considera importante el contacto con la sociedad y sus opiniones. En cambio, dar a conocer las opiniones propias solo es importante para un poco más del 30% – una respuesta quizás no del todo sincera. De lo contrario, más del 40% reconoce que establecer contacto con personajes relevantes es un incentivo significativo. Finalmente, ganar visibilidad despierta indiferencia o contrariedad para más del 30% en cada caso.

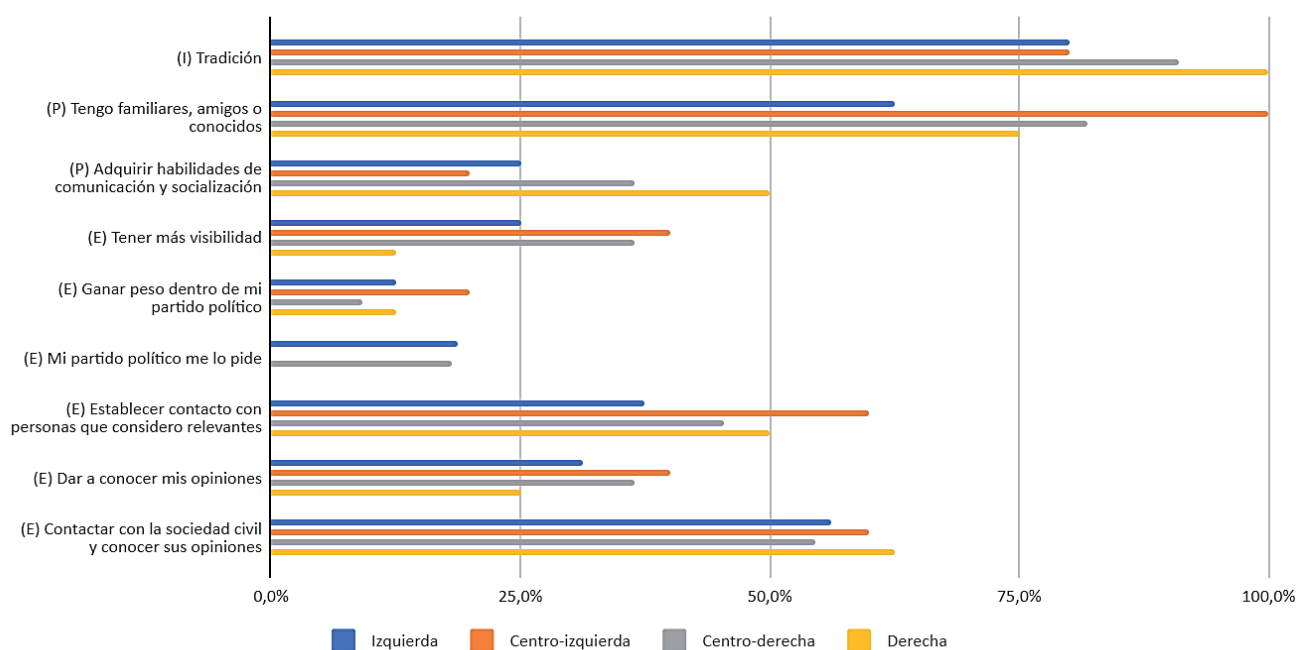
De estos datos podemos intuir que la mayoría de los cargos optan por un perfil más basado en escuchar y acercarse a personajes influyentes – por ejemplo, líderes de opinión, más que no por una actitud activa de promoción de su persona y de sus ideas. Las asociaciones podrían ser, entonces, expositores, pero no tanto de los políticos como de la ciudadanía: los concejales y las concejales, en cambio, son quienes observan la realidad local a través de ellos. Sin embargo, hay que advertir que algunos de estos incentivos no se tienen que destacar por el rechazo que generan sino por aquellos porcentajes no nada modestos que los admiten: quizás no es políticamente correcto buscar deliberadamente la visibilidad o construir redes de contactos, y aun así hay un 30% y un 40% que reconoce hacerlo, respectivamente. ¿Qué nos impide pensar que entre los que lo rechazan hay un punto de simulación?

