



EFE

Bunyol va commemorar la setmana passada l'edició que fa setanta de la seua Tomatina i ho va fer amb un nou rècord: des dels sis camions que van recórrer els principals carrers d'aquest municipi es van llançar en menys d'una hora 150.000 quilos de tomaques, 10.000 més que en l'edició precedent. Un any més, la munició roja va empastifar aquest municipi de la Foia de Bunyol, que compta amb 10.000 habitants i que s'ha fet mundialment famosa gràcies a aquest ritual festiu que van iniciar d'una forma accidental un grup de joves l'any 1945. Enguany, fins a 22.000 participants van aplegar-se als carrers en una lluita on es poden escoltar tota mena d'accents: britànics, japonesos, indis, australians i americans; en aquest ordre, eren les nacionalitats més presents en la Tomatina 2015.

Si la procedència dels turistes és coneguda és, sobretot, perquè des de fa tres

edicions en aquest ritual festiu només hi poden participar els nadius i aquells que han comprat alguna de les 22.000 entrades que, a 10 euros per cap, l'Ajuntament posa a la venda a través d'una empresa privada. L'any 2013 l'equip de govern es va veure obligat a introduir restriccions a l'accés a les vies públiques on se celebra la batalla a la vista de la gernació que s'hi congregava. L'any precedent prop de 50.000 ànimes de fora del poble s'havien reunit en una desfilada que no fa ni un quilòmetre de llargària. La projecció internacional assolida per una festa que ha aconseguit ser portada del *Washington Post* i decorat de tota mena de pel·lícules i anuncis havien convertit Bunyol en la destinació de milers de joves procedents de tots els punts del planeta. Aquella acumulació de persones va fer encara més evident allò que, des de feia temps, neguitejava els veïns: que la Tomatina s'havia sobredimensionat fins un punt

que resultava insostenible. El risc de morir d'èxit hi planava. "Era evident que la festa s'havia de repensar –explica la bunyolera Reyes Matamales–. Al marge de que els d'ací no en podíem gaudir com abans, l'excés de gent comportava greus riscos de seguretat, problemes logístics i de prestació de serveis". Amb un deute reconegut de 4,2 milions d'euros l'any 2012, el consistori, governat aleshores per Esquerra Unida, PSPV i Izquierda Alternativa, va decidir limitar-hi l'aforament i cobrar 10 euros d'entrada, cedint-ne la gestió a una empresa privada. Els bunyolers, és clar, podien accedir-hi lliurement. Del que es tractava era de recuperar la festa per als bunyolers i, sobretot, cobrir part de la despesa que, cada agost, havia de fer l'Ajuntament per pagar tot l'embalum: 140.000 euros, amb els quals es pagaven les tones de tomaques, però també els dispositius de seguretat i de sanitat i la neteja posterior a la desfilada.



Quan la massa s'engoleix la festa

La Tomatina de Bunyol exemplifica el procés de massificació que han viscut moltes festes populars en l'última dècada. 22.000 persones van participar en l'edició de la setmana passada. En la seua cerca de l'autenticitat, els turistes s'incorporen a les celebracions que abans eren patrimoni únic de la població local.

Els turistes hi aporten ingressos, però també interfereixen en el ritual. La convivència no és sempre senzilla. Dels dels Pelegrins de les Useres fins a la Patum de Berga, ens endinsem en aquesta controvèrsia.

Reportatge de Violeta Tena

Després de tres edicions amb aquest model vigent, una gran part de la població està satisfeta amb els resultats. “Hi tornen a haure tomaques per a tothom i es pot gaudir de la festa amb seguretat”, explica Matamales. Només el Partit Popular ha criticat el procés. Els conservadors van denunciar l'anterior equip de govern per considerar que l'elecció de l'empresa gestora de les entrades, Spaintastic, es va realitzar a dit. El PP critica que el que s'ha fet ha estat “privatitzar” la festa.

