

# R REFLEXIONS

# Dossier

## L'Economia de la Festa

Com ja és habitual, la REVISTA D'ESTUDIS FALLERS dedica les planes del seu dossier a arreplegar algunes de les intervencions produïdes en el marc de les converses Les Falles, a la Nau, que convoquen el Fòrum de Debats de la Universitat de València, la Junta Central Fallera i el Gremi Artesà d'Artistes Fallers, amb la coordinació de l'Associació d'Estudis Fallers. En la quarta edició, el tema tractat va ser *L'economia de la festa*, que, en una situació de crisi econòmica com l'actual, fa necessària la reflexió sobre possibles propostes d'intervenció o reestructuració.

la pròpia estructura econòmica interna de les comissions. En la segona conversa el punt de mira es va centrar en la realitat econòmica i laboral dels artistes i treballadors de la Ciutat de l'Artista Faller, incidint en aspectes com ara els recursos, la formació i la projecció de futur, a partir de l'estudi elaborat per la Unitat d'Economia de la Cultura de la Universitat de València.

Hem seleccionat algunes de les intervencions, que es completen amb una anàlisi de l'estudi de la Interagrupació, seguint el propòsit de les converses, que no és altre que generar un espai que permeta una reflexió oberta, una mena d'observatori que aglutine i pose en contacte franc els diversos agents socials implicats en la festa fallera. Al capdavant, l'objectiu final és sempre la recerca de solucions als problemes actuals de la festa, fent palés allò que ben bé es podria anomenar la reflexió per a la transformació.

Acompanyem els articles del dossier amb una selecció d'esbossos de diferents artistes fallers, que donen compte de l'atenció que l'economia, en les seues diferents vessants, ha rebut en la cosmovisió fallera al llarg dels anys. Els esbossos procedeixen dels arxius de la Junta Central Fallera, a la qual agraïm les facilitats oferides per a reproduir-los.



Així, en la primera sessió es va abordar l'economia de les comissions falleres a partir de la nova presentació de l'estudi realitzat per la Interagrupació de Falles de València, que emfasitza els impactes de la festa en diversos sectors econòmics i aporta una valuosa informació sobre

Sablazos, Manuel  
Giménez Monfort, Joaquín  
Costa-Borriana, 1956

## La voluntat per a la falla...

### Julià Pastor i Ferrer

Vicepresident econòmic de la Falla Na Jordana

**C**om a record queda magnífic, però es fàcil observar que fa massa anys que tot allò desaparegué...

Per què? Perquè tot evoluciona. Perquè la festa deixà de ser allò que havia nascut al voltant d'un cresol i anà convertint-se, a poc a poc, en un gran monstre que cada vegada avançava més i demanava més.

Inicialment va fer exigible que d'eixa voluntat per a la falla, que definia la categoria d'estes en funció del caràcter mes o manco comercial del barri o demarcació on s'emplaçaven (les falles pròximes al Mercat Central eren les de màxim nivell), passàrem a les que mitjançant la venda de loteries, sobretot a reembossament, en substituïren aquelles en el primer nivell, un tant acompanyades transitòriament per les que al voltant de paradors en la Fira de Juliol o balls públics als nous casals, tenien ingressos addicionals.

La liberalització dels diferents jocs anà minvant gradualment la importància que en el volum total dels ingressos de les comissions tenien els que generaven les loteries i les quotes. Començava una nova etapa. La de la publicitat i esponsorització.

Amb tot açò, hem parlat sols de l'evolució dels ingressos, perquè crisi, parlar de crisi, és obvi que esta sempre ha existit en el món de la festa de les Falles. Si el faller és allò que defineix la paraula: faller, sempre viurà dins de la crisi. Per què? Perquè aquell que planta falla de quart nivell aspira a arribar al tercer, eixe al segon, després al primer i finalment a l'espe-

cial. I per descomptat, en qualsevol categoria, sempre a competir i guanyar. És a dir, a gastar allò que té i tot allò que voldria tindre i potser no arribarà a ingressar mai.

Definit açò de la crisi indefinida permanent, tan sols ens queda anar contemplant que cada nova fórmula d'ingressos que l'evolució ens ha anat portant, el primer any és utilitzada per una o poques comissions, a l'any següent per unes quantes més i al cap de pocs anys per totes a major o més xicotet nivell, segons possibilitats, ubicació geogràfica dins la ciutat, relacions, socials o polítiques, etcètera.

I després de tota esta exposició (tan sols amb alguna variant com ara la dels fallers d'honor, que, segons la comissió, poden tindre des d'una menuda rellevància fins a un gran impacte dins dels ingressos globals), arribem



Nivell de vida, Modest González, Na Jordana, 1958

a eixa època abans comentada on la publicitat estàtica arriba al màxim nivell d'importància i, a més a més, condiona uns ingressos que fins ara eren periòdics, setmanalment o mensualment, i que passen a centrar-se majorment en l'últim trimestre de l'exercici, fet que obliga les comissions a obtindre finançament extern (bancari, principalment) per a anar adequant les obligacions d'eixides mensuals al total dels ingressos previstos.

Quan la major part de les comissions depenen dels ingressos que genera la publicitat i, a més a més, el monstre de la festa que abans comentàvem ha continuat creixent (a la ciutat de València, 384 comissions i a més cadascuna d'estes amb l'afegit de l'infantil, per si mateixa habitualment deficitària), arribem a la conclusió que cada dos mil persones hauran de plantar dos falles. O millor dit, si el simpatitzant amb el món faller, diuen, és inferior al 40 per cent del poble, cada col·lectiu de 800 persones, dirigides per una comissió executiva, hauran de plantar dos falles, mantindre un casal (amb envelat durant la setmana de festes o sense), banda de música, pirotècnia i tots aquells etcèteres que cada volta van introduint més els festers en detriment dels fallers.

Si a més de tot açò, estem en un moment d'autèntica crisi econòmica i no sols de la fallera, on la desocupació afecta quasi totes les famílies i dins del món empresarial, també molt afectat lògicament pel moment econòmic, la primera cosa que es redueix és l'esponsorització i la publicitat, arribarem a la conclusió que efectivament estem en un temps de crisi seriosa i, segons el meu parer, l'única solució possible i real passa per la reducció substancial del nombre de falles que a la ciutat de València es planten i que considere, humilment, que haurien de passar de 250. Amb la reducció per agrupació d'eixos costos estructurals, tant en les comissions com en l'Ajuntament, podríem, mantenint el magnífic esperit i l'aspecte popular de la nostra festa amb una falla en quasi cada carrer, suportar millor el difícil moment.