Respecto a los incentivos de carácter procesal (P), obtenemos resultados dispares. Tener amigos, familiares o conocidos es un motivo importante en el momento de involucrarse en una asociación, lo cual demuestra que son espacios fundamentalmente de socialización y que los vínculos interpersonales son cruciales: más del 70% lo considera importante. No obstante, otro

incentivo vinculado a la participación, como es la capacidad de desarrollar habilidades comunicativas, no parece ser tanto importante: son más aquellos que no le dan importancia (40%) que aquellos que sí que le dan (30%).

Por último, el incentivo ideológico (Y), que en este caso se asocia a la satisfacción de la tradición y a la vivencia de la identidad de pueblo, es con claridad prioritario: la práctica totalidad cree que es un motivo importante para participar.

Gráfico 5. Valoración de la importancia de diferentes motivaciones a la hora de participar en asociaciones festivas según grupos ideológicos.



Fuente: Elaboración propia.

Si miramos los mismos resultados divididos en grupos ideológicos – gráfico 5, encontramos algunos matices que invitan a la reflexión. La mayoría de los incentivos no presentan valoraciones divergentes según el posicionamiento político de los cargos, si bien es cierto que entre las izquierdas la centralidad de la tradición no es unánime, y que desarrollar habilidades propias de socialización parece ser más importante entre las derechas. En el primer caso es posible que los progresistas prioricen otros valores más “seculares”, y en el segundo que los conservadores, al participar en mayor medida en entidades festivas, tengan también más oportunidades de desarrollarse socialmente. Más allá de estas diferencias mínimas, el interés del gráfico radica en poder ver al por menor qué porcentajes se atreven a marcar las respuestas más “polémicas”: destaca mucho más ese 40% que cree importante ganar visibilidad a través de las asociaciones festivas, tanto en el centro-izquierda como el centro-derecha, que el

60% restante. Lo mismo para el porcentaje similar que admite difundir sus opiniones en estos espacios, o el veinte por ciento de los representantes de izquierda que asegura que su partido le pide participar. Seguramente sean casos individuales que no sirven para establecer ninguna norma, pero igualmente se apoyan en la idea que la participación festiva también puede estar políticamente motivada.

De aquí podemos extraer una segunda conclusión: los tres tipos de incentivos son relevantes. Claramente, el concejal participa por un factor de identidad o por satisfacción y familiaridad, pero destacan en la misma medida motivaciones plenamente políticas, vinculadas, eso sí, a su personalidad pública más que a su perfil de partido. Por eso, en lugar de instaurar una jerarquía, seguramente los diferentes incentivos vayan manifestándose en función del tiempo y las prioridades: teniendo en cuenta que el 97,4% de los concejales y concejalas, que participan en entidades festivas,

aseguran que empezaron a hacerlo antes de entrar en política, es posible que los impulsores primarios sean los incentivos procesales e ideológicos, mientras que los económicos se racionalizarían después, una vez estos individuos entran en política.

La existencia de incentivos políticos a la participación festiva es un hecho reconocido por los mismos concejales y concejalas entrevistados. Las asociaciones festivas presentan un atractivo considerable hacia los políticos en el que el goce y diversión no excluyen un razonamiento interesado. La “inocente” temática de las entidades no es en absoluto incompatible con una manifiesta incidencia en el proceso político a través de unas variables concretas: la capacidad de generar opinión y cohesión entre sus abundantes miembros, la popularidad y el contacto estrecho con la realidad local, además de la propia participación de los representantes, que las convierte en un punto de encuentro superlativo de los personajes públicos de una ciudad.

