

FESTES PROMOCIONALS



Havent passat a millor vida la genuïna denominació “Vila-real, ciutat de les taronges”, i sense haver triomfat amb escassa passió la consegüent “Vila-real, ciutat de les bajoques”, ens trobem ara en un punt de fluctuació, a l’espera de concretar un nou eslògan que reflectesca altre dels nombrosos tòpics amb què s’ha renovat la ciutat. I no ens referim al ja exhaurit “ciutat del taulell ceràmic”, que recorda la quantitat de famílies que depenen del sector, sinó a referències de recent actualitat que hagen donat vida al poble en els últims anys.

Revisem algunes propostes. Per exemple, “Vila-real, ciutat dels embussos de trànsit”, en honor al temps que costa travessar algunes vies de la ciutat a hores punta; això és: les 8, les 9, les 10... les 12, les 13, les 14... les 18, les 19, les 20... També fóra emblemàtic “Vila-real, ciutat de les pizzeries”; perquè ¿qui hagués dit, fa uns anys, que arribaria a haver-ne més que.....es? O també podríem divulgar “Vila-real, ciutat del submarí”, en atenció als desaprensus que continuen llançant deixalles a la séquia major (Tranquils, després arribarem al tema futbolístic). Un altre títol representatiu podria ser “Vila-real, ciutat dels comptadors de l’aigua”, però en aquest cas coincidiríem amb altres ciutats que fa temps que paguen. I si no us agraden els anteriors, podem recórrer a “Vila-real, ciutat del *maremàgnum*”; m’explique: ara que és moda a París el *Futuroscope*, a Lisboa *L’Expo*, o a Barcelona el complex del Port Vell, al nostre poble conflueixen també alhora espais d’oci, de cultura i societat, etc., com per exemple els Jutjats amb el mercat del peix i la carn, els estadiis esportius amb el mercat de la verdura, o les oficines parroquials amb el mercat de la roba.

Començaria també a ser procedent parlar de “Vila-real, ciutat del teatre al carrer”,

en justícia a la qualitat de les últimes edicions i per ser un dels actes festius que més cultura aporta a la ciutat. Però, ara per ara, ens faria més goig l’eslògan “Vila-real, ciutat de primera”, gràcies a l’ascens de l’equip groc (“groguet” per a TVV) a la lliga dels astres del baló, encara que un amic meu de Castelló diu que li agrada més “allò del taulell”.

Un bon eslògan és una part fonamental en el *marketing* que ha d’envoltar el llançament comercial de les empreses, siguin del caire que siguin. Si més no, en política sempre ha funcionat una màxima: a banda de cobrir les necessitats socials, a més -i sobretot-, ha de quedar ben clar i evident que es fan coses, que se n’han fet o que se’n faran. Com a conseqüència, algunes vegades falla una part del procés i només s’efectua la de proclamar que se’n fan.

Tot es basa en dominar la Màquina Aristotèlica, com explicava el Pare *Emanuel* al llibre d’*Eco*. Cada dia més, té una gran importància l’apartat divulgatiu, promocional i la creació de tòtems que acaparen i aclaparen els sentits més pelegrins de les consciències individuals per actuació gregària. Els experts ho saben i tracten d’explotar-ho. Tanmateix, sempre hi ha solucions casolanes per als desintegrats del mètode consumista. Ací en teneu una prova amb els fetitxes que funcionaran d’animació en els partits del Madrigal, sense necessitat de comprar-los.

En primer lloc, la imprescindible samarreta i bufanda grogues, teixides de punt de ganxo a la Universitat popular. Qui no sàpiga fer ganxo té l’opció d’anar als cursos culinàries de l’Associació d’Ames de Casa i portar un quilo de peladura de llimes madures, en serpentina i sense trencar, a la manera tradicional dels esmorzars de reguer. (Opció més ecològica que aquella de tirar rotllos de paper

higiènic). Els més discrets, que volen participar i alhora pretenen passar desapercebuts, sostindran monedes de duro amb les mans i les mouran alternativament quan els jugadors saltin al camp. Per contra, qui agrada de fer-se notar, que porte una porció de rastell de gual permanent, dels situats a menys de cinc metres del cantó, combinat amb altre fragment de rastell, en aquest cas de gual de zona blava temporal, tot formant els colors de l’equip; naturalment, havent sol·licitat el permís corresponent a l’Ajuntament i pagat les taxes respectives. Els partidaris de desplegar banderoles de color groc demanaran a Conselleria d’Ensenyament els documents de quan es va aprovar la construcció de nous instituts a la província de Castelló. I finalment, qui haja aconseguit treure’s el carnet d’abonat del club, sense haver sigut soci l’any anterior, que vaja sense res perquè ell mateix ja estarà prou groc.

Al final, la parafernàlia *shop* incrementa l’espectacle i omple els buits que de vegades el mateix joc no dona. Però tampoc cal difuminar el fet que la bellesa autèntica està en el joc, que és l’objectiu, la finalitat, mentre que la resta són mitjans o complements. Tot joc té un gran component pedagògic. El mateix Plató, en el *Laques*, descriu el filosofar de Sòcrates com una espècie de joc; joc com a lluita elevada, com una activitat plaentera i moralment valuosa, lligada a unes regles, que deu ser ensenyada com una fi en ella mateixa.

Si abandonem el terreny filosòfic, al cap i a la fi, res canvia tant. I si no, mireu la nòmina. Ara es tracta d’aprofitar bé la festa, l’ambient, divertir-se amb la “divisió d’honor”...

— Escolta, i els qui no volem saber res de futbol, ¿què?

— ¡Genarooo...!