

Cervells i mestres amagats sota el marasme nocturn

Els amos de la nit valenciana

L'hoteleria nocturna del País Valencià té uns protagonistes, unes cares i uns cognoms, que han fet d'aquest negoci una màquina imparable de convulsió, polèmica i de beneficis.

Com tot espectacle de titelles, el món de la nit té titelles, titellaires i molts, molts fils. Quan arriba mitjanit, sota la capa estel·lar comença un gran circ urbà. Un espectacle alternatiu del món metòdic de les notes diürnes. Un guinyol muntat sobre el mateix escenari, però en espais distints. És l'hora de l'acció per a una casta especial d'executius, gerents i empresaris, preparats perquè l'oci genere diners. Són els propietaris, directors i relacions públiques dels locals nocturns. Els *pubs* i, molt especialment, les discoteques són al País Valencià un *modus vivendi* importantíssim, tant per als treballadors i propietaris com per als clients. Sobretot a València, on la influència de les discoteques ha ultrapassat tots els límits imaginables i on el prestigi social de directius i propietaris és considerable.

LA TERRA DE LES MIL DANSES

Més enllà del bé i del mal, hi ha València. Des de les principals ciutats del país es preparen autobusos per a passar caps de setmana, amb el circuit horari més llarg imaginable, a les sales valencianes. Als imperis lúdics més famosos, hi punxen cíclicament un munt d'electromúsica de ball, feta al cap i casal valencià. València –millor dit, la popularització de la manera d'entendre la festa de molts valencians, que acudeixen a consumir el seu oci en locals que obren més de dotze hores seguides, a ritme frenètic de música tecnificada i molt comercial–, ha convulsionat les nits de l'estat espanyol. I ha fet tremolar la burocràcia política. Mentre la qüestió horària era un problema que solament afectava una clientela minoritària i extravagant –durant gran part dels vuitanta–, el poder no en féu gens de cas. Però quan milers de joves –ja en els noranta–, molts d'ells ben normals i de



bona família, han començat a tornar a casa passat diumenge a migdia, o han passat fora el cap de setmana sencer, saltant de discoteca en discoteca ininterrompudament, les forces públiques municipals han provat de tallar el fenomen. Però ni les amenaces, ni les molèsties a la clientela o als empresaris no han aconseguit que les discoteques més populars acataren uns horaris considerats obsolets per una gran part dels que transiten pels laberints nocturns.

A València podem parlar generosament de l'existència d'una classe empresarial que treballa el crepuscle matinal. El prestigi social d'alguns d'aquests propietaris i executius, com ara Barrachina, Ruiz, Pizcueta, Simó, va més lluny del seu cercle, o de la seua funció intrínseca dins el negoci, i el so d'alguns noms provoca enveja i recel.

Tot i que la fama de *València, la nit*

vaja lligada als "astres nous", hi ha un sector important que defensa la tradició. Per mèrits propis, es destaca Jesús Barrachina. Elegant "home de la nit" a l'antiga, *bon vivant* de pro i VIP per excel·lència, el cognom Barrachina va lligat inseparablement a l'hoteleria valenciana, tant diürna com nocturna. Del nostre home, la gent en coneix més els Rolls i la seua presència en les fotos de rigor al costat de l'alta societat que no ell mateix. És un dels casos en què el cognom desvetlla somnis de diners i ritme de vida esplendorosa.

Siga com siga, Jesús Barrachina és un home extraordinàriament afable, que ha optat per allunyar-se de la nit i d'assenotar-se en els seus negocis de dia. Encara que, segons ell, la nit siga el seu mitjà natural d'acció. Va aixecar Le Privé, Mr. Chus, Suso's i Colom d'Or, llocs tradicionals i de rànquia distinció, on servien co-



Puzzle s'ha convertit en l'after-hour valencià per excel·lència.

RAFA GI

corbata. En aquests moments, és part activa de Mr.Chus i Època. Encara que preferisca les copes de *qualité* a l'estil Barrachina, ha sabut adaptar-se als temps. Adorador del seu treball, reconeix que "València disposa de massa oferta. No hi ha tanta gent per a omplir tants de llocs". Confessa que s'estima més el "client de nòmina". "Vull dir, el que té una bona faena i que sap comportar-se, beure i gastar. D'altra banda, els costums fan llei, i la gent no vol seure i que se li acoste un cambrer amb les copes. Vol ballar, moure's i menys cerimònies".