Los mismos concejales y concejalas lo conceptualizan como un gran “escaparate”, la fortaleza del cual radica en su carácter multitudinario y su poder de recaudación rápida de información: sobre la opinión pública, sobre cuáles son los personajes que la influyen y, también, sobre el propio estado de ánimo de los participantes de la fiesta respecto a la política festiva del Ayuntamiento en una materia que puede movilizar y canalizar el descontento popular con su incidencia emocional. En última instancia, hablamos de un ambiente relajado, jovial, donde la socialización gira alrededor de la mesa, la comida y el alcohol, donde vecinos y vecinas tienen ocasión de conocer una faceta más próxima y “honesta” de los concejales a quién trasladar inquietudes y dudas. No hay que olvidar, además, que las asociaciones dan acceso a un contingente demográfico más numeroso y diverso que otras asociaciones mucho más restrictivas. Por ejemplo, en comparación al ámbito de la cultura, percibido como endogámico y de acceso más reducido, las entidades festivas reúnen varios colectivos que no se encuentran entre sí fuera del espacio de confluencia que representan las fiestas populares. Aquí el político puede insertarse como un “conector” ubicado en medio de las diferentes redes de solidaridad, como ellos mismos definen los vínculos que se generan entre compañeros de asociación, proporcionándole simpatías, lealtades e influencia. Sin embargo, la propia presencia habitual de

políticos alimenta y reproduce la importancia política de las asociaciones, en un tipo de círculo virtuoso.

5. CONCLUSIONES

Al inicio del artículo se cuestionaba sobre las motivaciones de los políticos valencianos a la hora de vincularse a las asociaciones festivas y de qué forma se relacionan. También, sobre la diversidad ideológica de esta presencia desde su vertiente asociativa y participativa a nivel individual. Partiendo de los estudios sobre el capital social y la teoría de los intereses generales (Bourdieu, 2000; Ariño, 1992a; Whiteley y Seyd, 2002), planteábamos un posible interés “económico” por parte de los políticos locales a la hora de participar en estos espacios. La premisa era, pues, que el ámbito festivo-asociativo juega un papel aglutinador en las ciudades valencianas que puede ser aprovechado por los actores políticos con el fin de establecer vínculos de socialización y promocionar carreras personales. Se esperaba, además, que ésta sería una participación generalizada en todo el espectro político, donde la largamente asumida hibridación de conservadurismo regionalista y fiestas populares no afectaría la presencia de concejales y concejalas en las asociaciones festivas.

Los resultados del presente estudio sustentan ambas expectativas, aunque con matices en el segundo caso. Respecto a la primera hipótesis, hay en efecto, hay una participación generalizada de todo el espectro político valenciano: Los políticos valencianos participan en asociaciones festivas por tres tipos de incentivos no contradictorios entre sí: procesales, ideológicos y económicos. Esto convierte a las dichas asociaciones en un ámbito importante para la vertebración de la sociedad local y la confluencia de sus personajes notables, que las convierte en un escenario de naturaleza política. No obstante, conviene recalcar la mayor presencia de los representantes conservadores y, particularmente, de aquellos que se adscriben a la identidad hegemónica de los valencianos y valencianas— de carácter dual — o directamente española. Por tanto, la respuesta a la segunda hipótesis es más compleja: el verdadero déficit participativo viene del valencianismo y no de la izquierda en genérico. No es, sin embargo, un dominio que obstaculice ni desincentive la implicación de los políticos de otras procedencias.

Dicho esto, la limitada muestra de este estudio urge a relativizar los resultados como una primera aproximación a la compleja interrelación entre fiestas populares y la política de ámbito local. Aunque la encuesta es una técnica adecuada para sistematizar la información requerida, definir los incentivos y objetivos de un actor político no es sencillo a través de preguntas estandarizadas. Sobre todo, teniendo en cuenta que la “politización” de la fiesta cuenta con una visión generalmente negativa que no favorece reacciones totalmente honestas por parte del encuestado. Cabría no descartar una aproximación más cualitativa que complementara los datos de la encuesta con entrevistas semiestructuradas a más concejales de más ciudades diferentes, al menos considerando un municipio representativo de cada una de las fiestas incluidas.

