

BIG-BEN, FARAÒNICA I RURAL

La «disco» més gran

La discoteca més gran i amb més públic no és ni a la costa ni a cap capital. El complex Big-Ben s'aixeca al cor del Pla d'Urgell. Negoci en expansió, constitueix un monumental centre d'oci i de festeig.

Jordi Pascual Saüc

Just al mig del Pla d'Urgell, estra-tègicament situada vora la carretera N-II, que uneix Barcelona amb Lleida, a l'entrada de Mollerussa, s'alça imponent la més gran de les discoteques dels Països Catalans; du per nom Big-Ben. De fet, no és solament una macrodiscoteca, sinó tot un complex preparat per reunir cada cap de setmana prop de deu mil ociosos amb ganes de distreure's i oblidar per unes hores els majdecaps diaris. A diferència de les sales de festa de la costa, Big-Ben manté aquesta àmplia clientela al llarg de tot l'any. No sense raó, l'activista i escriptor d'Arbeca, Vidal i Vidal, s'hi ha referit com «droga que crea addicció».

L'àrea d'influència de la macrodiscoteca i sala de festes Big-Ben s'estén més enllà de la comarca natural que té com a centre geogràfic Mollerussa. Atreu públic de pràcticament totes les comarques de Lleida, a més de captar clients més enllà de les Terres de Ponent. Fins i tot no és gens estrany

trobar-hi un diumenge a la tarda colles d'amics que s'hi desplacen des de Barcelona o Andorra, expressament o aprofitant que tenen família a les rodalies.

Havent-hi com hi ha discoteques a cada vila pròxima —a Bellpuig, a Tàrrrega, a Agramunt, a Balaguer i, no cal dir-ho, a Lleida—, el creixement i l'acceptació experimentats per Big-Ben en onze anys poden ser qualificats d'extraordinari èxit empresarial en temps de crisi i d'autèntic fenomen de masses localitzat.

El març de 1976, quan Enric Fontanals, els germans Corredera i Joan Miquel crearen Foncomi, S.A. i obriren al públic la discoteca Big-Ben, la superfície construïda ben just arribava als 1.400 metres quadrats, si fa no fa com altres sales de la zona. Actualment, el complex consta d'una discoteca de quatre pistes separades, una sala de festes, una sala de jocs, un restaurant i una cafeteria. En total, prop de 9.000 metres quadrats de locals (sense comptar les extenses esplanades del voltant i que funcionen com a aparcaments). Precisament, els responsables de l'em-



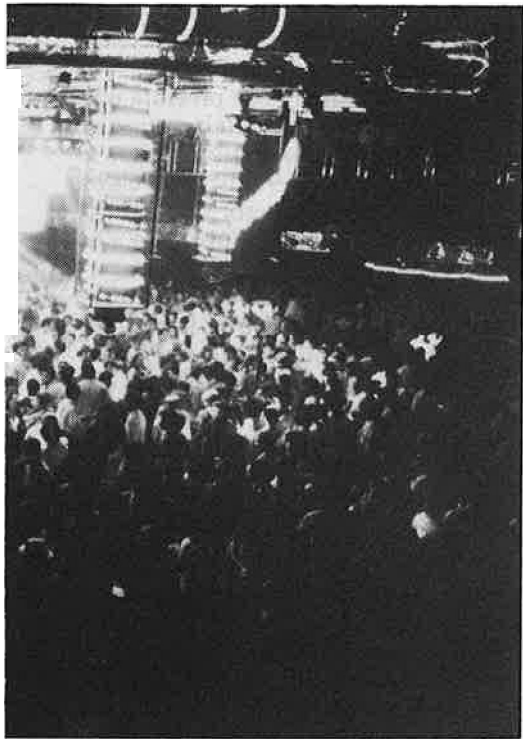
presa expliquen l'alt nivell d'assistència assolit per la magnitud i la varietat de l'oferta. «Des del primer moment, es va tenir en compte la diferència de públics; avui abracem des del xicot que comença a entrar a la discoteca, fins als matrimonis de cinquanta o seixanta anys que disfruten ballant un pas-doble», afirma Josep Maria Tudela, responsable del so i la il·luminació de tot el recinte des de la seva inauguració. No obstant això, els congregats les nits del dissabte i els diumenges a la tarda a la macrodiscoteca són, en la seva gran majoria, jovent. No debades, la pista més espectacular per la seva grandària (1.400 metres quadrats de sòl) i la seva enlluernant luminotècnia, és destinada a la música més rabiosament «disco» i a actuacions de conjunts de moda.

