

Les paraules se les emporta el carrer

MIQUEL FERNÁNDEZ / Imatges de Bru Aguiló



Sovint utilitzem l'expressió «les paraules se les emporta el vent» per referir-nos al fet que allò que no resta escrit, s'oblida o desapareix. Però existeix un altre significat menys estès: que les paraules se les emporti el vent, també vol dir que la paraula —parlada, o fins i tot inscrita en suports efímers— obté la força d'un torb que agita l'auditori fins a *enlairar-lo*. Aquestes dues accepcions serviran per delimitar les dues dimensions que vull desplegar en aquestes poques línies. La intenció última d'aquest diàleg és la de proposar un marc per comprendre el paper de la paraula a les manifestacions populars.

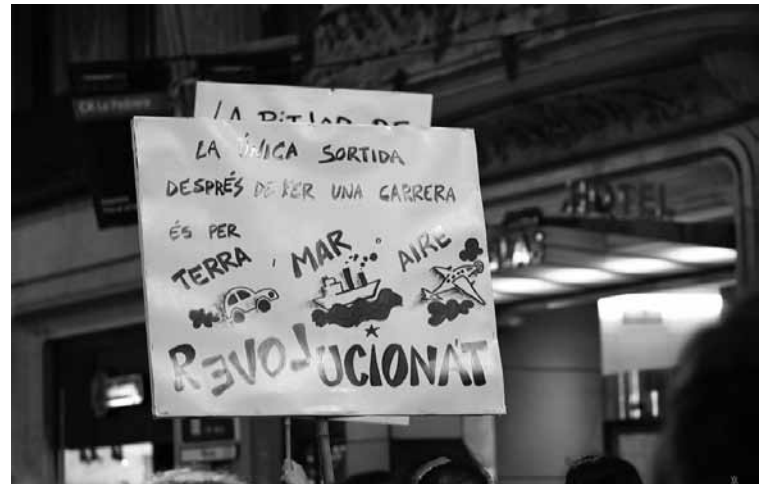
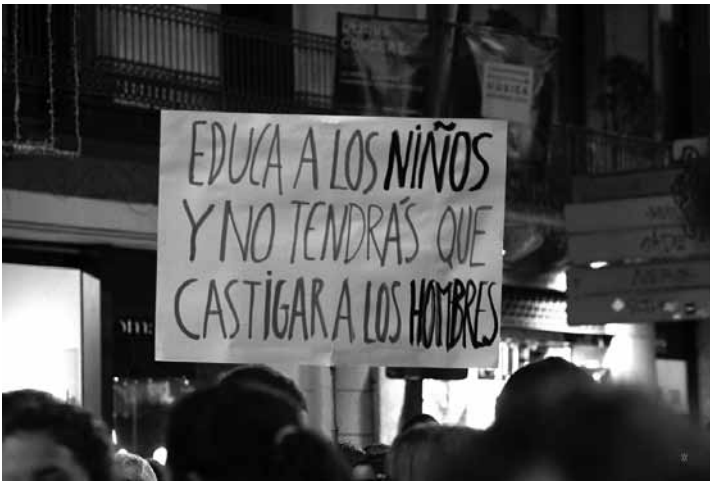
Els carrers i places d'una ciutat es distingeixen de qualsevol altre espai perquè esdevenen, regularment o improvisada, escenaris d'interpel·lacions col·lectives al poder —organitzades o no, directes o diferides. Aquestes maneres urbanes d'impugnar l'*statu quo* utilitzen un repertori d'accions extensíssim i recurrent. Les formes varien amb el temps, però l'estructura i els recursos a disposició del públic persisteixen. No es coneix processó o concentració —religiosa, civil, esportiva— que no tingui entre aquest inventari, imatges, cànctics o lemes.

Els darrers anys, els carrers i places de Barcelona, igual que altres ciutats de l'Estat, han estat prosceni d'innombrables manifestacions

civils. La profusió i originalitat de lemes ha estat un element destacat d'aquests esdeveniments. Alguns dels lemes més coneguts en castellà van ser els següents: «No hay pan para tanto chorizo», «No nos mires, únete», «Estas son nuestras armas (mostrando las manos)», «Sí se puede», «No nos representan», «Lo llaman democracia y no lo es», «No podemos apretarnos el cinturón y bajarnos los pantalones al mismo tiempo», «Rescatan al banquero, desahucian al obrero» o «Se va acabar la paz social»¹.