Futuros estudios deberían tener en cuenta algunas cuestiones que, quedando fuera de nuestro ámbito de estudio, contribuyan a un mejor entendimiento del fenómeno asociativo-festivo valenciano y la política local. Por ejemplo, aunque no sea algo reconocido por los concejales, cabría esclarecer hasta qué punto la penetración política en las asociaciones responde únicamente a intereses individuales, o por el contrario existe una estrategia implícita o explícita por parte de los partidos políticos. Además, un adecuado análisis del impacto de la participación festiva en las carreras políticas requeriría un seguimiento de su progresión y hasta qué punto tal vinculación influye en el *cursum honorum* de un concejal, por ejemplo, en los tipos de cargos públicos y/u orgánicos que se ocupan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alberich, T., y Espadas, M.Á. (2011). Asociacionismo, participación ciudadana y políticas locales: planteamiento teórico y una experiencia práctica en Jaén. *Alternativas*, 18, 119-146. <https://doi.org/10.14198/ALTERN2011.18.07>
- Albert, M. (2004). *La eclosión asociativa en el tránsito hacia una nueva era. Un estudio del tercer sector en el ámbito comarcal de l'Horta Sud (Valencia)*. Tesis Doctoral. València: Universitat de València. Recuperado el 26 de abril del 2023. <https://roderic.uv.es/handle/10550/15459>
- Albert, M., y Hernández, G.M. (2011). Identidades en lucha. Iniciativas civiles culturales ante el conflicto identitario valenciano. *Papeles del CEIC*, 66(1), 1-41. <https://ojs.ehu.eus/index.php/papelesCEIC/article/view/12441>
- Allern, E., y Verge, T. (2017). Still connecting with society? Political parties formal links with social groups in the twenty-first century”. En S. Scarrow, P. Webb, y T. Poguntke (Eds.), *Organising Political Parties: Representation, Participation and Power* (pp. 106– 135). Oxford: Oxford University Press.
- Allern, E., Hansen, V., Marshall, D., Rasmussen, A., y Webb, P. (2020). Competition and interaction: Political ties to interest groups in a multidimensional policy space. *European Journal of Political Research*, 60(2), 275-294. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12403>
- Anduiza, E., y Bosch, A. (2012). *Comportamiento político y electoral*. Barcelona: Planeta.
- Ariño, A. (1992a). La fiesta de las fallas. Una liturgia civil del valencianismo temperamental. *Revista de Antropología Social*, 1, 29-60. <http://hdl.handle.net/10550/39558>
- Ariño, A. (1992b). *La ciudad ritual: La fiesta de las fallas*. Barcelona: Anthropos.
- Ariño, A. (1999). *Asociacionismo y patrimonio cultural en la Comunidad Valenciana*. València: Memoria de Investigación para la Conselleria de Cultura.
- Ariño, A. (2001) El rostro cambiante de la cultura: para una definición sociológica. En J.B. Llinares y N. Sánchez (Eds.), *Filosofía de la cultura. Actas del IV Congreso Internacional de la Sociedad Hispánica de Antropología Filosófica (SHAF)* (pp. 249-260). Valencia: SHAF
- Ariño, A. (2004). Asociacionismo, ciudadanía y bienestar social. *Papers. Revista de Sociología*, 74, 85-110. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v74n0.1088>
- Ariño, A., y Albert, M. (2003). *L'Associacionisme a l'Horta Sud. Un estudi de la societat civil en l'àmbit comarcal*. Torrent: Fundació Horta Sud.
- Ariño, A., y García Pilán, P. (2018). *La sociedad valenciana en transformación (1975-1925)*. València: Publicacions de la Universitat de València/Institució Alfons el Magnànim.
- Bacete, G., Díaz-Solano, P., y Li, C. (2021). Asociaciones culturales. En J.I. Monzón e I. Antuñano (Eds.), *Guía laboral de la economía social ampliada* (pp. 319-334). València: CIRIEC. <http://ciriec.es/wp-content/uploads/2021/11/20-aso-cult.pdf>
- Barberà, O., Barrio, A., y Rodríguez, J. (2019): New parties' linkages with external groups and civil society in Spain: a preliminary assessment. *Mediterranean Politics*, 24(5), 1-19. <https://doi.org/10.1080/13629395.2018.1428146>
- Barrera, A. (1989). Perspectivas antropológicas en el estudio de la agrociudad: el caso del Puente Genil. En F. López-Casero (Comp.), *La agrociudad mediterránea. Estructuras sociales y procesos de desarrollo* (pp. 87-110). Madrid: Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino, Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones.
- Bourdieu, P. (1974): Avenir du classe et causalité du probable. *Revue française de sociologie* 15, 3-42. <https://doi.org/10.2307/3320261>
- Bourdieu, P. (1988). Espacio social y poder simbólico. *Revista de Occidente*, 81: 97-119.
- Bourdieu, P. (1992): *Rede und Antwort*. Frankfurt/ Meno: Suhrkamp
- Bourdieu, P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Desclée
- Castro, C., Calvo, M., y Granado, S. (2008). Las cofradías en la institución parroquial, siglos XVII-XVIII. Una

