

En Ryanair o en rodalies.
La paradoxa de la turistificació fallera

Guillermo Dorado Ortega
Júlia Gomar Pascual

Es tema recurrent, entre les corrents més "crítiques" amb la festa, la preocupació per les conseqüències del nomenament de les Falles com a patrimoni immaterial de la Unesco i de la seua relació directa amb l'augment del turisme a la ciutat. És comprensible que, aquesta situació junt amb les polítiques (o les no-polítiques) que aposten per un model productiu i d'espai urbà destinat a satisfer als visitants, comporten una sèrie de plantejaments i pors per als locals que, de vegades, se senten abandonats i poc representats per les seues institucions o per les "reconegudes" festes. La por a la inexorable turistificació de la festa es produeix, a més, en un context social de tradicional incomunicació i desconfiança entre els crítics amb el món faller i els seus principals valedors. La forta institucionalització de les Falles com a la festa "representativa" de la ciutat -o del valencianisme temperamental- ha contribuït a la seua impermeabilitat davant altres sensibilitats socials i a l'abandament d'una part de la societat d'ocupar espais centrals en la festa.

En aquest panorama, la transformació de les Falles cap al producte turístic complet no és tant una irrupció externa, com l'evolució "lògica" d'una festa que pels seus trets interns encaixa, i bastant bé, en els requisits d'un producte turístic.

Aquest producte turístic es basa en dos atributs fonamentals com són l'actitud passivo-contemplativa dels productes de la festa i un model d'oci alliberat de la censura cívica. L'actitud passivo-contemplativa té en el Monument, el seu millor exemple: espais buits de contingut destinats a la selfie com a forma màxima d'aproximació. No hi ha interacció i la forma de viure la festa és des de l'observació i la participació en les activitats destinades a gent que no forma part de les comissions falleres. Apareixen espais per a locals i per a visitants, el que divideix l'espai públic entre llocs "on pots estar" i llocs "que no et corresponen" en un ball de llocs públics privatitzats -carpes-extensió dels Casals- i d'altres deliberadament generats per rebre a la massa turística en concerts i orquestres.

El segon component del pack turístic complet és el que ofereix una ciutat d'oci alliberat al més pur estil de les "ciutats sense llei" de les pel·lícules de vaquers. Aquest alliberament social, potencialment atractiu per a generar espais efímers de convivència als carrers, es redueix a un ús excessivament privatiu i individualista de la ciutat. Com si es tractés d'un West World a la valenciana no hi ha conseqüències visibles de les conductes irresponsables o incíviques. Un espai on s'entén que qualsevol actitud està justificada i els veïns accepten el "xip" faller que converteix en cinc dies, l'excepció en normalitat.

Aquest producte turístic és consumit, a més, per diversos tipus d'actors. Generalitzant, distingim diverses formes de viure les festes al cap i casal. Per una banda, trobem als fallers organitzats, membres d'alguna comissió al voltant de la qual gira la seua concepció i programació de la festa. Aquest perfil s'implica en les festes i assumeix la responsabilitat de pertànyer a una comunitat, almenys, de cara a la seua Falla. No sembla habitual que aquesta responsabilitat excedeixca les portes del casal corresponent i vaja més enllà, almenys en el que a espai públic i convivència veïnal respecta.

Per una altra, trobem a aquelles persones que es declaren contraries a la festa i prefereixen, sovint, no participar d'ella i aprofitar aquests dies per a fer un viatge i fugir de la ciutat fallera. Aquestes persones no s'impliquen en la festa ni participen de la seua vivència ni observació.

Per últim, trobem a aquelles persones que viuen la festa des del que nosaltres anomenem "actitud turista". Aquesta forma de viure-les no està lligada al seu lloc de procedència ni als kilòmetres que recorreguen per a arribar a la plaça de l'Ajuntament. Per a ser turista faller dona igual que vingues en Rodalies o en Ryanair. És una de les més esteses entre els habitants de la ciutat i consisteix en la contemplació dels resultats fallers des de l'altre costat de la tanca. Amb planificació dels punts imprescindibles a visitar, es fan piruetes de peregrinatge per les falles, bé siga el tema elegit "secció especial", "falles premiades" o... "falles experimentals". A més, s'ha de fer açò de forma àgil per a arribar a la una a l'Ajuntament i agafar lloc per a la mascletà, parar en els llocs emblemàtics per a menjar bunyols.

Aquesta "protocolització" de la forma de viure els diferents dies de festes, recorda als espais d'hotel amb animació i pensió completa, als parcs temàtics, a les llistes de "10 imprescindibles de la capital europea..." Productes dissenyats en packs per a viure "l'experiència fallera" i tornar després a la normalitat sense la necessitat d'incrementar el nivell d'implicació pròpia amb la festa.

Aquesta "actitud turista" que associem a una forma únicament contemplativa de viure l'espai públic, l'escassa implicació i responsabilitat en el medi i una protocolització de valors i criteris, no son solament els símptomes d'una forma de viure les falles, si no també d'una forma de viure la ciutat en els dies sense nom.

L'increment del "valor turístic" de la ciutat potència les conseqüències d'un procés de "fallerització" urbana, on, tan fallers com no fallers, som responsables.

La tematització dels barris, el peregrinatge conductiu i la buidor de contingut crític i reflexiu no solament ens afecta com a participants de la festa, sinó que també genera uns referents de ciutat que obliguen a veïns i veïnes a continuar sent mers espectadors de la vida en comú a continuar sent turistes dels seus propis carrers.