Centre transcomarcal de festeig

Però no tan sols la música i la ballaruga motiven els incondicionals del Big-Ben. Una colla de barcelonins, sorpresos a punt d'entrar a aquesta immensa ciutat de l'esplai, s'expressaven així: «A part que cadascú hi té la seva zona —nosaltres, per cert, la tenim perfectament dominada—, la relació no és tan freda com a Barcelona; fins i tot acabes coneixent els bàrmans». Efectivament, la reunió els dies festius a les immenses sales i passadissos d'aquest complex permet prolongar els contactes que els i les joves dels distints pobles han establert entre setmana. A dins, cadascú ocupa, però, la corres-



Els joves fan servir la discoteca per a defugir la tafaneria local.



ponent parcel·la de domini, difícilment variable d'altra banda. «No és que sigui el millor lloc de relació i diversió que hi pugui haver —afegeix una noia d'uns vint anys, menys entusiasta per la discoteca en qüestió—, però té l'avantatge que és gran i hi cap molta gent. Passejant-hi sempre trobaràs algú conegut o interessant». Paradoxalment, el mateix èxit de la discoteca Big-Ben, que es reflecteix en els seus interiors abarrotats, fa impossible de transitar-hi fluidament i fa costós fer-se amb un metre quadrat ballable.

Amb tot, el reclam més efectiu que ofereix aquest fabulós muntatge de la recreació és, a ulls del consumidor, l'àmplia perspectiva de festeig. Entre rialles i certament engrescats, els quatre barcelonins citats adés, no s'estaven de qualificar les pageses de «més fàcils que les de capital», «sobretot si hi ha mala collita», afegia un amb aquell punt de prepotència de què tenen fama els de Barcelona aquí a Ponent. D'una manera menys grollera i més metafòrica, en el seu recent llibre *Les rutes de Ponent*, Vidal i Vidal fa al·lusió al tema quan escriu que el Big-Ben «s'ha endut la palma a l'hora d'explotar econòmicament el desassossec inherent al celibat forçós i la set extraordinària que sembla consubstancial a aquest estat civil».

Promoure amb vista

Des d'un punt de vista empresarial, la consolidació i el creixement constant del complex Big-Ben s'explica a partir d'una política de promoció gens espectacular i, en canvi, molt efectiva, i una ampliació i renovació ininterrompudes tant dels locals com dels recursos més efectistes (raig-làser, vídeo gegant, etc.). La línia de promoció seguida per Foncomi, SA, societat propietària de l'esmentat complex, ha consistit en una exemplar incidència en el medi on havia d'arrelar la «casa Big-Ben».

Lluny d'efectuar una propaganda desmesurada, l'esforç publicitari ha pres la forma d'«acció social», amb un enfocament molt concret: patrocini de clubs i campionats esportius, i col·la-

boració amb entitats i aplecs sardanistes, bàsicament. Un exemple del principal tipus de promoció que ha mantingut l'empresa des de l'inici: el Big-Ben és soci de gairebé tots els equips de futbol —esport més practicat i amb més tradició— de la província de Lleida. En el restaurant de la casa són habituals els sopars i les celebracions relacionades amb el món futbolístic. En aquest mateix sentit de publicitat indirecta, de creació d'un estat d'opinió favorable, cada any l'empresa dedica un dia als jubilats per tal de fer conèixer als padrins de la comarca el Big-Ben, del qual tant parlen els seus fills i els seus néts. Josep Maria Tudela, que es declara «bigbenista», no amaga la finalitat de tal ocasió: «Es tracta que les persones de la tercera edat vegin que la nostra discoteca no és cap món de fantasmes on tothom va a l'ample; és la millor publicitat perquè diuen als seus néts 'sí, fills, aneu-hi que s'hi està molt bé, que és molt maco'».