- aplicación al señorío episcopal de la Villa de Agüimes, Canarias (España). *Procesos Históricos*, 13, 2-37.
- Collins, R. (2004). *Interaction Ritual Chains*. Princeton/Oxford: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400851744>
- Combes, H. (2021). La feria de Séville. Une fête populaire à guichets fermés. *Les Études du CERI*, 256, 1-40. hal-03366767
- Cucó, J. (1991). *El quotidià ignorat. La trama associativa valenciana*. València: Alfons el Magnànim.
- Dekker, P., y Van der Broek, A. (2005). Involvement in voluntary associations in North America and Western Europe: trends and correlates. *Journal of Civil Society*, 1(1), 45-59. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17448680500166338> <https://doi.org/10.1080/17448680500166338>
- Diario de Sevilla. (18 de abril del 2023). Feria de Abril de Sevilla 2023: listado de todas las casetas. *Diariodesevilla.es*. Recuperado el 19 de octubre del 2023. https://www.diariodesevilla.es/feria_de_abril/listado-casetas-feria-abril-sevilla-2022-video_0_1678634191.html
- Dietz, G. (2001). Del multiculturalismo a la interculturalidad: un movimiento social entre el discurso disidente y la praxis institucional. En J. Prado (Ed.), *Diversidad Cultural, Identidad y Ciudadanía* (pp. 17-71). Córdoba: Instituto de Estudios Transnacionales.
- Durio, P.M. (22 de mayo del 2019). Unas elecciones clave también para las cofradías. *Diariodecadiz.es*. Recuperado el 19 de octubre del 2023. https://www.diariodecadiz.es/elecciones-municipales-cadiz/elecciones-clave-cofradias_0_1356764989.html
- Durkheim, É. (1982). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid: Akal.
- Estivill, J. (2009). Espacios públicos y privados. Construyendo diálogos en torno a la Economía solidaria. *Revista Crítica de Ciències Socials*, (84), 101-113. <https://doi.org/10.4000/rccs.403>
- Ferreira da Costa, F. (1991). *Contributo português na ideação de uma economia social*. Lisboa: INSCOOP.
- García, M. (2011). Capital social y clientelismo: otra limitación para el control social. *Polis Revista Lationamericana*, 8(29), 1-20. <https://doi.org/10.4067/S0718-65682011000200006>
- García Pilán, P. (2006). Sociabilidad festera: retraditionalización selectiva y producción de sacralidades en la modernidad avanzada. *Anduli. Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, (6), 77-91.
- García Pilán, P. (2011). El ritual festivo desde la perspectiva teórica de pierre bourdieu: el caso de las fallas de valencia. *Arxius de Ciències Socials*, 24, 95-106.
- García-Valdecasas, J. (2011). Una definición estructural de capital social. *Revista hispana para el análisis de las redes sociales*, 20(6), 132-160. http://revista-redes.rediris.es/pdf-vol20/vol20_6.pdf <https://doi.org/10.5565/rev/redes.411>
- Ginés, X., y Piqueras, A. (2018). Participación asociativa, política e ideología, en M. Alcañiz, V.A. Querol, E. Gómez, X. Ginés, J.F. López, A. Martí y A. Piqueras (Eds.), *La Juventud en Castelló. Situación y prácticas sociales 2017* (pp. 113-123). Castelló: Ajuntament de Castelló.
