

## “Ser un marquès”. Representacions i posicionament social entre gitanos catalans de Barcelona\*

### “Being a Marquis”: Representations and Social Positioning among Catalan Gitanos in Barcelona

REBUT: 23.11.2014 // ACCEPTAT: 09.12.2014

Martí Marfà i Castán  
*Universitat de Barcelona (UB)*

#### Resum

El cas dels anomenats gitanos catalans ha estat sovint un absent incòmode d'investigacions i informes socials, segurament perquè la posició de privilegi i estatus que connota topa amb les representacions més comunes sobre els gitanos. Aquest article explora la dinàmica de la noció de *gitanos catalans* en la pràctica quotidiana d'alguns dels habitants de Barcelona que a principis del segle XXI s'identificaven com a tals. La pregunta central del text és com i en què es concretaven les estratègies d'articulació i atribució d'aquesta categoria; i quines eren les claus que en garantien el reconeixement i funcionament en un camp social més ampli. Argumento que el posicionament social dels gitanos catalans de Barcelona en termes d'exclusivitat i distinció se sustentava en bona part en la seva suposada participació en determinades formes de comportament dominants, i en la seva capacitat de fer aparent aquesta participació mitjançant la (re)creació d'algunes representacions hegemòniques, especialment aquelles associades a certes nocions de “catalanitat”. Es pren com a eix analític i narratiu l'expressió “ser un marquès”, que condensava algunes de les pràctiques i representacions llavors associades a la noció de *gitanos catalans*.

**Paraules clau:** Identificació; Representació; Classe social; Catalanitat; Gitanos

#### Abstract

The case of the so-called Catalan Gitanos (Gypsies) has often constituted an uncomfortable absence in social research, probably because its connotations of privilege and status are at odds with more usual representations of Gypsies. This article explores the dynamics of the notion of “Catalan Gitanos” at the beginning of the 21st century in the everyday practices of those inhabitants of Barcelona who both identified themselves and were identified as such. The central question raised is how and in what ways their strategies for the construction, deployment and attribution of this category were concretized; and what guaranteed the recognition and functioning of these strategies in a broader social field. I argue that the exclusivity and distinction of Catalan Gitanos' social positioning in Barcelona was in large measure supported by their supposed participation in some dominant forms of behavior, and in their ability to make this participation apparent through the re-creation of a range of hegemonic representations, especially those associated with certain notions of “Catalanness.” The expression *ser un marquès* (“being a marquis”) serves as the analytic and narrative axis that condenses some of the practices and representations then associated with the notion of “Catalan Gitanos.”

**Key words:** identification, representation, social class, Catalaness, Gypsies

\* Aquest article s'inspira en dues comunicacions prèvies: una presentada al 2013 BASEES/ICCEES European Congress (Cambridge, 5-8 abril 2013; i l'altra a les III Jornades Doctorals d'Antropologia (UB, 5-6 juny 2013). Les investigacions que fonamenten a aquest treball han rebut el suport del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, així com l'ajut FI 2007, del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa i el Fons Social Europeu. Destaco l'empremta de qui m'ha tutoritzat en diferents etapes doctorals: Paloma Gay y Blasco (University of St Andrews), Jean-Louis Olive (Université de Perpignan Via Domitia), Manuel Delgado (UB), i Josep Martí (CSIC). Les aportacions crítiques dels dos darrers, i les de Nina Kammerer (Brandeis University), han contribuït a polir un article gestat en les trobades del Grup CIUTADANIES, de l'Institut Català d'Antropologia.

“Som gitanos, som catalans,  
som artistes i venedors.  
Volem ser-ho per molts anys  
sense tindre que donar explicacions”.