Potser és, a més a més, l'hora que els fallers pensem en tots aquells inconvenients i incommo- ditats que eixos dies, on possiblement ens

considerem els reis de la ciutat, fem patir als nostres veïns, i d'aquesta manera el percentatge de residents a la ciutat no fallers s'amplie, almenys des del punt de la bona relació, quan eixes 130 falles reagrupades suposen 300 o 350 encreuaments de carrers lliures i ara ocupats (falles grans, infantils, envelats, zones lúdiques d'activitats, de focs, etcètera).

Crec que almenys, i sense deixar-se anar pel populisme i el folklorisme, val la pena analitzar açò, que desgraciadament, pense, de moment no passa mes enllà de ser el somni d'un faller, molt faller, encara que crec molt poc fester, que durant 37 exercicis ha col·laborat intensament perquè el pressupost de la seua comissió —certament elevat— poguera ser cobert per uns ingressos cada volta mes difícils i canviants.

Permeteu, almenys, que eixa llarga experiència faça possible que manifeste la meua opinió, l'opinió de **Julià Pastor i Ferrer**, faller, emesa a títol personal i, per descomptat, no compartida per la major part del món faller i possiblement per bona part de la meua comissió. Sols voldria, de veres i com a final, que el futur no em donara tota la raó.

Pensament postdatat: El Banc Central i l'Hispanoamericano, després de la unió, crearen el BCH. El Santander s'hi va afegir i passà a ser després el BSCH. El Banc Exterior, amb el Cantàbrico i el d'Alacant, d'una banda, i l'Hipotecario, Crédito Local i Crédito Industrial, d'altra, formaren Argentaria. Paral·lelament, el Vizcaya i el Bilbao formaren el BBV. Després, una nova unió amb Argentaria donaria pas al BBVA. Hui el BBVA i el BSCH (ara sols Santander) han passat a ser dos dels bancs mes importants del món.

Si ells, per necessitat, ho feren, per què la "falleta tal" no es pot unir amb la "falleta qual" i amb la "falla no sé quina". Potser perquè en la festa tindríem 130 presidents menys, 520 vicepresidents menys i, com a conseqüència, no sé quants *figurones* menys..? Que cadascú es responga a si mateix.

## L'economia de les Falles: entre la gestió cultural i els esdeveniments globals

**Ramón Llopis Goig**

Universitat de València

**E**n parlar sobre l'economia de la festa de les Falles en un context com l'actual, en el qual hi ha una crisi financera a nivell global, és necessari fer un parell de matisacions inicials. En primer lloc, que el nostre sistema econòmic és cíclic i, per tant, els períodes de crisi són tan consubstancials al sistema com els períodes de bonança. En este sentit, les Falles no han restat insensibles als cicles econòmics que durant les últimes dècades han afectat l'economia espanyola: les dotacions pressupostàries, l'afluència turística, la despesa en vestuari, restauració i hostaleria, per citar alguns dels apartats més significatius, tradüxen cada any i amb prou exactitud la situació econòmica del país. En segon lloc, i de manera ja més directament relacionada amb el tema que ens ocupa, és necessari distingir entre els aspectes econòmics de la festa derivats de la conjuntura del país i els derivats del model propi d'organització econòmic i finançament de les festes. I és este segon element respecte al qual vull fer algunes observacions en esta intervenció.

Hi ha una certa desproporció o desfasament entre els mitjans d'obtenció de finançament i l'envergadura econòmica i impacte social que ha adquirit la festa de les Falles en els últims anys. No conec a fons i des de l'interior els detalls de la gestió d'una falla, però l'expo-

sició de l'informe de la Interagrupació sobre l'impacte econòmic i social de les Falles en la ciutat de València, revela que l'estructura de finançament continua estant basada en procediments la capacitat de la qual ha quedat molt limitada per l'extraordinària evolució del sector durant els últims anys. Continua havent-hi una gran presència de mecanismes d'obtenció de recursos econòmics basats en la relació de proximitat i l'entorn local (loteries, publicitat local...). Sé que algunes falles recorren a moltes més coses, però la veritat és que la majoria encara depèn majoritàriament dels mitjans esmentats. Este fet ha quedat molt ben identificat pels organitzadors d'esta trobada quan han denominat esta primera jornada "La voluntat per a la falla". Efectivament, encara que siga sorprenent, el voluntarisme continua sent el motor que fa funcionar el sistema econòmic de les Falles.



*El peix gran es menja el menut,*  
Manuel Giménez Monfort,  
Avinguda de l'Oest, 1959

La reflexió que vull fer es desenvolupa en dos nivells. En primer lloc, em referiré a la necessitat d'incorporar tècniques, ferramentes i criteris de gestió en el funcionament de les comissions falleres. En segon lloc, em centraré en la necessitat d'incorporar la festa de les Falles al projecte de desenvolupament d'una "ciutat d'esdeveniments globals", esportius i culturals, que esta ciutat ha posat en marxa durant els últims anys, segons el meu parer, d'una manera encertada. La primera, per tant, es referix a l'economia de les comissions falleres; la segona, en canvi, es referix a l'economia de la ciutat i a la seua relació amb la festa de les Falles. Oferisc estes dos reflexions a manera d'idees o temptatives sense més pretensió que la d'estimular el necessari debat que tota societat ha de fer sobre si mateixa, i en este cas, sobre el seu temps lliure i el seu model de creixement econòmic, que són les dimensions a les quals em referiré.

Comence pel segon aspecte al qual m'he referit, que se situa en un nivell més àines macrosociològic. La idea de la qual partisc és que no acaba de veure's el paper que pot ocupar la festa de les Falles en el model de ciutat que des de fa uns anys s'està desenvolupant per a València. S'està fent un gran esforç en la construcció d'un projecte de ciutat orientada a la celebració d'esdeveniments globals. S'estan posant els mitjans i, com he dit, em pareix una iniciativa prou encertada. S'han fet esdeveniments que han tingut un extraordinari impacte social, econòmic i mediàtic, com ara la 32 edició de la Copa de l'Amèrica, el Gran Premi de Fórmula 1 o la V Trobada Mundial de les Famílies, i n'hi ha hagut d'altres de menor rellevància o impacte, però que, de la mateixa manera, confirmen el projecte de ciutat que s'està impulsant. I potser s'està fent un gran esforç en este tipus d'esdeveniments esportius i culturals i s'està oblidant el que pot donar de si la festa de les Falles dins d'este model de ciutat. Ho apunte només com un suggeriment: crec que s'ha de treballar en la direcció d'inserir la festa de les Falles en este model de ciutat

que s'està configurant. Açò seria bo per a les Falles i també, no en tinc dubte, per al mateix futur de la ciutat.

