AUTOGESTIÓN Y CULTURA EN LAS FALLAS: EL CASO DE ALZIRA

*Alba Fluixà Pelufo**

RESUMEN: Las fallas son una importante festividad ampliamente arraigada en el territorio valenciano. El objetivo de este artículo ha sido investigar la actividad cultural de las comisiones falleras de Alzira desde el punto de vista de la autogestión. Se ha utilizado una combinación de investigación cuantitativa (cuestionarios de respuesta cerrada) y cualitativa (entrevistas personales en profundidad). Mediante el análisis de la información obtenida, ha sido posible precisar el perfil de los gestores, su organización interna, la financiación y la difusión, así como sus objetivos y motivaciones. De este modo, se ha podido determinar su grado de autogestión.

PALABRAS CLAVE: autogestión, cultura, fallas, Alzira

ABSTRACT*: Fallas are an important festivity widely settled in the valencian territory. The objective of this article has been to investigate the cultural activity of Alzira's Fallas committees from a self-management point of view. A combination of quantitative research (survey with closed answer questions) and qualitative research (personal in depth interviews) has been used. Through the analysis of the obtained information it has been possible to specify the managers' profile, their internal organization, the funding and the dissemination, as well as their objectives and motivations. In this way, we have been able to determine their self-management degree.*

KEYWORDS: *self-management, culture, fallas, Alzira*

1. INTRODUCCIÓN

Las fallas son una de las manifestaciones festivas más extendidas

Recibido: 18 de abril de 2016
Aceptado: 2 de junio de 2016

* Doctoranda del Programa de Doctorado en Industrias de la Comunicación y Culturales de la Universidad Politécnica de Valencia

por la geografía valenciana. Aglutinan a miles de personas organizadas en comisiones (conjunto de personas que se reúnen para plantar una determinada falla) que gestionen la fiesta. Aunque la celebración tiene lugar entre el 16 y el 19 de marzo, la actividad fallera se ha extendido a todo el año.

El origen de las fallas se relaciona con los fuegos rituales del equinoccio de primavera, pero en su forma actual proceden de las celebraciones festivas que hacían los carpinteros de València para honrar al patrón del gremio y que, desde mediados del s. XVIII, se convirtieron en diversión de vecindario. (Ariño, Antonio, 1990: 5). "La fiesta fallera se configura como tal a lo largo de la segunda mitad del siglo XVIII. Aparece como heredera de las tradicionales fiestas de calle, y confluyen diversas aportaciones, como los ninots de media cuaresma, la influencia de los altares barrocos, del teatro y de la literatura satírica popular" (Hernández, Gil-Manuel. 2002: 49). Posteriormente se desarrolló durante el s. XIX a pesar de las continuas prohibiciones y los impuestos que proyectaron sobre ella las autoridades municipales. Hoy en día se han convertido para muchos valencianos en un elemento de su identidad y las consideran parte de «la esencia valenciana».

Alzira es la segunda ciudad con mayor número de fallas después de València y tiene una gran tradición fallera que se remonta al año 1889, fecha de la primera falla documentada. Fue declarada Fiesta de Interés Turístico Nacional en el año 2005 gracias a la propuesta efectuada por la Junta Local Fallera de Alzira, entidad que se encarga de coordinar la fiesta en el municipio. Hay 34 comisiones que plantan 68 monumentos, distribuidos por toda el área urbana, y que aglutinan a un total de 5.500 personas entre adultos y niños.

Las fallas, en su esencia asociaciones vecinales de carácter festivo, son sin duda un ejemplo paradigmático de autogestión. Son sus miembros los que con sus aportaciones económicas, y especialmente con su trabajo colaborativo y desinteresado, hacen funcionar tanto las múltiples actividades festivas como las actividades culturales objeto de este estudio. Constituyen pues un ejemplo de un «trabajo festivo» que no es instrumental ni aislacionista, sino que se produce en grupos festivos auto-organizados y depende de una estructura de sociabilidad (Costa, Xavier, 2006: 19). Es decir, está motivado por una vocación de servicio a la comunidad, en este caso a la comisión fallera.

En las últimas décadas, si algo ha caracterizado la evolución de las fallas ha sido la expansión de su acti-

vidad hacia ámbitos que van más allá de lo festivo como el deportivo, el solidario o el cultural. Son numerosas las comisiones que han iniciado una trayectoria de organización de actividades culturales (exposiciones, conciertos, representaciones teatrales, etc.) y de edición de libros y artículos divulgativos y literarios. Demuestran así que la tradición es mucho más flexible y maleable de lo que se había supuesto y que tiene, además, la capacidad de dialogar con la experiencia del presente (Costa, Xavier, 2006: 16).