Saiz és responsable de la nova etapa del discopub Època, i està envoltat de gent benpensant d'acurada aparença (per exemple, els fills de Jesús Barrachina, encarregats del relleu generacional), de joves treballadors selectius per a atraure un jove públic triat, sempre dins les tendències estètiques convencionals i edulcorades.

En una ona acurada i cosmopolita, trobem Distrito 10. Encara que Carles Llobet siga el nom empresarial més conegut vinculat a Distrito, Santi Martínez, ajudant de direcció, és l'encarregat de prémer més directament totes les tecles perquè funcione la discoteca més luxosa de València. Ell insisteix en les grans inversions que comporta un negoci com aquest, i la complexitat de tirar-lo endavant. Tot açò, tenint en compte que Distrito 10 és un gran edifici amb decoració *high-tech*, *gogós* espectaculars (algunes d'elles portades del famosíssim Pachà eivissenc) i efectes visuals aparatosos. La paradoxa del local és que ofereix copes



pes de qualitat a parelles acomodades sota els malucs d'un cantant melòdic o arran d'un piano embadalidor. "Tot açò s'ha acabat -diu Barrachina-. La gent ja no ho aprecia i s'estima més estar-se dempeus, patint calor i trepitjades. Allò era tot un procés de lligar, de captivar la persona elegida. Ara les coses són més directes i no fa falta tant d'ornament. Jo afalagava el client tenint en compte que aquests llocs eren petits: els serveis múltiples (molts cambrers atenent, copes servides exquisidament), no eren rendibles. Altra gent posada més al dia que jo ha optat per espais més amplis i altres tipus d'enfocament: s'ha oblidat allò de tres clients que gasten 10.000 ptes. i n'ha preferit 3.000 que gasten 100 ptes". Barrachina manté Colom d'Or ("per a matar el cuquet") i ha traspassat els altres locals.

Però les nits de falles continuen sent seues amb So Nelo, un luxós parador

amb actuacions, dels de vestir esmòquing i contemplar les estrelles més lluentes: So Nelo és una increïble inversió per a uns pocs dies. "Jo mai no deixaré de creure en un tracte molt delicat al client, perquè açò és el que crec que s'ha de fer. Per desgràcia, els temps no van per aquí i, per dolç que siga allò que ofereixes i per molt bones actuacions, és difícil de captar gent." És clar, les maneres delicades i el luxe volen dir un preu alt, i la crisi que assola el país empeny a la recerca d'un oci més assequible. El sibarisme va a mal borràs, i segons Barrachina "no és un bon negoci".

ADAPTAR-SE ALS NOUS TEMPS

Jesús Saiz és un altre habitual de les cròniques de societat. Empresari i relacions públiques de *nivell*, sempre ha estat vinculat a llocs de clientela d'americana i



Vicent Pizcueta dirigeix Barraca.

RAFA GI



Carles Simó, propietari de Puzzle.

RAFA GIL

d'alt nivell, quan és un indret de grans dimensions –tradicionalment associats a una clientela popular–. Però, ja sols per l'enclavament, una zona urbanística de preus molt alts, la discoteca té adherida una impressió d'exclusivitat. Realment, Distrito recull en les seues sessions molts cadells de família adinerada.

Per la seua banda, Martínez és responsable d'adequar constantment la sala a les diverses modes, "sempre sota un segell personal", i sap que la discoteca ha enlluernat moltes noves generacions que hi acudeixen a la vesprada: "Açò no és diferent d'una empresa qualsevol. Treballes de dia i de nit. Fins i tot, els càrrecs i departaments són pareguts als d'una empresa". Hi notem així una professionalitat emergida de la València dels vuitanta. Abans, ningú no es plantejava de treballar de nit a tall d'executiu. Aquesta empremta tecnocràtica ha donat serietat i rendibilitat a la nit valenciana. Fins i tot hi ha associacions d'empresaris nocturns, una mena de patronal particular.

