

El Guinness dels valencians

DESPRÉS DE LA FITA HISTÒRICA D'ACONSEGUIR QUE LA ICONA DE LA PAELLA SIGA AL WHATSAPP, ARA ANEM PER MÉS I FINS I TOT VOLEM QUE PER FI S'APROVE AL CONGRÉS LA REFORMA DE L'ESTATUT!

El proppassat diumenge, a l'Albereda de València, hi havia una convocatòria d'una marca comercial perquè els valencians ens hi aplegarem a fer paelles i batre no sé quin rècord Guinness. I tot per celebrar la inclusió de la icona de la paella entre els *emojis* del WhatsApp. La cosa no va eixir. No vivim en els temps de González Lizondo, quan qui llavors era primer tinent d'alcalde a l'Ajuntament del cap i casal va idear el que mereix sens dubte ser considerat el primer "gran esdeveniment" de la sèrie històrica: la realització, al vell llit del Túria, de la paella més gran mai cuinada. Al seu moment, molts s'ho varen mirar amb escepticisme, però el suport municipal va fer possible l'esdeveniment. Els valencians anàvem necessitats d'autoestima aleshores. Barcelona tenia els Jocs Olímpics; Sevilla, l'Exposició Universal... fins i tot Madrid va ser Capital europea de la cultura l'any 92! Calia contraatacar i almenys vàrem aconseguir recuperar el rècord Guinness en matèria de paelles i salvar l'honreta.

Rita Barberà, que al seu moment no li va veure la gràcia al tema de la paella gegant, a poc a poc va acabar convençuda que això dels rècords, les coses més grans d'Europa o del món i els grans esdeveniments no només eren una cosa estupenda sinó que, al capdavall, marcaven l'únic camí possible per recuperar la dignitat dels valencians com a poble. Amb el suport decidit d'Eduardo Zaplana primer, Francisco Camps després i, s'ha de reconèixer, també de gran part de la societat valenciana, el model triomfà. Només cal recordar o rellegir, per copsar l'ambient, el que es va dir sobre coses com ara la Copa de l'Amèrica i les obres al port de València per acollir-la o sobre les carreres de Fórmula 1 pels carrers de la ciutat. I és que González



ANDRÉS
BOIX PALOP
@Andres_Boix

Lizondo va definir la visió que els valencians hem tingut de nosaltres mateixos i de com havíem de mostrar-nos a la resta del món durant, com a mínim, dos dècades llargues.

Les coses, a poc a poc, han canviat almenys una mica. Enguany, la celebració del 9 d'Octubre ha vingut de la mà, com és costum, dels vídeos institucionals que ens diuen que som meravellosos i un gran poble, enmig de l'entusiasme dels mitjans de comunicació. Però sembla que, amb això, de moment, ja ens va bé com a xut d'autoestima. Bé, això i el Gran Premi de motociclisme, que la nova majoria al poder ha decidit que cal continuar finançant generosament, no es pense ningú que les motos no són

cultura! Poca cosa, la veritat. Cal preveure que en breu comencen a aparèixer la síndrome d'abstinència i les ganes de figurar al mapa, de nou, d'alguna manera aparentment grandiosa i lluïdora.

Paradoxalment, ha sigut una campanya publicitària molt intel·ligent (això sí, d'una empresa de capital no valencià) qui ha aconseguit darrerament el més gran èxit internacional dels valencians, amb la ja esmentada inclusió de la icona de la paella entre els *emojis* del WhatsApp. Gran esdeveniment que ha estat acollit amb molta satisfacció, sobretot a les xarxes socials, si més no pel fet, històric, d'haver convençut tothom perquè es reflectisquen correctament els ingredients essencials de la paella tradicional. Encara que la il·lusió no haja bastat per convocar prou gent per batre el rècord en qüestió, almenys ens mostra el camí: una certa publicitat simpàtica i mesurada, però ben dirigida, de vegades és la millor solució.

En matèria de finançament, on tenim també un rècord Guinness (l'única regió no colonial d'un país desenvolupat que aporta recursos a la resta tot i tenir un nivell de renda per sota del 90% de la mitjana del país) o estatutària, on anem ja per la tercera presentació al Congrés dels Diputats i més d'un lustre des que es va aprovar la reforma a les Corts valencianes sense que ningú haja fet, de moment, ni cas, potser algú hauria de pensar en com organitzar una bona campanya d'aquestes. Amb WhatsApp o com a gran esdeveniment. Campanya simpàtica o que plantege problemes. Com siga. Però que cride l'atenció d'una vegada. Com a mínim, com la paella de Lizondo. Perquè, si no, sembla evident que per les vies normals, res de res.

Professor de dret administratiu a la Universitat de València