Destí turístic

La Tomatina exemplifica a la perfecció el procés de massificació que han viscut algunes festes d'origen popular arreu d'Europa. En la recerca de l'“autenticitat” de què parla l'antropòleg Jeremy Boissevain en el seu llibre *Lidiar com turistes*, els forans volen ser observadors privilegiats i participants directes dels costums i les pe-

culiaritats de la comunitat que els acull. “La cultura ha esdevingut una mercaderia fonamental per a la indústria turística –escriu Boissevain–. La història es posa a la venda amb invitacions per visitar antics monuments i parcs temàtico-culturals; es publiciten les festes de Carnaval i les celebracions religioses amb fotografies a tot color; es promociona el caràcter i la forma de vida de les comunitats amfitrioneres amb imatges de nadius somrients i escenes pintoresques de carrer”. El resultat és una horda de forans que aspira a formar part de la festa i uns festers que, en moltes ocasions, senten envaït el seu espai de representació col·lectiva. I darrere de tots ells, els interessos econòmics i comercials d'una sèrie d'agents (de l'hoteler al propietari d'una tenda de records, passant pel restaurador o) als quals la *turistització* d'un fenomen festiu li reporta bona cosa de beneficis.

La qüestió no és nova i el debat ha estat intens en els últims dos anys. “El problema és quan l'oci i el negoci topen”, diu Josep Fornés, director del Museu Etnològic de Barcelona des de l'any 2008. Fornés coneix a la perfecció aquest univers. A més de treballar en el Servei de Festes de l'Institut de Cultura de Barcelona, ha estat directament implicat en el Festival Tradicionari o en la declaració de la Festa Major de Gràcia com a festa tradicional d'interès nacional de Catalunya. “Quan la festa és dominada pels interessos econòmics i comercials, és adulterada i és quan sorgeixen els problemes perquè la gent s'hi sent exclosa i en fuig. Cal recuperar la festa per a la gent”, afirma, contundent Fornés, que és mostra “totalment contrari” a iniciatives com la de l'Ajuntament de Bunyol de fer pagar entrada. “Les festes de han de ser gratuïtes perquè fer-les de pagament és anar contra el seu propi esperit –diu–. Em sembla una aber- →

→ ració tan gran com fer pagar per entrar a un museu. Les festes són cultura i la cultura ha de ser gratuïta. El que cal és saber gestionar-la”.

La festa, per a qui se la treballa

“La turistització de les festes és inevitable en la mesura que les festes acaben esdevenint un producte cultural que són objecte de política cultural”, assegura Gil-Manuel Hernández, professor de Sociologia de la Universitat de València i un dels màxims estudiosos del món de les falles. Hernández considera que “és als agents públics a qui els correspon gestionar la complexitat d’interessos que es conjuminen en el fet festiu. L’administració no s’hi pot desentendre”, argumenta. D’una opinió molt semblant és Josep Fornés. “La festa s’ha de regular en favor de la gent”, diu. A les festes de Gràcia, que cada any reben la visita de milers de visitants atrets per la marca Barcelona i que Fornés coneix de primera mà, “s’ha optat per donar protagonisme a les associacions de veïns, que estan actives durant tot l’any i que són les responsables de preparar i guarnir els carrers durant les festes”. I com es fa, això? “Habilitant els espais de reunió, donant suport en les tasques que fan durant tot l’any i no només en la setmana de les festes, que és la cúspide d’un any de treball”, explica. I rebla: “No es tracta d’embadalir-se amb l’escenari. Del que es tracta és de donar suport a la cultura comunitària i facilitar les coses per fer de la festa un pretext per fomentar la participació i la col·laboració veïnal”.

També a Berga saben bé el que es lluitar amb la massificació. La seua Patum, amb les seues lluites entre els turcs i cavalleters, la desfilada de les guites o el ball de l’Àliga, ha estat sempre un esdeveniment multitudinari que atreu l’atenció de milers de visitants més enllà de les fronteres

de Catalunya. L’any 2005, la Unesco va declarar-la Patrimoni Oral Immaterial de la Humanitat, circumstància que ha fet més que s’incrementara la seua popularitat. L’any 2014, durant els dies de celebració de la Patum, aquest municipi de poc més de 16.000 habitants va rebre la visita de milers de persones. Quan es pregunta en l’Oficina de Turisme per la quantitat exacta de visitants, la resposta és la següent: “És l’única setmana de l’any en què no ho comptabilitzem. És que estem desbordats”. “La massificació està fregant el sostre”, assegura Francesc Ribera, *Titot*, que és regidor a l’ajuntament en representació de la CUP. En els últims anys, explica Ribera, el consistori ha pres diverses iniciatives per tractar de descongestionar els carrers per on transcorre la festa però “és molt complicat perquè el que la gent vol veure és la festa, que és la raó de ser de la seua visita”. Ribera considera, amb tot, que el reconeixement de la Unesco no ha incrementat el nombre de forasters. “La massificació està assumida i interioritzada pels nadius i forma part de la litúrgia”, assegura.