La primera de les reflexions a la qual em referia amb anterioritat té una orientació de caràcter microsociològic, perquè, com ja avançava, es referix a l'economia de les comissions falleres. I la idea és molt simple i, alhora, recurrent. Em referisc a la sensació que molts tenim que la gestió de les comissions falleres s'ha de modernitzar i, en part, professionalitzar. Com ja ha succeït en un bon nombre d'entitats com ara les associacions esportives o les organitzacions humanitàries, que, igual que les falles, han sorgit, s'han desenvolupat i en part continuen estant encara en allò que es denomina la societat civil o el tercer sector, les comissions falleres necessiten realitzar una transformació de la manera com es definixen, s'organitzen i es gestionen. Per a això, crec, s'haurà de ser molt imaginatiu i no menys audaços. Serà necessari estimular l'enginy tant com ho fan els clubs de futbol o les ONG internacionals: dissenyar nous productes, crear valor de marca, desenvolupar campanyes de captació de fons, idear nous mecanismes de fidelització de socis i usuaris... Crec que en este camp està tot per fer, ja que, es vulga o no, estes transformacions acabaran sobrevenint. En este sentit, aquelles comissions que tinguen més capacitat d'anticipar estos canvis seran les que aconseguisquen tirar endavant.

I finalment, crec que les dos idees que acabe de suggerir tenen major potència si es coordinen, perquè això permetrà que es reforcen mútuament. Si es considera el paper de les Falles en el model de ciutat d'esdeveniments globals es veurà amb més claredat i resultarà més fàcil promoure una transformació del seu model de funcionament econòmic. Paral·lelament, si les Falles mamprenen este camí de transformació, serà més fàcil que puguen integrar-se en el model de ciutat que durant els últims anys s'està posant en marxa amb la iniciativa de les autoritats municipals.



## Les Falles, molt més que una festa

**Jesús I. Català Gorgues**

Universidad CEU Cardenal Herrera de València  
Associació d'Estudis Fallers

**Gil Manuel Hernández i Martí**

Universitat de València  
Associació d'Estudis Fallers

Un dels trets principals de la festa moderna, en un context marcat per la globalització, és la seua contribució a la reactivació de les identitats locals, fenomen que té lloc mitjançant l'articulació del conjunt d'actes rituals i el funcionament d'una complexa xarxa d'associacions festives. Estes es diferencien de la resta d'associacions voluntàries per la conjunció d'una sèrie de trets que els atorguen un caràcter particular: es tracta d'associacions populars i d'origen tradicional, tot i que de factura moderna, que són alhora llocs de distracció, gaudi i diversió, orientades cap a la celebració emotiva d'una festa, religiosa o civil. En estes s'arriba a una vivència intensa i sacra de la identitat local, amb un acusat component de rememoració i reactualització simbòlica del passat local.

Les associacions festives estan marcades per un elevat grau de participació dels individus, que pertanyen als nivells socials més diversos. Es tracta d'agrupacions on predomina la integració interclassista dels afiliats i l'apel·lació a una causa comuna de caràcter identitari. En el seu si, els contactes són directes i recurrents, i la familiaritat i confiança sol presidir el tracte entre els socis.

La celebració de la festa en la majoria de les ciutats i els pobles valencians comporta una articulació del subjecte social a través d'agrupacions de sociabilitat específicament festiva,

l'objectiu preferencial de les quals és participar en la festa mitjançant la pràctica lúdica i ritual de la convivència, la comensalia, les deambulacions simbòliques i la donació altruista, entre altres pràctiques. Les associacions festives s'integren, igualment, en l'estructura urbana històrica de les seues respectives localitats, la dimensió patrimonial cultural de les quals acaba sent redimensionada per mitjà de les celebracions rituals de la festa.

La festa de les Falles, que apareix documentada a València cap a mitjans del segle XVIII, és organitzada, en els seus orígens, per improvisades comissions formades esporàdicament per veïns de places i carrers. Sense quasi continuïtat, escassa formalització i amb un territori difús, la comissió fallera primitiva es va transformant en els primers decennis del segle XX, coincidint amb l'arribada de les Falles a l'estatus de festa major, en una associació permanent, amb seu social fixa (el casal),



La lluita per la vida, Salvador Debón, Visitació-Oriola, 1959

activitats regulars i un territori delimitat oficialment, com és la demarcació. Des dels anys seixanta, la comissió fallera contemporània es converteix en una entitat veïnal important, nucli permanent d'activitat social, econòmica i cultural i senyal d'identitat de la barriada corresponent. A partir dels anys noranta, la necessitat de gaudir de subvencions institucionals, fa que les comissions entren a formar part del registre valencià d'associacions culturals. Des de l'any 1939, una supraentitat organitzadora dependent de l'Ajuntament, la Junta Central Fallera, coordina, orienta i regix, mitjançant un reglament faller, l'activitat fallera de les comissions, que a partir dels anys seixanta queden enquadrades en sectors fallers que agrupen, mitjançant criteris d'agrupació de barris contigus, desenes de comissions, a efectes de racionalitzar-ne administrativament el funcionament. Paral·lelament, a mitjans dels anys setanta, les comissions falleres comencen a formar agrupacions de falles des de la base, i no des de l'Ajuntament, per coordinar els seus festejos, estretir lligams de germandat i buscar ajudes econòmiques entre el comerç. En els noranta, les agrupacions formen una gran Interagrupació de Falles. També a mitjans dels anys noranta, apareixen les federacions de comissions de falla, que segueixen un criteri d'interés en un objectiu comú (així, hi ha federacions de falles de la secció especial, de la secció primera, d'enginy i gràcia o de loteria contra reembossament). Les mateixes tendències observades a València es detecten als pobles i les viles que també celebren les Falles, especialment en grans poblacions com ara Alzira, Torrent, Gandia, Xàtiva, Sagunt o Borriana, entre d'altres.

En les Falles s'observà, a més, durant tota la segona meitat del segle xx, un continu creixement del nombre de comissions, passant-se a València de 35 comissions censades en 1940 a les 269 de 1975, i d'estes a les 382 actuals. Simultàniament, l'expansió fallera per les comarques és tan gran que les més de 420 comissions actuals superen en nombre les del cap i casal. En conjunt, les comissions de la capital comptabilitzen prop de 100.000 persones i unes tantes altres a les comarques, fet

que genera una gran massa de fallers i falleres articulada en una vasta xarxa de comissions falleres i juntes locals, cadascuna de les qual té al voltant la seua demarcació, els seus símbols identitaris i una intensa sociabilitat que va més enllà d'allò estrictament festiu, ja que expressa un valencianisme temperamental acusadament emocional i molt vinculat a llaços familiars i d'amistat.