LA SENDA DELS ELEFANTS

Deixant la cara de la lluna més o menys convencional, endinsem-nos en el vertiginós *maëlstrom* que ha fet dels caps de setmana valencians un mite hedonista reconegut. És la "ruta Destroy", en paraules estandarditzades, una senda que porta els qui la fan d'un local a un altre fins al cementeri d'elefants que és el dimarts (recordem que a València discoteques com Zona, N.O.D. o Acción obren el dilluns). Locals com Chocolate, dirigits per Artemio, Vicent Val i Carles Fornàs; Spook Factory, de Bernardino Solís; ACTV, de Xulio Andújar; Barraca, amb Vicent Pizcueta; Puzzle, de Carles Simó; o N.O.D., de Climent Martínez, componen aquest mapa per als més atrevits.

Moltes d'aquestes sales foren excepcionalment avantguardistes temps enrere. Avui la força dels temps i la recerca de l'augment de beneficis momentanis, les ha llevades del pedestal, i les ha trans-

formades de temples de culte en cita ociosa multitudinària. El públic actual és nombrós i amb unes necessitats musicals distintes de les del client exigent d'antany. Per alguns, la música electrònica de ball que rebruny en l'actualitat a les orelles de la nova clientela d'aquestes sales és una vulgarització total d'allò que havia estat la nit valenciana. Per *disc-jockeys* i empresararis, és una simple adequació als nous gustos, al present i a la nova clientela valenciana. Pura estratègia mercantil. I els millors estratègics d'aquest corrent són Pizcueta i Carles Simó.

Vicent Pizcueta és un dels fetillers i líders d'opinió que s'amaguen en la fosca d'aquest tipus de nit. Com un Frankenstein empresarial, dóna vida a discoteques finades. Ell mateix se sorprèn que el tracten de "don" –"que poc considerat és el prestigi social perquè els simples propietaris i directors de sales se'n beneficien", ens diu–, i està entestat en una normalització de l'habitual escàndol que envolta els locals valencians com els esmentats més amunt.

Escàndol relacionat normalment amb les extralimitacions horàries (Heaven i Puzzle, per exemple, tanquen diumenge, passades les tres del migdia; l'última torna a obrir el diumenge a la nit fins dilluns al matí) i amb l'acusació d'alguns sectors que la droga forma normalment

part de les nits d'aquestes discoteques: "Sóc conscient –diu Pizcueta– que la droga és la bèstia negra, no de la nostra nit, sinó de qualsevol nit en qualsevol ciutat. Però, és clar, qui en pren és perquè vol. Quant a nosaltres, venem alcohol i diversió neta, simple i sana. Fora hipocresies, la droga és un aspecte perillós de la nit. Ja dic, de qualsevol nit. I la gent ha de ser ben conscient d'açò".

Pizcueta dirigeix dos locals clau que formen part d'aquesta ruta enormement popular, integrada per grans discoteques, situades fora del nucli urbà, amb sessions de cap de setmana que poden acollir més de 10.000 persones. El primer d'ells, Barraca, acollia als primers vuitanta l'elit artística i *underground*, seduïda per les avantguardes, de Valèn-

cia. Avui és un incansable partenó d'electricitat per a un públic majoritari. L'altra és Heaven, sala recent amb programació *after-hour*. Vicent creu que ell i altres com ell "tenim una responsabilitat de cara a la joventut. Els joves vesteixen com en les discoteques, xalen a les discoteques, s'identifiquen amb els seus símbols... No podem prescindir de tot açò. Hem d'advertir-los que la nit té una zona perillosa" (allò de la droga i de la pèrdua de personalitat i mites d'alguns joves febles psíquicament, per exemple).

Aquest paternalisme és, com el perso-



La nit valenciana és plena de sorpreses.

RAFA GIL



Des de les principals ciutats del país es preparen autobusos per a passar caps de setmana a les sales valencianes. En la foto, Tropical.

RAFA GIL

natge, inusual. Pizcueta va revolucionar els mètodes publicitaris en ús i va optar per campanyes expansives de promoció. Escriu en publicacions locals, té aspiracions promocionals multimèdials. Com molts, insisteix en les innombrables despeses del negoci en qüestió: "Els beneficis bruts són grans. Però, els nets són molt menors. S'ha de tenir en compte que una discoteca com les que dirigesc té moltes més despeses que una de convencional: despeses increïbles en disseny i publicitat, en animadores, en discs, en so, en relacions públiques i promoció, adequar el pàrquing...". La personalitat de Pizcueta el duu a vincular-se a projectes inusuals —és un dels fomentadors del so de València, del qual ja parlarem en el núm. 428 d'EL TEMPS—.