Tornada de la cançó “Gitano català”, inclosa al disc  
Cop de Taula (Taller de Músics, 2011) de Peret Reyes

### ***Donant explicacions***

L'autor d'aquesta cançó és el veterà artista Peret Reyes, vinculat al nucli gitanocatalà del Portal (Barcelona)<sup>1</sup> i a la rumba catalana. A més d'una declaració de principis contundent, la lletra em sembla una interessant condensació de les representacions que els gitanos catalans de Barcelona, a principis del segle XXI, elaboraven d'ells mateixos en aquelles situacions en què s'identificaven i volien ser identificats com a tals. S'hi subratlla la juxtaposició de “ser gitano” i “ser català”, que per a molta gent podria resultar fins i tot contradictòria. I és que la noció de *gitanos catalans*, i les pràctiques que molts homes identificats amb la categoria hi associaven, contrastaven amb les representacions estereotípiques més comunes sobre els gitanos.

Això potser converteix aquest treball en una justificació. Com es desprèn de la lletra citada, penso que la mateixa noció de *gitanos catalans* requeria sovint una explicació. L'antropologia existeix per oferir explicacions, i això faré tot seguit; però alhora reivindica el dret de la gent a existir en termes propis, sense haver-se de justificar contínuament.

Invocant la màxima atribuïda a Jordi Pujol (“És català qui viu i treballa a Catalunya”), hom podria deduir que els gitanos catalans són aquells gitanos que viuen i treballen a Catalunya. Tanmateix, fora d'alguns contextos ocasionals<sup>2</sup>, la legitimitat de l'adscripció, a la Barcelona de principis del segle XXI, semblava reservada a un cercle més reduït. I és que la noció de *gitanos catalans* connotava una posició de privilegi i estatus que no tots els gitanos de Catalunya semblaven estar en condicions d'ostentar. Escrutada en situació, la categoria condensava un complex d'estratègies de posicionament social que la feien exclusiva.

El present article es proposa desembalar part d'aquest constructe tot explorant-ne la concreció i funcionament en la pràctica quotidiana d'aquells barcelonins que, en determinades situacions però de forma recurrent –és a dir no puntual-, s'identificaven i eren identificats com a gitanos catalans; i que semblaven gaudir de la legitimitat per fer-ho sense ser massa qüestionats per d'altres. La pregunta central és com i en què es concretaven aquestes estratègies; i quines eren les claus que en garantien l'èxit, és a dir el reconeixement i funcionament més enllà dels qui s'identificaven amb la categoria, en un camp social més ampli. Argumentaré que l'estatus de privilegi i el procés de distinció dels gitanos catalans de Barcelona se sustentava en bona part en la seva suposada participació en determinades formes de comportament dominants (cf. Lagunas, 1999, 2005:31-85), i sobretot en la seva capacitat de fer aparent i posar en relleu aquesta participació mitjançant la (re)creació d'algunes representacions hegemòniques. També assenyalaré que, pels seus protagonistes, això no implicava una atenuació de la seva reclamada gitanitat –en el sentit de “condició de gitanos”-, sinó que en reforçava l'especificitat.

---

<sup>1</sup> Vegeu l'apartat “Gitanos catalans de Barcelona”, on es presenten els nuclis de població gitanocatalana de la ciutat.

<sup>2</sup> Persones vinculades a l'associacionisme gitano de Catalunya, en certs fòrums públics, sovint adreçant-se a representants polítics o mitjans de comunicació, s'havien identificat com a gitanos catalans seguint la inferència esmentada.

Per a l’anàlisi recorreré a Bourdieu (1993:91-111) i a Bourdieu i Wacquant (2005), especialment a la metàfora del joc aplicat a les dinàmiques dels camps socials, les espècies de capital i la seva estructura en la configuració i negociació de posicions o, més ben dit, posicionaments. També invocaré de forma lliure i insuficientment aprofundida el concepte de *distinció* (Bourdieu, 1988).