També tenen finalitat publicitària les actuacions de grups actuals, ja que acostumen a ser deficitàries. Aquests concerts no traeixen, d'altra banda, la política de preus relativament baixos que segueix l'empresa. Així, la clientela del Big-Ben ha pogut presenciar recentment bandes internacionals de moda com The Communards per 1.200 ptes o Immaculate Fools per només 800.

Negoci en expansió

L'expansió de la discoteca Big-Ben no s'ha reduït, però, a assolir el lide-



9.000 metres quadrats de locals per a totes les edats.

rat indiscutible en els negocis del ram. La meitat dels propietaris inicials de Foncomi, SA, esperonats per l'èxit econòmic de la primera empresa, han construït una xarxa de discoteques al País Valencià. En concret, els germans Corredera, a través d'Espece són amos a Benidorm de Star-Light, Star-Nuit, Nombor One i Star-Garden, i a Alcoi, de Moonlight i Buho. Cap d'elles no té les dimensions de Big-Ben, però Star-Garden compta amb uns gens menyspreables 4.500 metres quadrats de superfície total. De fet, les discoteques de la costa —i les d'una població eminentment turística com Benidorm, encara més— són difícilment comparables amb un local instal·lat a l'interior i en una zona rural.

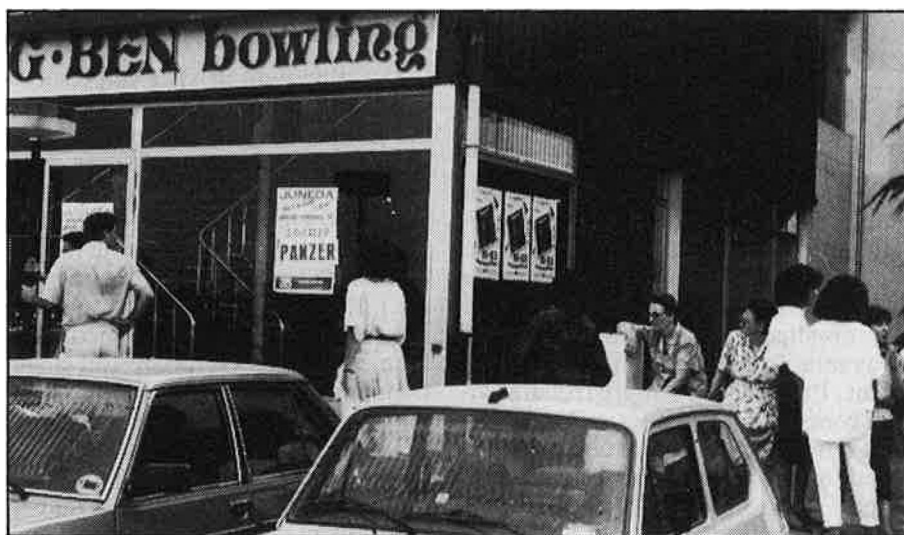
Robert Serentill, gerent de Foncomi, SA, i ex-assessor d'activitats d'Espece, assegura que «les discoteques de Benidorm són, al capdavant, més rendibles: funcionen cinc o sis mesos intensament, de manera que s'abarateixen costos de personal i, en canvi, els preus són molt més elevats». Per una sessió a Star-Light es pot arribar a cobrar 1.500 ptes. d'entrada, mentre a Big-Ben no se sol passar de 800, segons el mateix gerent. Amb tot, cal relativitzar aquesta contrastació. Si bé l'empresa de Ponent té uns vint-i-cinc empleats fixos i fins a cent-quaranta d'eventuals els caps de setmana, convé no oblidar que les sales d'aquesta «disco» gegant poden permetre recaptar les entrades corresponents a cinc mil assistents en una sola sessió.