Des de la perspectiva dels analistes polítics, aquesta part del repertori de contestació, els lemes, es llegeixen sovint com un intent de qüestionar el que des d'Antonio Gramsci s'anomena *hegemonia* (1981). Aquesta, s'imposa, es manté i

¹ Els lemes recollits són bàsicament en castellà, tot i que n'hi havia també en català. Vegeu bit.ly/1nJmEBY o on.fb.me/1nJmLbB entre moltes d'altres. Pàgines consultades el gener de 2014.



reproduceix seguint els paràmetres que tant Michel Foucault (1987) com Jürgen Habermas (2003) van identificar amb el *discurs*. El primer autor l'oposava a l'*esdeveniment* i el segon, més concretament, a l'*acció comunicativa*. La premissa compartida d'aquesta conceptualització serà que el discurs hegemònic resta al servei d'una dominació sense coacció física.

Com se sap, les elits que volen retenir el poder, tenen com a primera fita obtenir un accés privilegiat al discurs públic. Controlar el discurs equival a controlar el text i el context. Les elits més poderoses ho seran perquè controlen ambdues característiques (van Dijk, 2010). El discurs imposa el que es pot dir —i té sentit en el context també imposat. El discurs serà més efectiu en la mesura que invisibilitzi la seva implicació en dissenyar què es pot pensar o fins i tot percebre. Aquesta qualitat, certament distòpica de la noció de discurs, és sovint negociada o combatuda per altres elits que es disputen el govern, o per segments de població que volen desacatar-lo o que simplement reclamen el que consideren que el poder els regateja.

Des d'aquest punt de vista, el *discurs hegemònic* obtindria la seva rèplica amb els lemes que els manifestants enarboren. Una resposta en forma d'impugnacions retòriques a l'ordre establert subsumides sota les diverses formes de protesta col·lectiva. Els lemes, càntics o pancartes competirien amb els mitjans de comunicació *oficialistes* al costat dels anomenats mitjans de comunicació alternatius. Criticaran aquesta hegemonia, proposaran altres lectures del moment, de

l'ordre o de les necessitats. Indicaran, amb frases concises i directes, altres maneres de pensar, d'existir i de relacionar-se. Senyalaran els culpables del malestar individual i col·lectiu. Ironitzaran sobre la situació actual o amenaçaran personatges públics a qui responsabilitzarien d'incomptables ofenses col·lectives.

A més d'aquest paper que es reserva als lemes o pancartes, les *efervescències col·lectives* li reclamen un altre. Sota i darrera de les pancartes s'aglutina la *potència* d'una col·lectivitat que pot subscriure i identificar-se de manera certament eloqüent amb el que allà hi ha escrit. Un consens que s'ha anat produint exactament sobre la marxa, que tria i destria uns missatges contra uns altres. El colofó acostuma a ser un reguitzell d'enunciats de denúncia, de mofa al poder, però també de celebració de la col·lectivitat. La força o debilitat del text-emblema tindrà a veure amb la seva persistència i al mateix temps originalitat, amb si harmonitza millor o pitjor amb els sentiments col·lectius presents.

Si bé en el pla de la lluita per l'accés al discurs hegemònic, els lemes de les manifestacions poden forçar que el pèndul del discurs hegemònic basculi cap a un lloc o un altre, la seva efectivitat a l'hora d'alterar formes irregulars de dominació serà sempre relativa. De fet, i si els productors de discurs hegemònic hi són prou avesats, incorporaran alguns dels lemes escollits a un corrent discursiu llest per a la dominació simbòlica. Entre d'altres exemples d'aquesta capacitat homeostàtica del discurs, un va ser l'apropiació que la companyia de telèfons Movistar va fer de les assemblees típiques

que es produïen en el marc del 15M. En aquell moment, aquesta apropiació va ser contestada per altres vídeos que es burlaven de l'anunci.²

Ara bé, al carrer, les aglomeracions en forma de manifestacions de protesta impugnen més enllà del discurs. Podríem dir que el carrer *parla* pels descosits —literalment. Aquests llocs i aquestes formes d'enunciament no són sempre textuals, o reconeguts; de vegades, ni tan sols són percebuts pels analistes polítics. Aquesta invisibilitat és deguda al fet que la comunicació emergeix des de punts de fuga, des d'espais on la comunicació dels cossos en moviment que esdevenen *efervescències col·lectives* obren una sutura. Es pot llegir una manifestació a partir dels seus lemes, però també ressenyant els seus moviments, les seves traces, els seus objectius, punts de sortida, d'arribada, d'establiment o impugnació. S'interpel·len carrers, places, edificis que representen i són encarnacions o rastres del poder instituit. Són llocs on el poder es *fiscalitza*, on es *realitza* davant dels ulls dels que protesten —o atès el cas, honoren o ridiculitzen.