Seguint a Brubaker i Cooper (2000), evito el concepte *identitat*, i aposto per alternatives com *identificació* (*identification*), *auto-concepció* (*self-understanding*), o *grupialitat* (*groupness*), segons el cas. Em semblen categories més acurades per abordar els fenòmens en qüestió i més capaces de reflectir-ne el caràcter dinàmic, situacional i vivencial. A més, ho trobo un exercici interessant per lidiar amb l’ambigüitat i la sobreexplotació de la categoria *identitat* en la investigació social (ibíd.:1-14). Provaré d’associar el concepte d’*ubicació o posició social* (*social location*), proposat pels mateixos autors, al de *posicionament social* (*social positioning*), apuntat més amunt, insistint en la seva naturalesa disposicional i processual. Entenc que la ubicació social és una “subjectivitat situada” (*situated subjectivity*) que implica un seguit de disposicions per a l’acció i una operativa pràctica contínua per situar-se socialment, més que no pas una posició donada i indiscutible.

Recorro força al terme *representació*. L’entenc no només en la seva accepció ideacional, derivada de la idea durkhemiana de *representacions col·lectives*; sinó també en el sentit de *performance*, inspirada en la concepció dramaturgic de la vida social de Goffman (1971). Aquesta juxtaposició de significats pot resultar ambigua. Tanmateix, al meu entendre les representacions col·lectives existeixen en les representacions (*performances*), és a dir en la seva encarnació, en el conjunt de disposicions de i per a l’acció que Bourdieu designa com a *habitus* (1993:91-111; i Bourdieu i Wacquant, 2005:179-181). Així doncs, concebo les representacions com a indestruïbles de la pràctica, de l’acció; i entenc que els discursos o les narratives no existeixen si no és com a constitutives d’accions, de *performances*.

### **Gitanos catalans de Barcelona**

Resulta un repte acotar la unitat poblacional d’anàlisi, i que la unitat observacional en sigui representativa. Fem inferències sobre conjunts de població, havent només treballat amb un nombre reduït d’individus. A més, amb l’embat de Brubaker (2002) encara costa més definir la unitat d’anàlisi sense prendre com a categoria d’anàlisi una categoria de pràctica; i sense caure en el *grupisme* (*groupism*), tipificat com “the tendency to take discrete, sharply differentiated, internally homogeneous and externally bounded groups as basic constituents of social life, chief protagonists of social conflicts, and fundamental units of social analysis” (ibíd.: 164). Però el mateix Brubaker (et al., 2006:12-13), en analitzar com operen l’etnicitat i el nacionalisme en la quotidianitat d’una ciutat de Romania, admet la necessitat pràctica de referir-se a “hongaresos” i a “romanesos”, no tant com a grups clarament delimitats i internament solidaris, sinó com a agregats de persones que s’identifiquen amb les categories en qüestió. M’agafo a això per entendre inicialment els gitanos catalans de Barcelona com aquells habitants de la ciutat que, en determinades situacions però de forma recurrent, s’identifiquen i són identificats com a gitanos catalans<sup>3</sup> (cf. Brubaker i Cooper, 2000:14-17).

Amb aquesta definició de partida vaig començar una aventura etnogràfica el 2005. Però aviat em vaig aferrar al caràcter altament territorialitzat de la categoria per

---

<sup>3</sup> A diferència de Lagunas (2005), em decanto pel terme *gitanos* i no per *calós*, ja que en la meua experiència etnogràfica el primer era força més recurrent que el segon, també entre els seus protagonistes quan es referien a ells mateixos.

poder concretar un terreny de treball. Les poques referències sobre gitanos catalans de Barcelona (Àlvarez et al., 1995; Garriga, 1998, 2000) ja citaven els tres nuclis, enclavaments, agregats territorialitzats de població o, en termes emic, “barris de (gitanos) catalans”, amb els quals posteriorment em vaig familiaritzar: el de Gràcia, ben conegut popularment, concentrat al terç sud de l’antiga vila, d’on va sortir l’artista Antonio González “El Pescadilla”; el del Portal (de Sant Antoni) o del Carrer de La Cera, ubicat entre el vèrtex occidental del Raval, els entorns de la Ronda Sant Pau (barri de Sant Antoni) i les zones properes del Poble Sec, bressol d’artistes de la rumba catalana com Peret o Los Amaya; i el d’Hostafrancs, conegut pels gitanos com a “Plaça Espanya”, el més nombrós dels tres nuclis però alhora el més desconegut entre les persones no iniciades, segurament per no haver engendrat artistes de renom. Els assentaments gitanos als entorns del Portal de Sant Antoni estan documentats des del segle XVIII (Gómez, 1980); i des de mitjans del XIX a Gràcia (cf. Vallmitjana, 2004:134) i a Hostafrancs (Alberch, 1998; Fabré i Huertas, 1976). A principis del segle XXI, aquests mateixos barris acollien diversos centenars de gitanos, que convivien amb i enmig d’una població majoritàriament no gitana i de classe mitjana, concentrats en zones o carrers concrets, i habitant pisos de propietat o de lloguer com els dels seus veïns “païos” (no gitanos).