Paral·lelament al seu creixement i consolidació, les comissions falleres de la ciutat de València han anat incrementant les seues activitats, que s'estenen al llarg de tot el cicle anual i que, a més de donar lloc a una vida cultural i social al si de cada barri, generen un moviment econòmic molt important, atesos els diversos sectors que depenen de la festa fallera. De fet, si en les societats occidentals modernes es parla de la rellevància de l'anomenada societat civil —entramat associatiu ciutadà— ben bé podem observar que la xarxa més ferma, consolidada i potent de la societat civil del cap i casal és la xarxa de comissions falleres, tant pel volum d'associats com per la persistència i diversificació de les seues activitats, que van més enllà d'allò purament festiu. Realment, és molt difícil trobar una gran ciutat occidental, com és el cas de València, de quasi un milió d'habitants (més si comptem la seua àrea metropolitana), que estiga tan perfectament estructurada territorialment per una xarxa associativa, com és el cas de les comissions falleres. De fet, la comissió fallera se situa com una instància territorial i social intermèdia entre la família i el veïnat, capaç d'integrar els diversos nuclis familiars i de vertebrar els veïnats de barris cada volta més colpejats per les tendències cap a l'atomització, l'individualisme i la incomunicació inherents a les societats de modernitat avançada. Per eixa raó, la festa fallera, amb l'entramat associatiu que comporta i les activitats que du a terme, és molt més que una festa, més aïnes es comporta com un fenomen cultural i social fonamental per a entendre la realitat de la ciutat de València.

Evidentment, a partir d'esta constatació, és fàcil copsar la repercussió econòmica, directa o indirecta, que les Falles tenen a València. Amb tot, no hem de perdre de vista que l'im-



pacte d'una festa d'estes magnituds ha de ser considerat de la manera més objectiva possible. Això significa avaluar al costat dels elements beneficiosos i dinamitzadors en el pla econòmic, social i cultural, els elements negatius de la mateixa festa, com són els seus impactes mediambientals (sostenibilitat mediambiental), les dificultats creades per a la convivència urbana (sostenibilitat social) o les distorsions en l'imaginari de la ciutat (folkloritzacions banals). Per això, a l'hora de fer algunes reflexions sobre les dades de l'estudi d'impacte econòmic de les Falles elaborat per la Intergrupació de Falles, intentarem prendre en consideració els pros i els contres, per incentivar una reflexió en profunditat, tan desapassionada com siga possible, que estiga a l'altura de la importància del tema. En tot cas, seran necessaris estudis futurs que, d'una manera sistemàtica, comparada i continuada, puguen oferir noves dades i nous elements per a avaluar com cal la complexitat del món faller en el seu conjunt i la rellevància que té per a la nostra ciutat.

En l'estudi elaborat per la Intergrupació, observem que el moviment econòmic total generat per la festa fallera al cap i casal (basat fonamentalment en despeses sectorials) és de més de 612 milions d'euros, una quantitat que significa un gran augment des dels quasi 246 milions d'euros de l'estudi fet en 2000. Este increment de 367 milions d'euros significa que el moviment econòmic de fa huit anys està prop d'haver-se triplicat en este curt lapse de temps. Si atenem només esta dada, l'impacte econòmic creixent de les Falles és incontrovertible. I igual passa amb la quantitat derivada de l'IVA, que ha passat dels 21 milions d'euros de 2000 als quasi 98 milions d'euros de 2008, cosa que significa que les quantitats s'han multiplicat quasi per cinc. No obstant això, també podem observar que, si en l'estudi del 2000 es parlava de 5.018 llocs de treball creats, en l'estudi actual es parla de 6.000 llocs de treball, dada que significa també un augment, però més moderat.

Pel que fa als diversos sectors implicats en l'economia fallera, observem com s'ha incrementat el pes de l'hostaleria, és a dir, del turis-

me: així, si en 2000 l'hostaleria representava el 55,1 % del total del moviment econòmic generat per les Falles, en 2008 representa ni més ni menys que el 82,7 %. En estes dades es consideren només les despeses generades pels visitants, però ací s'hauria d'afegir també les despeses en hostaleria generades pels residents a València, la qual cosa probablement incrementaria la quantitat i percentatge totals.<sup>1</sup>

L'augment de l'impacte turístic de la festa, que en principi podria ser una dada positiva, perquè indica una progressiva projecció turística de la festa, també té un costat preocupant, ja que revela una gran dependència del moviment econòmic de les Falles del sector hostaler, restant només un 17,3 % de moviment econòmic en els 31 camps restants d'activitat econòmica recollits. Esta dada ha de ser especialment considerada, sobretot per tres raons. En primer lloc, perquè implica una alta dependència de l'economia fallera del turisme urbà, de manera que una eventual crisi econòmica —encara que ara és anomenada "desacceleració"— podria fer trontollar esta base turística i perjudicar greument l'economia de la festa. En segon lloc, perquè, encara que se sol afirmar que les Falles tenen una gran importància en l'activitat turística de València, en realitat tenen un impacte menor al costat d'uns altres factors o esdeveniments, com són les fires de mostres, els congressos, les grans proves esportives o les noves àrees turístiques d'oci postmodern (Ciutat de les Arts i les Ciències, Port de València, etcètera). I en tercer lloc, perquè no està gens clar que el turisme que arriba durant la Setmana Fallera siga un turisme de qualitat, atesa la gran quantitat de turisme de baix poder adquisitiu i nivell cultural que arriba a València (turisme de borratxera), que inclús pot actuar com a element d'alteració de l'ordre públic o de degradació de l'entorn urbà (ús imprudent de la pólvora, trencament de mobiliari urbà, excessos alcohòlics). A més a més, tot i que venen turistes, s'estima que quasi un 15 % de la població de la capital se'n va fora en Falles (*El País*, 21 març 2007). En tot cas, tampoc està gens clar, contra l'opinió popular, que la festa de les Falles siga real-



els treballs fets de manera altruista pels fallers i falleres, que utilitzen les seues habilitats laborals per a posar-les al servici de la festa —fonamentalment de les seues comissions— sense que hi haja pel mig cap relació contractual. De manera que tot el cost en mà d'obra d'eixa faena se l'estalvien les comissions, ja que a tots els efectes significa una important contribució dels fallers i falleres a la festa i a la ciutat. En tot cas, la naturalesa d'este treball altruista o voluntari que es fa per la causa de la festa o de València no és substancialment diferent del treball altruista d'uns altres col·lectius o associacions de la societat civil que aporten el seu treball i compromís pel bé de la societat. Pensem, per exemple, que mentre que la població fallera de València representa el 12,5 % dels seus habitants, el percentatge de població de la ciutat que col·labora voluntàriament en organitzacions no governamentals és del 19,5 %. L'única diferència és que en el cas de les comissions falleres es tracta d'un treball voluntari fet dins d'un entorn festiu, encara que té conseqüències més enllà de l'àmbit festiu.