La investigación sobre la que trata este artículo nace precisamente de la voluntad de estudiar esta tendencia y de comprender su magnitud y sus características.

2. METODOLOGÍA

La metodología utilizada ha combinado la investigación bibliográfica y el trabajo de campo, tanto cuantitativo como cualitativo. Se han usado fuentes bibliográficas, archivísticas y de hemeroteca. En lo que respecta al trabajo de campo, se ha obtenido información cuantitativa mediante encuestas e información cualitativa con entrevistas personales en profundidad.

Las encuestas se han dirigido a los delegados de cultura de cada comisión fallera o, en su defecto, a los presidentes. El objetivo del cuestionario era obtener información concreta sobre el tipo de actividad cultural desarrollada por las comisiones falleras de Alzira y, lo que resulta más interesante para el artículo que nos ocupa, conocer cómo se gestiona tota esta actividad. El período de tiempo comprendido en el estudio es amplio y abarca toda la historia reciente de las comisiones, es decir, los últimos 30 años que es lo que se ha considerado necesario para recoger la trayectoria y la evolución de las actividades culturales organizadas por las fallas alzireñas.

Con tal de definir las preguntas más adecuadas, el primer paso fue una investigación preliminar para conocer la tipología de las actividades desarrolladas. En segundo lugar, se llevaron a cabo las primeras entrevistas personales para determinar con qué parámetros evaluar el funcionamiento interno de las fallas. Teniendo en cuenta los objetivos, se elaboró un cuestionario con varias modalidades de preguntas (de sí o no, con múltiples categorías, de completar...) dividido en cinco apartados que cubren todas las necesidades de información: información general de cada falla, actividades culturales, participación y público, gestión de las actividades y, por último, objetivos, valoraciones y proyectos de futuro.

Las entrevistas, por su parte, pretendían profundizar y conseguir una perspectiva más cercana, dando a los sujetos entrevistados la mayor flexibilidad posible para compartir todos los aspectos interesantes de su experiencia. Para la selección de los entrevistados se tuvo en cuenta el volumen de actividad y la existencia de una programación cultural estable. Fueron entrevistados algunos agentes destacados en el campo de la actividad cultural fallera en Alzira, así como responsables de otras fallas para aportar visiones complementarias y al delegado de cultura de la Junta Local Fallera de Alzira.

3. RESULTADOS

Los cuestionarios fueron completados por todas y cada una de las 34 comisiones falleras de Alzira activas en el año 2014. Por lo tanto, podemos afirmar que los datos aquí expuestos son un fiel reflejo de la situación actual y permiten precisarla de forma objetiva y cuantificable. En el presente artículo, nos centraremos solamente en uno de los aspectos de la investigación: la gestión de la actividad cultural.

3.1 Perfil de los gestores

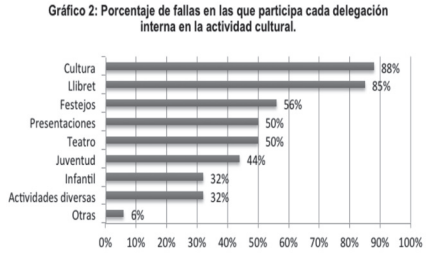
Podemos comenzar afirmando que el perfil de los "gestores culturales falleros" es el de un miembro de la propia comisión dado que las 34 fallas señalan que son los propios miembros los que se encargan de la organización. El 35% de las comisiones suele contar con la ayuda de personal externo profesional, es decir, con la colaboración puntual de expertos. Estas colaboraciones se centran en la redacción de artículos para el llibret de la falla (la publicación anual que edita cada comisión con motivo de las fiestas), pero también pueden consistir en otras acciones. Sólo un 9% de las fallas implica a personal externo no profesional. Cabe destacar que ninguna comisión contrata personal profesional (gestores culturales) para que se ocupe de la organización de sus actividades culturales. Se trata, por lo tanto, de un claro ejemplo de autogestión.

Gráfico 1: Porcentaje de comisiones que cuentan con cada perfil de personas como encargadas de su gestión cultural.