Fins el 2007 vaig centrar-me en “Plaça Espanya”, especialment en la congregació local de la Iglesia Evangélica Filadelfia, denominació pentecostal representativa d’un moviment religiós quasi hegemònic entre la població gitana de l’Estat espanyol i d’altres indrets d’Europa (Cantón et al., 2004; Llera Blanes, 2008; Marfà, 2008b; Thurfjell i Marsh, 2014). Les meves interaccions van ser principalment amb els homes més assidus als cultes diaris<sup>4</sup>. Majoritàriament s’ocupaven en activitats comercials diverses (venda porta a porta o en mercats, establiments temporals de compra d’or o venda de cigarrets electrònics, compravenda d’automòbils i antiguitats, dependents en botigues de roba, comercials en immobiliàries...). D’altres recollien i venien ferralla, i alguns pastors evangèlics eren remunerats per liderar una congregació. Generalment, aquestes i altres activitats es combinaven i complementaven estacionalment en un sistema d’aprovisionament que Garriga (2000:147-163) qualifica de pluriocupacional, flexible i adaptable.

A finals de 2007 em vaig decantar per les pràctiques musicals. El meu nou camp s’ubicà en la xarxa de relacions entre músics dels diversos barris barcelonins i de la població veïna de Mataró; i alguns d’aquests músics –homes d’entre 25 i 60 anys– esdevingueren els meus informants principals. No em vaig desvincular del nucli de la Plaça Espanya, ja que entre 2008 i 2011 vaig viure a Hostafrancs –fins llavors vivia al contigu barri de Sants. En aquest període vaig realitzar treballar en diversos aspectes de la qüestió musical, si bé la meua forma d’estar en el camp va anar mudant. Inicialment hi participava com a investigador becat per la Generalitat<sup>5</sup>, i des de 2009 em vaig destacar com a activista de l’associació Foment de la Rumba Catalana (FORCAT), que reuneix músics, professionals del sector, investigadors, melòmans i aficionats per tal d’impulsar iniciatives en favor d’aquesta música<sup>6</sup>. Des de 2012 no visc a Barcelona i em trobo en procés d’escriptura, tot i que he mantingut contactes regulars amb el camp, especialment amb aquells músics amb qui he traçat una relació més estreta.

<sup>4</sup> El nombre d’assistents (homes i dones) als cultes diaris basculava entre 60 i 100 persones, variant segons factors estacionals, laborals, familiars, i d’alternatives d’oci, així com la requesta del pastor al càrrec o del predicador del dia, entres d’altres. A això cal afegir-hi una fluctuació similar en els nivells d’atenció, participació, seguiment de tota o part de la cerimònia...

<sup>5</sup> Entre 2007 i 2009 vaig participar en una recerca col·lectiva de l’Institut Català d’Antropologia titulada “Les pràctiques musicals entre els gitanos catalans. Rumbes, garrotins, tanguillos i més enllà”, que va rebre el suport del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

<sup>6</sup> Aquest rol ha redefinit el meu paper i posicionament en el camp, compartint sovint la condició d’actor i observador.