Tot i això, l'activitat econòmica moguda per les Falles, tal com s'ha comentat, ha experimentat un gran creixement. Però precisament per eixe motiu, que reflectix la mateixa expansió de la festa en tots els aspectes, també s'ha de considerar aquells extrems que poden redundar en un moviment econòmic de caràcter negatiu, en el sentit de pèrdues econòmiques per a la ciutat. En eixe sentit, ens hem de referir, en primer lloc, als diversos impactes mediambientals de la festa fallera, no tant pel que fa a la contaminació atmosfèrica lligada a la cremació de monuments i a les disparades pirotècniques —qüestió rellevant però al capdavall un tant exagerada per informacions no degudament contrastades, i en molts casos fiades només a l'impacte visual immediat que té un aspecte tan definitori de la festa com és la combustió— com en els aspectes relatius a la contaminació acústica, l'excés de despesa energètica (recordem els enllumenats ornamentals) en uns moments de dificultats energètiques i de canvi climàtic, i sobretot, la ingent quantitat de residus sòlids i líquids, orgànics

i inorgànics, que es vessen sense control ni mesures adients de reciclatge tant en punts de recollida com, lamentablement, a la via pública. En segon lloc, en el vessant social, s'ha de fer referència a les pèrdues derivades de la destrossa de mobiliari urbà públic, així com de propietats públiques i privades, per actes de vandalisme que han anat a més en els darrers anys. Així, l'Ajuntament de València es va haver de gastar després de les Falles de 2007 una quantitat de 294.934 euros per a reparar els danys en mobiliari urbà, carrers i jardins de la ciutat, una xifra que superava en un 24,3 % les despeses de 2006 (*Abc*, 21 març 2007). A això, s'hauria de sumar les despeses per ferits durant les festes: en 2007 es registraren 941 ferits o atesos per lipotímies, cremades, traumatismes i cossos estranys, i el telèfon d'emergències 112 Comunitat Valenciana va atendre durant la Setmana Fallera un total de 14.480 incidències, un 21,3 % més que l'any anterior (*Abc*, 21 març 2007). A més a més, s'hauria de tindre en compte en termes econòmics les hores de treball perdudes en els embussos urbans durant els dies en els quals la ciutat està col·lapsada per la festa, per realització de vagues de mitjans de transport convocades expressament per Falles, o les pèrdues de comerciants i subministradors davant del tall de carrers o de la competència deslleial de venedors ambulants sense permís. Totes estes qüestions, més la percepció conjunta de l'impacte social que es deriva de la deficient gestió ambiental adés esmentada (brutícia per tot arreu, males olors, soroll incontrolat que dificulta el descans, ús incorrecte i inclús vandàlic dels articles pirotècnics, ansietat produïda per les aglomeracions de persones i vehicles, etcètera), conformen un conjunt de costos potser difícil de calcular, però que retrau sens dubte beneficis potencials.

Considerats tots els pros i contres, s'ha de reconèixer els evidents beneficis socials de les Falles, sobretot si tenim en compte que la tendència general de l'urbanisme occidental és cap a la despersonalització i concentració de segments de població en nuclis i àrees residencials com si foren espais relativament tancats. Per contra, el fenomen associatiu faller

ens recorda l'existència d'una vertadera vida pública compartida, cada volta més difícil en societats excessivament individualitzades i atomitzades. En eixe sentit, l'obertura cap a la integració dels visitants i immigrants, ja con-



Xoriços, Julià Puçhe, Convent de Jerusalem, 1970

trastada històricament en unes altres èpoques, és una de les majors virtuts de la festa, especialment si és capaç de minimitzar les actituds excloents cap a segments de població valenciana en principi no identificats amb la causa fallera, i si fa de la moderació i el diàleg la norma de comportament. En una societat tan marcada per la incertesa com l'actual, tan vinculada als fluxos de la globalització i tan lligada, com és el cas de València, a la mateixa redefinició de la ciutat en termes de projecció mundial a través de les propostes avançades de cultura, esport, oci i esdeveniments, és fonamental lligar la tradició que representen les Falles a la modernitat actual, sense posar en perill la sostenibilitat de la festa i sense fer-

la dependre excessivament de tal o qual sector productiu, ans al contrari, incentivant la xarxa social que anima la festa i tots els diversos sectors que viuen d'esta. Per això, s'hauria de fugir tant del triomfalisme econòmic, cultural i polític, com de visions apocalíptiques reduccionistes que estigmatitzen sense reflexió el fenomen faller. En última instància, hauria de quedar clar que la gran rellevància que té la festa de les Falles caldria ampliar-la incentivant totes les riques potencialitats que la festa té, i moltes d'estes estan sense fomentar, com és el cas, per exemple, de la mateixa singularitat del patrimoni cultural faller o el factor d'articulació, integració i dinamització social dins la ciutat que suposen les comissions falleres, per citar només dos aspectes.

Com a darrera reflexió, s'hauria de subratllar la necessitat d'elaborar nous i més profunds estudis sobre l'impacte econòmic i social de la festa de les Falles, i no sols a València, sinó a la resta de poblacions i localitats que celebren la festa. Això implicaria, necessàriament, el concurs de les institucions públiques valencianes, posant els seus recursos destinats a investigació a l'abast dels centres de recerca especialment interessats pel coneixement de la realitat fallera. Especialment si es té en compte que un millor coneixement de la societat fallera ens proporcionaria un coneixement precíus sobre la mateixa societat valenciana, aportant claus per a una millor governabilitat i per a la participació ciutadana. En eixe sentit, hauria de quedar clar que invertir recursos en l'estudi de la festa fallera revertiria finalment en el seu coneixement, en la seua promoció i en la seua positiva transformació.

1. Amb tot, s'ha d'aclarir que amb les dades proporcionades per l'estudi i a l'hora de vore les despeses que hi ha en els diversos conceptes assenyalats, com que no s'ha fet un estudi comparatiu intern en les comissions que permeta comparar pressupostos, sinó que s'aborden els sectors juntament amb l'hostaleria, en la mesura que els percentatges d'esta creixen disminueixen els de la resta, per la senzilla raó que la despesa en hostaleria no repercuteix directament com a inversió en l'economia de la comissió fallera.



# *Diagnòstic i propostes sobre el model de competitivitat de les activitats del Gremi Artesà d'Artistes Fallers de València*

**Pau Rausell Köster**

**Raül Abeledo Sanchis**

ECONCULT / Universitat de València

## 1. Introducció

Aquest article arreplega els resultats més destacats de l'estudi "Diagnòstic i propostes sobre el model de competitivitat de les activitats del Gremi Artesà d'Artistes Fallers de València" dirigit pel doctor Pau Rausell Köster, de la Unitat d'Economia de la Cultura (ECONCULT, Universitat de València), i finançat pel Programa d'Innovació 2007 de l'IMPIVA a petició del Gremi.