- Gisbert-Gracia, V., Rius-Ulldemolins, J., y Hernández, G.M. (2019). Cultura festiva, política local y hegemonía social: Comparativa de los casos de los Moros i Cristians (Alcoi), las Fallas (València) y La Patum (Berga). *Revista Española de sociología*, 28(1), 79-94. <http://dx.doi.org/10.22325/fes/res.2018.58>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor.
- Gordón, J. (2020). El clientelismo político en el Ecuador, un abordaje conceptual desde el esquema constitucional. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 5(2), 136-152. <https://doi.org/10.33936/rehuSo.v5i2.2384>
- Hernández, G.M. (2016). Cultura festiva, identidad colectiva y política cultural en el espacio global. En J. Rius-Ulldemolins y J.A Rubio (Coords.), *Treinta años de políticas culturales en España: Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales* (pp. 231-247). València: Servei de Publicacions.
- Homobono, J.I. (2006). Las formas festivas de la vida religiosa. Sus vicisitudes en la era de la glocalización. *Formas de religiosidad e identidades*, San Sebastián: Eusko Ikaskuntza, Zainak. *Cuadernos de Antropología-Etnografía*, 28, 27-54.
- Interagrupación de fallas de València (2008). *Estudio del impacto económico y social de las fallas en la ciudad de Valencia*. Valencia: Pixelarte.
- Latorre, A. (2019). *Análisis de la influencia socioeconómica de las fiestas de moros y cristianos en la ciudad de Alcoy*. Treball de Fi de Grau. València: Universitat Politècnica de València. Recuperado el 26 de abril del 2023, de <https://riunet.upv.es/handle/10251/129237?show=full>
- Lisi, M. (2013). Rediscovering civil society? Renewal and continuity in the Portuguese radical left. *South European Society and Politics*, 18(1), 21-39. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003061465-2/rediscovering-civil-society-renewal-continuity-portuguese-radical-left-marco-lisi> <https://doi.org/10.1080/13608746.2012.757450>
- Martin, N., Lange, S., y Brug, W. (2020). Holding on to voters in volatil times: Bonding voters through party links with civil society. *Party Politics*, 26(11), 1-11. <https://doi.org/10.1177%2F1354068820980304>
- Meichsner, S. (2007). El campo político en la perspectiva teórica de Bourdieu. *Primavera*, 3(2), 1-22.
- Morales, L. (2004). *Changing patterns of associational involvement in Europe*. ECPR Joint Sessions. Uppsala, 13-18 de abril del 2004. <https://ecpr.eu/Events/Event/PaperDetails/13762>
- Morales, L. (2005). ¿Existe una crisis participativa? Evoluciones de la participación política y el asociacionismo en España. *Revista Española de Ciencia Política*, 13, 51-87. <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/37411>
- Moreno, I. (2006). *La Semana Santa de Sevilla: conformación, mixtificación y significaciones*. Sevilla: Instituto de la Cultura y las Artes.