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios. (Año 2014)

Generalmente los encargados de estas tareas pertenecen a las delegaciones de Cultura y Llibret en un 88% y un 85% de los casos respectivamen-

te, pero son igualmente habituales las de Festejos (56%), Teatro (50%) y Presentaciones (50%). Las delegaciones de Juventud e Infantil también se implican en el 44% y el 32% de las comisiones respectivamente. En un 32% participa la delegación de Actividades diversas y en un 6% otras delegaciones diferentes. En el 44% de los casos se trata de grupos de entre 6 y 10 personas, de entre 3 y 6 en el 21% de las comisiones y de más de 10 en el 23%. Tan solo en el 12% el grupo de organizadores es de entre 1 y 3 personas. Es, por lo tanto, una labor que suele desarrollarse en equipo desde varias delegaciones internas y que a veces demanda la ayuda de expertos externos, pero siempre de una manera altruista y desinteresada.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios. (Año 2014)

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios. (Año 2014)

3.2 Organización interna

De las diferentes entrevistas se desprende que, pese a la gran heterogeneidad característica del ámbito fallero, ya que cada comisión afronta estas tareas de desde una perspectiva distinta, sí que se pueden observar tendencias compartidas.

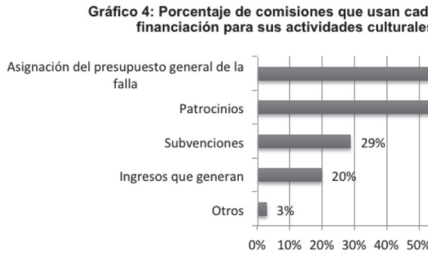
Las actividades no tienen una gran planificación previa, aunque son habituales las reuniones para compartir ideas. En la Falla Plaça Major indican que «van sobre la marcha» y el proceso de trabajo de la Falla Pintor T. Andreu que describe Pasqual Fandos puede servir para ilustrar la típica gestión cultural fallera: «No hay una regla que seguir. El que tiene una idea, la hace. Solemos funcionar de un modo bastante autónomo, al final depende de la voluntad de una persona que tiene ganas de hacer una cosa, independientemente de lo que conste en el censo de la Delegación de Cultura».

No obstante, los responsables de la actividad de la Falla Plaça Malva,

uno de los grandes referentes de la actividad cultural fallera tanto a nivel local como autonómico, discrepan en este punto. Miguel Ángel Martínez y José Manuel Rubio apuntan que la diferencia principal entre su forma de trabajar y la de muchas otras comisiones ha sido precisamente la planificación. Esto les ha permitido llevar a cabo con éxito sus proyectos sin dejar nunca de pensar en cómo mejorarlos. Hay que incidir en el hecho que esta inquietud no se debe a la presencia de gestores profesionales en la comisión ni tampoco a haber dejado la gestión en manos de terceros, puesto que como ellos mismos afirman, «la gestión pura y dura es nuestra, de los falleros, apoyándonos en el profesional o el técnico del Ayuntamiento para la cesión de espacios o la difusión».

3.3 Financiación

Para financiar su actividad cultural, un 79% de las comisiones falleras se nutre del presupuesto general de la falla, que es la opción mayoritaria, pero también de los patrocinios (71%) y, en menor medida, de las subvenciones (29%) o de los ingresos que se generan por la venta de entradas o ejemplares (20%).



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios. (Año 2014)

A la luz de estos datos, queda claro que las actividades culturales falleras en Alzira dependen en su mayoría del presupuesto de la comisión puesto que los patrocinios son casi siempre en concepto de publicidad para el llibret y suelen estar dedicados casi en su totalidad a sufragar su publicación. Por lo tanto, las semanas culturales, conciertos, exposiciones o representaciones teatrales tienen lugar gracias al dinero de las cuotas de los falleros y falleras y a las cada vez más escasas subvenciones.

Además, teniendo en cuenta la situación económica por la que ha atravesado el país en los últimos años, se ha preguntado a las fallas cómo ha afectado la crisis a su actividad cultural. Un 85% han reconocido haber recortado el presupuesto para las actividades, otro 50% ha reducido también el número de actividades y un 47% incluso ha visto disminuido el número de personas que las organizan. Por contra, en el otro extremo, un 12% declara que la crisis no las ha

afectado, bien porque ya funcionaban sin apenas presupuesto o porque su nivel de actividad era muy bajo.

Gráfico 5: Efectos de la crisis económica en la actividad cultural de las comisiones.

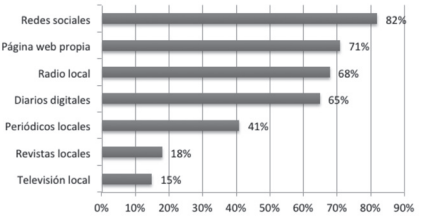
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios. (Año 2014)

3.4 Difusión

La difusión es muy importante para el éxito de cualquier iniciativa cultural y las comisiones falleras tienen esto bien presente. La gran mayoría (68%) tienen una delegación de comunicación o web y el 79% tienen página web propia. Todas utilizan más de un medio para difundir sus actividades, el más popular son las redes sociales con un 82% de comisiones que las emplean, seguidas de la página web propia (71%) y la radio local (68%). Otros medios de comunicación usados son los diarios digitales (65%), los periódicos locales (41%), las revistas locales (18%) y, en último lugar, la televisión local (15%).