Els objectius de l'estudi consisteixen a caracteritzar i avaluar les condicions sociolaborals i productives dels artistes fallers agremiats a València, així com determinar les condicions del funcionament del "mercat" en el qual s'intercanvia i demanda la producció de monuments. A partir de l'estudi d'aquestes condicions, s'estableix una sèrie de diagnòstics que mostren les principals debilitats i amenaces del sector, així com les fortaleses i oportunitats de millora de les condicions de competitivitat i innovació en un escenari de futur a mitjan termini.

Breument, assenyalarem que la metodologia de treball va consistir, a més de la compilació i

revisió de la bibliografia disponible, en la realització d'una enquesta detallada, les principals característiques de la qual eren les següents:

Àmbit geogràfic: província de València.

Univers: agremiats en situació activa durant 2006/2007.

Grandària de la mostra: dissenyada=100 / realitzada=73 / taxa de resposta=73 %.

Afixació: proporcional.

Error de la mostra: per a un nivell de confiança del 95,5 % (2 sigmes) i variabilitat màxima (P=Q), L'error real és de +/- 9,3 % per al conjunt de la mostra i en el supòsit de mostratge aleatori simple.

El procediment de mostratge va ser aleatori estratificat, prenent com a variable de referència l'última facturació. Els qüestionaris es van aplicar tant mitjançant entrevista personal als tallers dels agremiats com mitjançant entrevista telefònica concertada. Els resultats del qüestionari es van contrastar a partir de la realització d'entrevistes en profunditat a un panell d'actors seleccionat.

Com a resultat de tot això, l'estructura de l'informe arreplega, amb poques paraules, els següents àmbits d'anàlisi:

Aspectes organitzatius bàsics.

Caracterització de la demanda.

Anàlisi de l'oferta.

Anàlisi institucional.

Recomanacions i propostes.

## 2. Principals resultats

A partir de l'anàlisi desenvolupada s'han posat en qüestió alguns dels prejudis amb els quals els mateixos investigadors es van aproximar al sector. En termes sintètics es tracta d'una activitat econòmica i artística arrelada en les pràctiques artesanes, però que està composta per professionals relativament joves (la franja d'edat més significativa d'edat està entre els 35 i els 45 anys), amb una dilatada trajectòria en l'exercici de la seua activitat professional i en conseqüència amb els nivells requerits d'experiència sobre el funcionament del sector. Sorpren també que des del punt de vista de



les actituds tampoc mostra una refracció especial al canvi i a la innovació, i fins i tot reconeixen majoritàriament la possibilitat que estudis com aquest tinguin impacte en la millora de la seua activitat professional.

A això s'ha d'afegir la circumstància que es tracta d'un sector professional relativament cohesionat i que disposa potencialment de recursos materials i financers per al compliment de la millora i defensa de la professió, com també d'estructures de liderat i capital social suficient per a desenvolupar aquestes funcions. La concentració d'una part rellevant dels tallers a la Ciutat de l'Artista Faller o en zones pròximes afavoreix la creació de xarxes fluides de comunicació per on flueix la informació relativa no sols a les condicions del mercat, sinó també a la transmissió informal *know-how*, oportunitats de negoci, variacions de l'entorn legal per a l'exercici de la professió, etcètera.

- Les característiques mitjanes socioprofessionals de l'agremiat són: homes (95 %), de 40 anys d'edat i amb 20 anys d'experiència (que resulta el moment de plenitud professional).
- Nivell d'estudis: 20 % universitaris, 20 % estudis mitjans professionals, 20 % estudis mitjans batxillerat, 35 % estudis primaris.
- Estudis específics: 33 % Escola d'Arts i Oficis, 25 % formació artística no homologada.
- La unitat familiar mitjana és de 3,3 membres i l'activitat artística és la principal font d'ingressos en un 70 % dels casos.
- El 61 % dels artistes presenten una franja d'ingressos entre 1.200 i 2.400 euros mensuals.
- L'accés a la professió és marcadament vocacional (40 % dels casos).
- El 90 % dels artistes són professionals autònoms i la dedicació completa a l'activitat es dona en un 80 % dels casos.
- El Gremi engloba dos grups de diferent dimensió empresarial: els qui facturem per davall de 4.000 euros mensuals i els qui superen aquesta xifra. Aproximadament el 50 % dels agremiats se situen en la franja superior i l'altra meitat en la franja inferior.

Des del punt de vista de la demanda, el sector s'ha enfrontat en els últims anys a un creixement continuat que ha afavorit especialment els monuments de major pressupost i categoria en termes de preus, però que ha arribat a un àmplia proporció (de més del 33, %) dels agremiats. En termes monetaris, la demanda va suposar 20 milions d'euros en 2007, amb uns valors mitjans de 850 falles majors (18.600 euros) i altres tantes infantils (4.500 euros).

No obstant això, aquest cicle expansiu vinculat a l'evolució de l'economia espanyola ha conclòs en l'exercici 2008. D'altra banda, la demanda ha demostrat, en termes històrics i en valors nominals, un resistència a la baixa (ja que no desapareixen comissions falleres), per la qual cosa és previsible que l'ajust siga relativament suau en termes mitjans.

La part més important de la demanda, a causa dels seus sistemes de pagaments regulars i altament segurs, suposa una notable estabilitat, però també genera uns impactes negatius com són el desincentiu a la diversificació i la innovació o a la recerca activa de noves oportunitats de negoci.

- La producció de falles suposa quasi el 80 % de la facturació mitjana d'un agremiat.
- La diversificació de la producció és la següent: decorats (9,8 %), maquetes (6,2 %), estands (2,9 %) i carrosses (2,1 %).
- Hi ha una especialització relativa: en falles majors (per a un 40 % dels agremiats suposa el 75 % de la seua activitat) i menors (20 % en aquest cas).

A causa d'aquest "xoc" de demanda dels últims anys i des del punt de vista de la producció, el conjunt del sector mostra un compte de pèrdues i guanys relativament acceptables i el mercat reconeix en termes de valor el "contingut artístic" dels monuments fallers, que podem estimar en un 27 % del preu del monument. Naturalment és discutible si aquesta és la proporció adequada i necessària, i s'hauria de comparar amb altres activitats culturals, artístiques i artesanals, però en principi no ens sembla una xifra mal calibrada per als interessos del sector. Aquesta xifra correspon en ter-

mes aproximats al percentatge dels resultats ordinaris d'exploració, per la qual cosa podem afirmar que la rendibilitat dels tallers dels artistes fallers es correspon amb la seua aportació artística al producte. En aquest sentit, també es pot afirmar que el sector no té "beneficis empresarials" en sentit estricte de retribució al capital aportat al procés de producció. Açò té un efecte col·lateral que són els escassos nivells de capitalització de les unitats de producció.

En termes agregats, l'activitat del conjunt dels agremiats contribueix al 0,02 % del PIB provincial i genera entre 450 i 500 ocupacions equivalents a temps complet: el 72,1 % de l'ocupació generada correspon als tallers grans i el 27,9 % als menuts.

