

La Bajada entre la vacilación y el convencimiento

Eduardo Martínez Duque

En cierta ocasión, una pareja de turistas holandeses se me acercaron con una duda que me dejó desconcertado:

—¿Por qué tienen una estatua de Napoleón delante del barco?

Tardé unos instantes en caer en la cuenta de que se referían a la estatua del Enano, situada en la fuente frente al Barco de la Virgen. Aquel enano, con el sombrero bicornio a la usanza napoleónica, suponía una absoluta incógnita para aquellos visitantes.

Les expliqué como buenamente pude que no se trataba del célebre Napoleón, sino de una representación de los Enanos de la Bajada de la Virgen. Resumiendo mucho, les relaté que, cada cinco años, unos hombres de gran porte se transformaban mágicamente en enanos danzarinnes que lograban emocionar a jóvenes y ancianos. Para ilustrar aquella extraña actuación, me serví de mi móvil y les mostré un vídeo de la última Danza de Enanos.

Me preguntaron, entusiasmados, cuándo tendría lugar el siguiente mágico evento, y les indiqué que sería en el verano del 2020.

Aquel encuentro me dejó pensando desde entonces en de qué manera proyectamos el evento más importante de nuestra isla hacia el exterior.

En las guías turísticas en papel hacen una mera reseña, con dos o tres fotos y un breve texto mencionando una bajada de una imagen de gran devoción desde su santuario en la montaña, acompañada por una plétora de festividades para esa virgen, entre las que se encuentran la Danza de Enanos, el Minué o el Carro Alegórico y Triunfal.

Por su parte, la promoción en páginas oficiales de Internet, no me sorprende, resulta igual de escueta y generalista.

Algunos pensarán que con esa proyección exterior es más que suficiente. Yo, sin embargo, no puedo evitar lamentarme con que se está malgastando un recurso inigualable de la isla de La Palma.



¿Son acaso Los Indianos una fiesta de mayor repercusión que ésta? ¿Y es la Transvolcania un evento de mayor calado? ¿No? ¿Entonces por qué tienen diez veces más proyección que la Bajada de la Virgen?

Algunos alegarán que la condición de «lustral» conlleva que, turísticamente, no convenga tanto promocionar un evento para el que hay que esperar cinco años. Como contraposición a ese argumento, podemos sacar a colación los eventos deportivos (mundiales de fútbol u olimpiadas, por ejemplo), que por hacerse cada varios años, no son menos relevantes a nivel turístico para el lugar en el que se celebran.

Una fiesta de en torno a un mes de duración, con dos semanas (la Grande y la Chica), con mayor potencial turístico incluso, y con la expectación que genera un lustro de espera, es una ocasión inigualable para el devenir económico y turístico de la isla. Porque a pesar de centrarse el evento en la ciudad de Santa Cruz de La Palma, resulta muy notoria la repercusión de miles y miles de visitantes haciendo uso de todo tipo de recursos turísticos y establecimientos comerciales a lo largo y ancho de toda la isla.

Se sabe que la proyección turística es la incorrecta cuando el visitante y el visitado se encuentran en diferentes frecuencias. Cuando los locales creemos que lo que vende es el Enano, pero el comprador no entiende por qué habría de llevarse de recuerdo esa referencia a algo que ni conoce ni comprende. No hay contexto claro y, por tanto, ese símbolo del Enano, o cualquier otro elemento de la Bajada, resulta tan irrelevante para el turista como si nuestros souvenirs se refirieran a la Torre Inclinada de Pisa o a una bailaora flamenca. Resulta cuanto menos irónico que pretendemos hacer del Enano un emblema, pero cuando los turistas llegan, se preguntan por qué tenemos souvenirs y estatuas de un pequeño Napoleón.

Mientras en la imagen mental que un turista se haga al oír La Palma no aparezca entre los cinco o diez primeros elementos alguna referencia a la Bajada, significará que estamos a años luz de dar la notoriedad e importancia que merece este evento. Y antes de algo de la Bajada, te nombrarán probablemente las estrellas, el senderismo, los volcanes, la Caldera de Taburiente o Los Tilos, los balcones de la avenida Marítima, los restaurantes de pescado y hasta los plátanos o el mojo.



Luis Morera, *Monumento al Enano*. SI

Como curiosidad, en varias guías aparece incluso el Barco de la Virgen, una referencia turística en la capital, construido específicamente para escenificar el Diálogo del Castillo y la Nave, con el pintoresco nombre de *Colombus Ship* (en inglés) o *Colombus Schiff* (en alemán), o lo que es lo mismo, *Barco de Colón*, donde lo único relevante parece ser el hecho de que se trate de una réplica de la *Santa María*, nave matriz del navegante genovés, algo ciertamente anecdótico, y no la verdadera razón de su existencia.

No es de recibo que solamente los habitantes de las otras islas canarias comprendan la amplitud de la Bajada de la Virgen casi tanto como un palmero. Ni tan siquiera el turista peninsular suele conocer del asunto, salvo raras excepciones.

Quién sabe. Tal vez todo esto se deba al miedo a que las masas de forasteros nos perviertan una fiesta tan nuestra, tan

Resulta cuanto menos irónico que pretendemos hacer del Enano un emblema, pero cuando los turistas llegan, se preguntan por qué tenemos souvenirs y estatuas de un pequeño Napoleón.

arraigada en el corazón de todos y cada uno de los palmeros. Si la fiesta nos despierta pasiones a quienes la hemos vivido durante toda nuestra vida, ¿se imaginan lo que sentirá el turista que viene buscando tales experiencias?

Ese escalofrío con los primeros acordes de la polca y el primer enano saliendo a



Subida de la Virgen de las Nieves (2015). RL

la caseta. Ese vaivén de colorido y pomposidad del Minué que nos hace viajar a algún baile del Versailles del rey Sol; esa mágica luz de las miles de pandorgas llevadas por niños por las oscuras calles de la ciudad; ese multitudinario traslado de la bajada del trono, donde la gente de a pie carga con cuidado y devoción las cuarenta y dos piezas de plata del altar de su patrona; el Diálogo entre el Castillo y la Nave de la Virgen, con el público susurrando al unísono, la ya legendaria y veintiún veces repetida «Artillero, saca la plomada al cañón... ¡Fuego!»; y hasta esa subida de la Virgen por el barranco de vuelta al santuario, con el arreo de la cuesta final de los porteadores a los que el amor por su Virgen les otorga fuerzas infinitas para hacer frente a la complicada orografía insular.

Cada instante de la Bajada es un compendio de sensaciones y vivencias que podríamos y deberíamos compartir.

La Bajada de la Virgen no debería ser patrimonio exclusivo de los palmeros. Debería ser *Patrimonio de la Humanidad*. En pocos lugares de este ancho mundo puede encontrarse una amalgama de actos tan creativa, original y variada de lo que un pueblo ha ido construyendo durante siglos en base a su devoción religiosa.

No puede pasar otro lustro sin que se conozca que en esta pequeña isla del Atlántico existen unas *Fiestas Lustrales* de una singularidad de tal magnitud, que pocos eventos a lo largo del globo sueñan siquiera con lograr emular.

Es la hora de que los palmeros digamos al mundo que la Bajada de la Virgen es un evento nuestro, sí, pero para nosotros y para el mundo.