De la vivència a l’aparador

Quasi 600 quilòmetres més al sud hi ha una altra de les celebracions que, als Països Catalans, ha merescut la declaració de la Unesco. Es tracta del Misteri d’Elx, la primera manifestació lúdico-religiosa que a l’Estat espanyol va merèixer el reconeixement de l’organisme internacional. Fou l’any 2001. La declaració fou un “arma de doble tall”, segons reconeix Hèctor Càmera, secretari de la càtedra del Misteri a la Universitat Miguel Hernández. “Assistim a la conversió del Misteri en un espectacle cultural i turístic, allunyat com més va de la celebració comunitària i festiva”, es lamentava recentment aquest professor de literatura catalana de la Universitat d’Alacant en un article publicat a la revista *Saó*. Segons Càmera, els elxans perceben el Misteri “com un element que s’acosta més a un quadre que cal exposar a l’administració dels forans que a una festa viva i popular”. “Cal decidir, al cap i a la fi, si volem una festa que siga una celebració popular o un espectacle turístic”, insistia. El que l’article posa de manifest és, al capdavall, la tensió que subjau en moltes de les festes que han estat convenientment empaquetades i mercantilitzades per a gaudi dels forans. És la dicotomia entre la festa com a vivència comunitària o com a posada en escena; la disjuntiva entre la tradició

sacralitzada i l’esdeveniment comercialitzable. Enfront de la vida diària urbana i alienadora, les festes, ancorades en la tradició i habillades amb la seua parafernàlia litúrgica, ofereixen al turista un refugi de pretesa autenticitat. A la comarca de l’Alcalatén, a l’interior de Castelló, la festa dels Pelegrins de les Useres –en què un grup de 13 homes fan el camí des d’aquest poble al santuari de Sant Joan de Penya-golosa–, que va a estar a punt de desaparèixer als anys 60, és ara un esdeveniment multitudinari que aplega centenars de curiosos. Alguns centenars fan el pelegrinatge resseguint les petjades dels pelegrins. Els forans, però, tenen estrictament prohibit interferir en el camí dels penitents. Els càrregues –el selecte grup d’homes que acompanyen els pelegrins per dur el menjar– s’en carreguen, amb la vara a la mà, que ningú no trenque la solemnitat amb què caminen els 13 pelegrins, que han de ser de les Useres, casats amb una userina o tindre-hi casa des de fa més de cinc anys. Els turistes, doncs, són benvinguts, però com a simples observadors. La tradició no es pot pertorbar.

Patrimoni compartit

“Els turistes busquen l’autenticitat però això és una quimera –argumenta el sociòleg Gil-Manuel Hernández–. Aleshores, el més interessant és trobar un punt intermedi entre els interessos dels turistes que busquen aquesta autenticitat i la salvaguarda dels interessos de la festa i dels festers”. Perquè al capdavall, el turisme és un fet inevitable inherent a la societat moderna del qual no es pot defugir. No es tracta de presentar els turistes com el pandemonium del segle XXI. L’hostilitat envers el forà seria un error. Al capdavall, com explica Jeremy Boissevain, “les etnografies demostren que quan es posa a la venda la nostra cultura la gent redescobreix la seua pròpia història i les seues tradicions i comença a adonar-se del seu valor”.

El quid de la qüestió, doncs, rau en el fet que existisca una gestió pública capaç de saber lluitar amb situacions complexes i amb interessos que no sempre són convergents. “El que cal és fomentar un tipus de turisme que estiga lligat a la promoció del patrimoni cultural i no un turisme en què l’únic que importa siguen el nombre de visitants perquè aleshores la festa es fa insostenible”, assenyala Gil-Manuel Hernández. Això és el que estava a punt de passar a Bunyol. ●

HÈCTOR CÀMERA

«CAL DECIDIR SI VOLEM UNA FESTA QUE SIGA UNA CELEBRACIÓ POPULAR O UN ESPECTACLE TURÍSTIC»