Naturalment, també el conjunt del sector mostra algunes debilitats estructurals. En primer lloc, és cert, com reclama una part significativa dels agremiats, que l'activitat té poc reconeixement social. La "construcció de la professió" és un procés incomplet en el qual queden per definir principalment les formes d'accés a la professió i els processos formatius requerits per a això. Ací el sector es mou entre la postura, majoritària, dels agremiats que consideren que l'experiència ha de ser el factor principal per a capacitar en l'exercici de la professió i la necessitat d'establir algun sistema més o menys reglat de formació que legitime des del punt de vista social la professió. Aquest dilema ha de ser resolt i probablement la solució hauria d'ubicar-se en cert punt intermedi

També és cert que les ocupacions estan retribuïdes a nivells sensiblement inferiors als del conjunt de l'economia i molts dels tallers (quasi el 50 %) no aconsegueixen el volum adequat per a proporcionar uns ingressos dignes per al desenvolupament d'una vida personal més o menys normalitzada. És cert que aquesta circumstància concorre en algunes altres activitats relacionades amb l'art i la cultura on el component vocacional és molt mobilitzador.

- La retribució salarial bruta mitjana del sector és de 834,5 euros (per damunt del salari mínim interprofessional). Per als

tallers grans, aquest valor arriba als 902,8 euros, mentre que per als menuts es limita a 519,5 euros, xifra per davall del salari mínim interprofessional.

- Els sous i salaris suposen aproximadament un terç del valor dels ingressos. En termes anuals, els salaris dels treballadors en els tallers dels artistes fallers estan per davall de la mitjana d'altres sectors.
- El cost de vendes, és a dir, el cost dels materials per a produir les falles i la resta d'activitats dels tallers, se situa en uns 19.000 euros per als tallers grans i uns 4.500 euros per als menuts, la qual cosa suposa en aquests dos casos unes xifres proporcionalment molt semblants al voltant del 16-17 % dels ingressos totals. Aquesta estructura de costos semblant implica que el sector no pot aprofitar-se de les economies d'escala.
- Altres costos: destaca el de manteniment de les instal·lacions (lloguers, amortitzacions, reparacions), ja que suposa per als tallers grans el 57,7 % de les despeses generals i per als tallers menuts el 48 %. La següent despesa en importància és l'ús de transports i grues.
- Atés el regular sistema de pagament de les comissions falleres, pràcticament el 80 % dels artistes fallers no utilitzen cap recurs financer. Els qui sí que usen aquests instruments (pòlisses de crèdits o descomptes comercials) es caracteritzen per formes empresarials més avançades (societat mercantil) i una demanda més diversificada.
- En termes globals, l'activitat genera uns ingressos entre els 12,7 milions d'euros i els 14,7 milions d'euros. El 80 % d'aquesta facturació correspon als tallers més grans.
- Un taller gran té uns ingressos mitjans de 115.724 euros, mentre que un taller xicotet se situa al voltant dels 26.000 euros.

També mostra el sector notables dificultats en aspectes relacionats amb les capacitats gerencials i d'organització del treball, aspecte

aquest que potser no afecta de manera directa el desenvolupament de l'activitat professional més convencional lligada a la construcció de falles, però que sí que limita notablement la frontera de possibilitats d'actuació en l'ampliació de les inversions, la diversificació de la producció, la internacionalització o la iniciació de processos d'R+D. Tots aquests processos resulten cada vegada més necessaris per a mantenir els nivells de competitivitat.

Una altra dificultat estructural resideix en les deficiències del capital físic. Una part rellevant dels agents declara i mostra les dificultats que els equipaments actuals els imposen en el desenvolupament de les seues activitats professionals. Aquest problema, encara que es manifesta en molts dels tallers repartits principalment per la província de València, es concentra a les instal·lacions de la Ciutat de l'Artista Faller. La superació d'aquesta dificultat, com proposem en els paràgrafs següent, va des de l'articulació de mesures gremials per a garantir o assegurar de manera col·lectiva els processos individuals d'inversió i reforma, fins a plantejar processos de "reconversió" o trasllat de l'activitat amb ajuda i el suport de l'acció pública.

- Més del 55 % dels agremiats considera que les instal·lacions presenten deficiències encara que permeten el desenvolupament del treball sense grans dificultats. Aquesta circumstància es presenta més accentuada per als artesans menuts.
- Les dimensions mitjanes d'un taller gran són de 625 metres quadrats i el d'un menut, de 314 metres quadrats. Més del 50 % dels agremiats tenen el taller en propietat i un 42 % desenvolupa el seu treball en un local llogat.
- Un dels aspectes que té a veure amb els nivells de competitivitat de les empreses és el grau d'excel·lència en la gestió. La producció de falles, pel fet de tractar-se d'un sector compost per autònoms, mostra com era previsible una percepció escassa sobre els coneixements relacionats amb la gestió.

En aquestes circumstàncies plantejem tres escenaris possibles de mesures, amb implicacions distintes que es podrien articular per a millorar la competitivitat del Gremi d'Artesans Artistes Fallers. La concreció i el desenvolupament d'aquestes requereixen un procés concertat entre els agents implicats i l'ajuda de suports tècnics que dissenyen la seua materialització en programes i plans específics

### 3. Recomanacions i propostes

A partir de l'anàlisi desenvolupada, des d'ECONCULT s'ha plantejat al Gremi Artesà d'Artistes Fallers una estratègia competitiva sustentada en tres escenaris possibles de millora progressiva.

#### Escenari 1. Accions per a la superació de debilitats

Accions per a mantenir la **demanda** de falles. Atesa la previsible contenció en termes nominals de la demanda a causa de la crisi econòmica es poden plantejar estratègies de fixació de preus mínims i mantenir un cert control en l'increment de l'oferta de mestres fallers. Riscos: aparició de circuits paral·lels d'artistes fallers.

Accions per a diversificar l'oferta. Atés que la demanda de falles es va mantenir en escenaris de contenció, seria bon moment perquè des del Gremi s'emprengueren accions de prospectiva i comercialització sobre demandes relacionades amb altres segments de la producció (escenografia, decorats, estands...). Aquest tipus d'accions es podrien materialitzar des d'una perspectiva proactiva (contractar comercials, campanyes de comercialització conjunta dirigides a segments específics: teatres, fires comercials, productores cinematogràfiques...) o de manera més passiva (com ara la possibilitat d'oferir els serveis agremiats a través de la pàgina web).

Accions per a millorar aspectes parcials del **compte de pèrdues i guanys** (control dels costos financers, cost de vendes a través de compres mancomunades). El compte de pèrdues i guanys mostra algunes possibilitats de millora especialment en l'àmbit del cost de

vendes i altres despeses, mitjançant la compra de materials o serveis mancomunats.