Cansat del món de les discoteques —"la vida privada es converteix en un infern, en una prolongació de la faena; no és fa-



València té una gran i variada infraestructura quant a sales nocturnes d'esbarjo. En la foto, Picasso. RAFA GIL



Santi Martínez, ajudant de direcció de Distrito 10. RAFA GIL

cil d'aguantar"—, manifesta fins i tot inquietuds polítiques independents, "perquè ningú no està més a prop dels joves que nosaltres.". Preocupat per la relació amb el poder polític, "que té concepcions horàries d'oci totalment desfades, acaba detallant el crack de locals valencians —"víctimes de la proliferació sense mesura de l'oferta", de la poca professionalitat i de manca de *savoir faire*—, i recomanant el 003 de Sueca com un "ajuntament exemplar per a l'hora d'entendre les relacions poder-oci nocturn".

D'un reanimador del sector de serveis, d'un insuflador de vida a les empreses raquíiques, passem a una llegenda viva i activa. Carles Simó fou durant molts anys la pedra angular, l'arbre d'on brotaren les branques del "Festival Valencià".

Una gran part dels vuitanta estigué marcada pel rumb que, com a capità del vaixell pirata Barraca, va senyar modes i contracultura autòctones. A principi de la passada dècada, Barraca aglutinava tot de tribus urbanes i gent diversa, cansada de convencions, que buscava noves experiències. Més tard, Carles, amb el pub Barracabar, molt ben regit, va establir "l'oci d'acció", és a dir, eixir de nit, però veure alguna cosa: sentir la música de Jorge Alvi, assistir a perfoances i *happenings*, etc. En aquells anys, a mitja dècada, Simó va ser denunciat per 300 persones quan decidí d'enviar als seus clients una carta advertint-los poèticament que serien víctimes d'una persecució maniàtica. Finalment, es tractava d'una invitació a una festa del terror: "Recordo que vaig haver de donar explicacions públiques a la TV. Preparàvem per aquell temps una festa sideral en què pensàvem enviar cartes a les autoritats fent creure que érem extraterrestres i duent a bon terme una aparició al Il·lit del Túria. És clar, el resultat de les cartes de la festa del terror ens va llevar la idea del cap".

Aquest episodi efervescent, no obsta perquè Carles siga un home pragmàtic, que ha sabut adaptar-se als temps. En l'actualitat, juntament amb Enric Puchades, sempitern company de lluita, i altres socis és propietari de Puzzle, l'*after-hour* valencià per excel·lència, brutal competència de la veïna Barraca. Contradiccions del destí.

Simó sap molt bé que els temps d'avantguarda a les discoteques valencianes

és pretèrit: "Allò pertany al record. Al més entranyable i vell, però record al cap i a la fi. La gent actual vol diversió *light*, sense plantejaments culturals o existencialistes, i és el que li donem". D'ençà de Puzzle, Simó ha mirat de potenciar el *glamour* i el color en l'estètica de la clientela i del local, sota els ritmes d'una música encaramelada que bamboleja d'un estil a un altre, i que té sempre present els gustos actuals. Reconeix que les relacions clientela-guardies de seguretats de les sales és delicada i conflictiva, "pel caràcter d'uns i altres i per les moltes hores seguides de faena. Al guarda que tracta amb violència un client, li donem vacances per un temps. Des de la direcció, poc més podem fer".

Carles, supervivent d'ones i modes, *self made man* que va començar de cambrer i que ha arribat al cim més alt de la professió, ens diu: "Aquesta és una empresa com una altra, amb molts inconvenients i un avantatge: Ací cobrem en efectiu. No hi ha ni lletres ni xecs". Els vicis també són molt grans: "Has de voltar-te constantment de gent jove que connecte amb les generacions actuals. Aquesta reconversió contínua és especialment important. A més, nosaltres venem festa, un article totalment prescindible quan la situació econòmica és dolenta".

Però la festa continua venent-se per més que amenace crisi. La nit valenciana continuarà sent l'única nit que, quan se'n va, no s'acaba. Els seus amos estan preparats per a no defraudar ningú.

Joan Manuel Oleaque