Se puede observar, por lo tanto, un claro predominio de los medios de comunicación gestionados por las propias comisiones (redes sociales y página web propia) sobre los que dependen de terceros como la prensa en sus distintas variantes. Incluso en el caso de los diarios digitales, que sí son bastante populares, se trata normalmente de notas redactadas por la propia delegación de comunicación de la comisión que son publicadas por las distintas páginas de noticias de la localidad y la comarca, con lo que también hay un importante componente de autogestión. En cambio, el gran porcentaje de difusión a través de la radio local sí que se debe sobre todo al trabajo periodístico y, en especial, a la existencia de un programa semanal de temática fallera en la emisora local.

Gráfico 6: Medios de comunicación empleados por las comisiones para la difusión de las actividades culturales.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios. (Año 2014)

3.5 Objetivos y motivaciones

Descubrir los objetivos y motivaciones de las comisiones permite comprender el porqué del cambio experimentado en su forma de entender su papel en la sociedad. Existen múltiples objetivos y motivaciones que impulsan a una comisión fallera cuando decide organizar actividades culturales.

En la mayoría de los casos se conjugan varios relacionados tanto con factores internos de la asociación como externos de servicio a la sociedad, por ejemplo. El más repetido es el de cohesionar y motivar a los miembros de la comisión, señalado por el 28% de las comisiones, seguido por la difusión del patrimonio cultural (59%), el prestigio y el reconocimiento social para la falla (53%) o la colaboración con proyectos solidarios (38%). Hay incluso un 38% que asegura hacerlo para conseguir ingresos económicos y un 3% por otras motivaciones.

Gráfico 7: Objetivos que impulsan a las comisiones falleras a organizar actividades culturales.

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios. (Año 2014)

Nuevamente, pese al innegable peso de valores relacionados con una cierta voluntad de servicio social como la difusión del patrimonio o la ayuda a proyectos solidarios, podemos remarcar la predominancia de los objetivos que tienen que ver con un beneficio para la comisión. Se trata, pues, de actividades gestionadas según sus propios intereses, de las que se espera obtener una motivación para sus miembros, un prestigio social que las haga destacar o un beneficio económico que repercuta en sus otras actividades.

Sin embargo, entre aquellas fallas con mayor actividad cultural se hizo patente durante las entrevistas personales la presencia de otro gran objetivo: la búsqueda de la innovación. Movidos por las ganas de expresar unas inquietudes diferentes a las de sus predecesores, intentan demostrar que las fallas son mucho más que fiesta y que, como sintetiza muy bien Enric Ferrús, presidente en aquel momento de la Falla Sants Patrons, «ya no hay duda que, en la actualidad, hablar de fallas es, indiscutiblemente, hablar de cultura».

4. CONCLUSIONES

Una vez analizada la información obtenida mediante el trabajo de campo se puede afirmar sin temor a equivocarse que las fallas son un claro ejemplo de autogestión también en su faceta cultural.

Del mismo modo que en su actividad festiva, la gestión de las actividades culturales es realizada por los propios miembros de la comisión que trabajan de forma totalmente altruista en pro del beneficio de su falla y también de la sociedad en general, como se desprende de los objetivos manifestados por los responsables

encuestados en Alzira. Además, todas estas actividades se financian en gran medida con la aportación de los propios falleros y falleras. Incluso su difusión depende básicamente del trabajo de los integrantes de la falla.

En definitiva, el estudio de las actividades culturales de las fallas de Alzira pone de manifiesto la existencia de un modo comunal y autónomo de gestionar la cultura desde el ámbito festivo.

5. BIBLIOGRAFÍA

ARIÑO VILLARROYA, Antonio. 1990. *Historia de las Fallas*. València: Levante-EMV (Biblioteca de Levante-El Mercantil Valenciano), 490p.. ISBN: 8487502040

COSTA, Xavier. 2006. *Las fallas de Valencia, modelo de autogestión popular*. València: Instituto Intercultural para la Autogestión y la Acción Popular (Colección Crónicas del porvenir), 230p.. ISBN: 84-921895-3-3

HERNÁNDEZ I MARTÍ, Gil-Manuel. 2002. Les falles, *La festa reinventada. Calendari, política i ideologia en la València franquista.* València: Publicacions Universitat de València, p.49-55.