Creació d'un **observatori** i/o una plataforma B2B. La informació es converteix en una variable rellevant per a la presa de decisions empresarials. Un observatori compliria la funció d'aportar informació sobre els nivells globals de demanda, les tendències, la dinàmica dels mercats, etcètera. La plataforma B2B oferiria la possibilitat d'establir contactes directes amb els proveïdors de béns i serveis, i en conseqüència aprofitar promocions, ofertes i millorar la capacitat de negociació a través de la participació conjunta.

Incentius per a l'**agrupació d'artistes fallers** amb l'objectiu d'aconseguir el volum adequat. Promoure a través de microcrèdits (per a pagar els costos de constitució, les inversions menudes requerides, els nous lloguers inicials) la creació d'empreses civils o mercantils que agrupen més d'un mestre faller per a incrementar el volum de producció.

Ampliació dels **serveis gremials** a través de l'explotació eficient dels recursos gremials disponibles. Disseny racional de millores en l'estructura i el funcionament del gremi amb un pla que maximitze tant els recursos materials com els humans, i que possibilita a través de l'obtenció de més recursos l'ampliació de la quantitat i la qualitat de serveis oferits als seus agremiats.

Pla de **formació ad-hoc** en funció de les necessitats percebudes. Els agremiats senten certes necessitats de formació, especialment en l'àmbit de les noves tecnologies i aspectes generals de gerència empresarial.

## Escenari 2. Accions per a posar en valor les fortalezes del Gremi

Ampliació de les **activitats gremials** a través de la creació d'una Oficina per a la Competitivitat i la Innovació, amb funcions gerencials i de captació de fons per a desenvolupar projectes d'R+D+I, propietat intel·lectual, desenvolupament i posada en valor del capital social del Gremi, etcètera. Els continguts d'actuació abraçarien àmbits com ara:

### Mesures fiscals per a incentivar la demanda

Atés que les subvencions lineals sobre la demanda han mostrat una eficàcia limitada i considerant que l'activitat de l'artesanía fallera podria incloure's sense problemes en el catàleg del patrimoni valencià, es podria plantejar sense excessives dificultats tècniques que les aportacions dels particulars per a l'elaboració de monuments fallers foren fiscalment deduïbles com en aquests moments ho és l'aportació per a la recuperació de patrimoni immoble.

### Pla de formació integral

Tant en aspectes relacionats amb la dimensió artística com en l'àmbit de gestió empresarial. A mitjan termini acords de formació semireglada amb les institucions educatives (universitats, formació professional...).

### Projecció social

Impuls a través d'una eficient campanya de comunicació i amb la gestió del Museu de l'Artista Faller o la mateixa activitat professional com a reclam turístic i cultural.

### Pla de reconversió per a la Ciutat de l'Artista Faller

Recerca del suport i el finançament de les administracions públiques de nivell autonòmic i municipal.

## Escenari 3. Accions per a aprofitar les oportunitats de futur

El context d'aquest escenari final és el de la reversió total del funcionament de l'activitat dels artistes fallers i en general de la projecció del sector i el seu **posicionament estratègic** en la definició urbana de la ciutat de València.

Aquest ambició objectiu requereix el liderat del Gremi i la mobilització participada dels agremiats, així com un fort i decidit **suport polític** i financer per part de les administracions implicades en el funcionament del sector.

Les accions en aquest escenari se centrarien en la creació d'un **districte cultural temàtic faller/festiu**.

## Els reptes del col·lectiu d'artistes fallers

**Víctor García Flores**

Cap del Servei d'Artesania de la Conselleria d'Indústria, Comerç i Innovació

**A** partir d'un interessant i complet treball elaborat a instàncies del Gremi Artesà d'Artistes Fallers de València, encaminat a conèixer i diagnosticar la situació actual del sector dels artistes fallers, amb les seues debilitats i fortaleces, i les seues possibles vies de solució a curt, mitjà i llarg termini, com a responsable del Servei d'Artesania de la Conselleria d'Indústria, Comerç i Innovació de la Generalitat Valenciana, he tingut ocasió de comentar part de l'esmentat estudi, fent

especial incidència en els aspectes que fan referència al col·lectiu gremial, el Gremi Artesà d'Artistes Fallers.

Com a primera apreciació, he de comentar que l'estudi en qüestió posa de manifest una sèrie de projectes i actuacions variades i ambicioses, que suposen un repte important per al col·lectiu faller. Este repte, des del meu punt de vista, hauria de ser inspirat, animat i pilotat pel Gremi,

que posseïx ja una estimable estructura i un grau de representativitat important.

A més, estos projectes que s'esbossen en l'estudi tindrien la suficient entitat per a ser considerats molt positivament per l'administració autonòmica, que cada dia és mes procliu a atendre projectes amb una incidència horit-

zontal dins del corresponent sector, tenint en compte a més que per primera vegada el govern autonòmic ha pressupostat fons per a foment del sector artesà, dins dels plans de competitivitat de la indústria valenciana. Sens dubte, este tipus d'actuacions, que podrien ser cofinançades per l'administració (tenint així mateix en compte que la Comunitat Valenciana ha deixat de ser objectiu 1 dins dels programes de la Unió Europea), fa que els futurs exercicis puguen atendre's quasi en exclusiva projectes col·lectius plantejats per associacions professionals que tinguen una àmplia representativitat sectorial.

Des del meu punt de vista, escometre projectes ambiciosos i d'envergadura implicaria avançar en la professionalització del Gremi. Durant molts anys, els bons i ambiciosos projectes que s'han culminat han estat basats en l'esforç del mestre major i la seua junta de govern, que, furtant hores del seu descans o del seu treball, han sabut fer-los tirar avant. No obstant això, crec que ja és necessari abordar la possibilitat d'incorporar-hi un professional, que faça i prepare eixos projectes i treballs, que la junta rectora ha de suggerir i presentar allà on corresponga.

Al llarg de la meua intervenció, també vaig referir-me a dos temes que es plantegen en l'estudi i que estime que són del màxim interès per al sector de l'artista faller, en concret: els drets d'imatge, que poden afectar molt positivament els artistes fallers, i els certificats de qualitat. Estos dos temes em refermen en la idea que s'imposa de manera urgent la professionalització a la qual abans em referia.

Inclús amb les dificultats i els problemes que afecten el sector, crec que, dins de l'artesanía, és una de les activitats que poden mirar el futur amb una acceptable dosi d'optimisme, són conscients dels seus problemes però estan activament en marxa per a afrontar-los i buscar en cada moment solucions adequades.

Fòrums com este en el qual ens trobem contribuïxen molt eficaçment a plantejar temes, reflexionar-hi i, a poc a poc, trobar les mesures mes adequades.



Societat de consum, Miquel Santaaulàlia, Plaça de la Mercè, 1975