Al poder (*potestas*), Baruj Spinoza anteposà la potència (*potentia*) (1984). El poder —necessàriament centralitat— és regularment contestat per la potència, que, sense objecte concret, sense organització estable, contínua i desorientada, constitueix la força bàsica d'una reunió festiva i/o impugnadora. Aquesta és una sensació distintiva produïda per les reunions multitudinàries. Una emoció pròpia de les concentracions que, a la manera d'aquella telepatia salvatge de James Frazer (1951), esdevé comunicació sense fils, immediata, en què idees i sentiments circulen i amaren un coàgul humà en moviment o quiet, però agitat.

La noció de potència equivaldria al que Émile Durkheim anomenà *efervescències col·lectives*, segons la qual la socialitat es conformaria a manera de malla antiestàtica i imprevisible. Aquesta xarxa de relacions impensades s'oposaria a qualsevol poder centralitzat, identificat generalment amb el poder institucionalitzat i els seus representants. Per manifestar-se, aquesta energia pressuposa la proximitat dels cossos interventors amb la que s'oposa a distintes forma d'autoritat. Es tracta, en paraules de Manuel Delgado, de l'«alè primer d'una societat [que] no ve donat per un projecte comú, orientat al futur, sinó per una pulsio que és el resultat d'estar junts [...] La seva realització es correspon amb principis proxèmics que modelen durant un breu lapse l'agitació d'elements moleculars».³ (Delgado, 1999, p. 93)

Aquesta és la forma d'enunciació distintiva i arquetípica de les processons civils enteses com a *litúrgies militants* (GREP, 2003). En el cas de les manifestacions de protesta, es tracta de ritualitzacions dels enfrontaments socials. Aquí es proclama un seguit de coses d'un segment de la població en litigi social, polític o econòmic: el malestar, la indignació, l'entusiasme, la capacitat de convocatòria. Moltes vegades, més que difondre un missatge concret —per molt que s'enarborin banderes o lemes—, s'exposa la potència del rebuig —o l'adhesió, una determinada energia social que anirà més enllà de qualsevol comunitat orgànica.

Aquestes són les dues dimensions que pot adoptar la paraula al carrer. D'un costat, la paraula escrita o parlada, els lemes o càntics,

volen obrir-se pas en la producció de discurs hegemònic. Una vessant que té una força limitada, com sabem. Ara bé, la força de la paraula, la que és elevada, la que és resultat de l'agitació dels cossos junts al carrer caminant en una mateixa direcció i detenint-se junts per interpel·lar o impugnar el poder, s'articula més enllà del text i aquesta és la seva efectivitat. Recordar al conjunt de la societat que la màxima ofensa i despulament del discurs no és cap altre que l'acció dels cossos posats d'acord en una mateixa direcció.

Miquel Fernández és doctor en antropologia social i màster en criminologia i sociologia jurídica per la Universitat de Barcelona (UB). Màster en sociologia de la immigració, llicenciat en sociologia per la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) i llicenciat en antropologia social i cultural per la mateixa universitat. Professor al departament de sociologia de la UAB i al d'antropologia social a la UB. Coordina l'Observatori d'Antropologia del conflicte urbà de la UB.

Bibliografia

- Delgado, M. (1999). *El animal público: hacia una antropología de los espacios urbanos*. Barcelona: Anagrama.
- Foucault, M. (1987). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.
- Frazer, J. G. (1951). *La rama dorada: Magia y religión* (1890th ed.). Mèxic D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Gramsci, A. (1981). *Cuadernos de la cárcel. El Hombre y su tiempo*. Mèxic D.F.: Era.
- GREP. (2003). *Carrer, festa i revolta. Els usos simbòlics de l'espai públic a Barcelona (1951-2000)*. (M. Delgado, Ed.) (p. 354). Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura.
- Habermas, J. (2003). *Teoría de la acción comunicativa. Humanidades. Filosofía* (Vol. 4a, p. 517, 618). Madrid etc.: Taurus.
- Spinoza, B. (1984). *Ética*. Madrid: Sarpe.
- Van Dijk, T. A. (2010). «Discurs, poder i elits simbòliques». *Barcelona Metropolis. Revista d'informació i pensament urbà*, 77 (La ciutat de la por), 38-47.

2 A Internet encara es pot veure l'anunci de Movistar bit.ly/1nJmY7x així com el manipulat i crític amb la companyia telefònica bit.ly/1nJn7b4.

3 L'èmfasi és de l'autor de la citació i la traducció del castellà, de qui escriu.