Una altra dada a favor de Foncomi, SA, pel que fa a rendibilitat econòmica: l'edifici de Big-Ben, encara que a l'entrada de Mollerussa, es troba en terme municipal de Golmés, poble que no arriba als mil tres-cents habitants; l'impost de contribució urbanística és, per tant, més baix que si s'hagués d'adreçar a l'ajuntament de la primera ciutat, de vora deu mil vilatans. Però els responsables de la gestió d'un negoci de tanta magnitud fan el desentès a l'hora de facilitar qualsevol xifra per vaga que sigui. Ara fa dos anys, un portaveu de l'empresa minimitzava la qüestió amb aquestes paraules: «Les reformes i les instal·lacions són molt costoses. El rendiment és important, però quan ho tens tot amortitzat, has de tornar a reformar a causa de les destrosses i al canvi de modes» (Revista *L'Imprès*, nm. 15).

Discoteca rural

Trobar un local de les dimensions i les característiques del Big-Ben és di-

fícilment imaginable en una gran ciutat. Referent a això, el gerent Robert Serentill creu que «el veritable fenomen sociològic de la discoteca Big-Ben consisteix en el fet que s'hi poden divertir públics de quasi totes les edats i això és possible per la manera de ser de la gent d'aquesta zona». Un observador més allunyat, Joan Solé, membre de l'entitat cultural de Mollerussa Ateneu Mascançà, analitza del fenomen un aspecte gairebé oposat: «Per entendre la gran afluència al Big-Ben de jovent de pobles d'un ampli entorn, no s'ha d'oblidar que es tracta d'una zona rural amb el corresponent ambient repressiu». Segons aquesta interpretació, l'enormitat del complex Big-Ben permet unes relacions molt més anònimes, si més no respecte als familiars i veïns.



A més de la discoteca, el complex compta amb sala de festes, sala de jocs, restaurant i cafeteria.

Finalment, un propietari del negoci reduïa la qüestió al fet que «hem recaptat la necessitat de la gent de sortir del poble a causa de la manca d'ofertes».

D'altra banda, cal relacionar el «fenomen Big-Ben» amb el relançament que ha viscut Mollerussa els últims temps. Sempre amb el poder que suposa ser centre administrador del Canal d'Urgell, principal font de riquesa de la zona, aquesta ciutat s'ha convertit darrerament en centre industrial i comercial de la comarca natural d'el Pla d'Urgell. Abans de l'aprovació de la Llei d'Ordenació Territorial, quinze d'aquesta àrea emprengueren diferents accions per sol·licitar de constituir-se en comarca oficial.

Mollerussa reclama ara insistentment la capitalitat política d'una zona de la qual és centre comercial i, molt especialment, capital de l'oci. Sens dubte, el sector que més vida dona a la ciutat és el constituït per una espessa xarxa de restaurants, bars, pubs i es-

tabliments similars. El Big-Ben n'és la punta de llança i alhora el complex més espectacular.

Per contra, Mollerussa presenta una escassa vitalitat pel que fa a entitats i empreses de l'àmbit cultural. Més, si ho comparem amb el nostre de clubs esportius o amb el sector de l'oci esmentat. Com a indicatiu d'això, no s'hi edita cap periòdic escrit, quan en pobles petits dels voltants proliferen revistes locals. Un membre del Grup Teatre de Butxaca, Miquel Gaia, lamentava la manca de participació en aquesta iniciativa: «Actualment, som set que empenyem la companyia, ben just fem Els Pastorets i una altra representació a l'any; això s'acaba, i quan penso que al Big-Ben no hi cabem!». Joan Soler, de l'Ateneu Mas-

cança, entitat que dirigeix l'emissora comarcal Ràdio Ponent, analitzava més fredament les implicacions de l'extraordinari creixement de la Mollerussa «nocturna» i, en concret, el fenomen Big-Ben. «M'ho miro —diu Joan Soler— des de dos punts de vista diferents: d'una banda, vulguis o no, significa una polarització molt forta de la gent i, per això, té un efecte de fre sobre la possible dedicació a d'altres centres d'esplai; en canvi, fent una anàlisi de tipus sociològic, el Big-Ben permet un augment de les relacions entre gent de diferents pobles de la comarca; nosaltres mateixos, de joves, parlàvem de política i de projectes culturals a la bolera del Big-Ben».

Contradictòria i tot, la discoteca i gran complex del passat temps Big-Ben és, sobretot, l'èxit econòmic de quatre socis amb olfacte empresarial i la fascinació del jovent del camp de Ponent per aquesta faraònica ciutat de la distracció i el festeig. H