- Poguntke, T. (2006). Political parties and other organizations. En R.S. Katz, y W.J. Crotty (Eds.), *Handbook of Party Politics* (pp. 396-405). London: Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781848608047.n34>
- Portal estadístico de la Generalitat Valenciana (2022). *Padró municipal d'habitants*. Recuperado el 23 de abril del 2023. https://padron.gva.es/padron/res_optimo.php.
- Rius-Ulldemolins, J., y Gisbert-Gracia, V. (2020). ¿Campo artístico o tótems de un grupo de estatus? Ritual tradicional, innovación estética y reproducción social en las Fallas de Valencia. *methaodos. revista de ciencias sociales*, 8(1), 22-36. <https://doi.org/10.17502/m.rcs.v8i1.307>
- Rius-Ulldemolins, J., y Díaz-Solano, P. (2022). Political power, performance and ritual: Cultural policy as a framework for the construction of political charisma in the city of Valencia (1991-2015). *International Journal of Media & Cultural Politics*, 18(1), 21-45. https://doi.org/10.1386/macp_00056_1
- Rius-Ulldemolins, J., y Díaz-Solano, P. (2023). Local political change, the neo-creative city paradigm and the mutations of Valencian cultural branding. *City, Culture and Society*, 34, 100535. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2023.100535>
- Sacaluga, I. (2013). El Carnaval de Cádiz como generador de información, opinión y entretenimiento. Un ejemplo de comunicación masiva. *Historia y Comunicación Social*. 18, 449-460. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44254
- Sacaluga, I. (2014). *El Carnaval de Cádiz como generador de información, opinión y contrapoder: análisis crítico de su impacto en línea y fuera de línea*. Tesis doctoral inédita. Madrid: Universidad Europea de Madrid.
- Santacreu, O. (2008). La participación social de los jóvenes españoles. *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, 2, 25-34. <https://doi.org/10.14198/OBETS2008.2.02>
- Schedler, A. (2004). El voto es nuestro. Cómo los ciudadanos mexicanos perciben el clientelismo electoral. *Revista Mexicana de Sociología*, 3(1), 57-97. <https://doi.org/10.2307/3541531>
- Schwingel, M. (1995). *Pierre Bourdieu. Zur Einführung*. Hamburg: Junius.
- Stokes, S. (2007). Political clientelism. En C. Boix y S. Stokes (Eds.), *Handbook of Comparative Politics* (pp. 604-628). New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199566020.003.0025>
- Vázquez, L.M., y Rodríguez, M.J. (2010). Asociacionismo y Participación Política local. Una aproximación al caso español. *Documentos de Trabajo*, 3, 10.
- Vera, C. (2019). *Ritual festiu, cultura i poder en València. La vinculació de l'elit valenciana i la festa de les falles*. Treball de fi de Grau. València: Universitat de València. Recuperado el 20 de abril del 2023. <https://www.lacomarcacientifica.com/tfg-falles-elits-valencianes/>
- Verge, T. (2010). Party strategies towards civil society in new democracies: The spanish case. *Party Politics*, 18(1), 45-60. <https://doi.org/10.1177/1354068811422648>
- Wacquant, L. (1996): Notes tardives sur le "marxisme" de Bourdieu. En J. Bidet y J. Texier (Eds.), *Autour de Pierre Bourdieu* (pp. 83-90). Paris: Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/amx.020.0083>
- Whiteley, P., Larsen, E., Goodwin, M., y Clark, H. (2019). Party activism in the populist radical right: The case of the UK Independence Party. *Party Politics*, 25(6), 1-12. <https://doi.org/10.1177%2F1354068819880142>
- Whiteley, P.F. y Seyd, P. (2002). Theories of participation and highintensity. En P.F. Whiteley, y P. Seyd (Eds.), *High Intensity Participation: The Dynamic of Party Activism in Britain* (pp. 35-57). Michigan, The University of Michigan Press. <https://doi.org/10.3998/mpub.14704>

NOTAS BIOGRÁFICAS

PAU DÍAZ-SOLANO

Sociólogo, politólogo y gestor cultural. Actualmente es profesor sustituto en la Universitat Jaume I y en la Universitat de València e investigador externo en la Unidad de Investigación Econcult. Sus principales áreas de investigación son la sociología de la cultura y el análisis de las políticas públicas culturales.

ADRIÀ MOMPÓ

Asistente de investigación en el Internet Interdisciplinary Institute de la Universitat Oberta de Catalunya, donde estudia digitalización, participación y deliberación en partidos políticos. Es graduado en Ciencias Políticas por la Universitat de València y máster por la Universitat Autònoma de Barcelona.