Tal trajectòria etnogràfica no em permet referir-me a totes les persones que s’identificaven com a gitanos catalans, sinó només a aquells amb qui he interaccionat i al període concret en què ho he fet: d’una banda, els homes del nucli d’Hostafrancs (Barcelona), especialment els assidus de la congregació evangèlica gitana local, entre 2006 i 2011; i de l’altra, entre 2007 i 2011, els homes amb dedicació relativament regular (encara que no exclusiva) a la música dels tres nuclis barcelonins i de Mataró, reconeguts en el seu entorn amb el rol de músics, i que conformaven entre ells una xarxa relacional identificable.

No sé si la mostra és representativa, ni què li caldria per ser-ho en un treball d’aproximació qualitativa. En qualsevol cas, cal advertir que l’etnografia transcorregué quasi exclusivament entre homes adults, de manera que el retrat pateix un biaix de gènere i d’edat. La perspectiva és bàsicament masculina i adulta, i l’argument invoca pràctiques i valors fortament masculinitzats. De moment no he aconseguit accedir a la perspectiva de les dones, en part degut a la segregació de gènere que estructura la vida social de la població gitanocatalana.

L’ús del passat en la narrativa és deliberat. Vol recordar que la meua experiència i conclusions no reclamen una validesa atemporal, sinó que estan situades en el temps, en un temps recent però passat. Amb el present narratiu m’arriscaria a congelar una realitat que canvia constantment i imprevisiblement.

### ***L’estereotip com a mirall invertit***

L’abril de 2013, en un sopar a Londres amb coneguts, algú em va preguntar per la meua recerca. Vaig parlar-li d’unes persones que s’identificaven com a gitanes, que eren sedentàries i no tenien cap memòria de nomadisme, que vivien en pisos de propietat situats en barris de classe mitja de ciutats com Barcelona, que gaudien d’un estatus econòmic prou folgat... i que, en molts aspectes, duïen una vida similar a la de qualsevol persona de classe mitjana del sud d’Europa. La reacció va ser: “Si és aquest el cas, com poden anomenar-se gitanos encara? Què els fa gitanos?”.

Em trobo en aquesta situació recurrentment, amb persones allunyades de les ciències socials, però també amb acadèmics. Les representacions més comuns sobre els gitanos els associen a la pobresa i la marginació, però també a la brutícia, l’anomia social, la violència i la venjança, la dependència i la manca d’oportunitats econòmiques, l’analfabetisme i les males maneres, el subdesenvolupament, el nomadisme i el desarrelament irremeiable...<sup>7</sup> I en el cas espanyol, els gitanos s’associen a Andalusia, i a tot un ethos i una estètica folcloritzant en ocasions invocada com a representativa de certs estereotips d’andalusitat i/o d’espanyolitat<sup>8</sup>.

Moltes recerques i informes sobre aquestes poblacions reforcen algunes d’aquestes assumpcions, ja que tendeixen a prioritzar les realitats més precàries i marginals, convertint-les en representatives (cf. Anta, 1994; Ivanov, 2002; Liegeois i Gheorghe, 1995; Okely, 1983; San Román, 1976). Per contra, les realitats que contradiuen tal patró rarament desperten l’interès científic ni són esmentades com a models a considerar per part de tècnics i legisladors. És el cas dels gitanos catalans, recurrentment descartats dels estudis etnogràfics per ser considerats “membres assimilats de la majoria hegemònica dominant” (Àlvarez et al., 1995:22) i per la seva aparent “normalitat” (Lagunas, 2005:32-33), com si s’haguessin allunyat de la

<sup>7</sup> Són molts els treballs que exploren els llocs comuns i representacions estereotípiques sobre els gitanos. Algunes referències destacades a Espanya són, des de diferents prismes, Calvo (1990), Ramírez-Heredia (2010) i Sánchez (2005:305-322).

<sup>8</sup> Gay y Blasco (1999:3-20) assenyala que en determinats contextos els gitanos “have come to epitomise Spanishness outside Spain”. A Europa no és rara la broma “All Spaniards are Gypsies”.

romàntica representació del gitano “autèntic”, curiosament associada a formes de vida inestables i precàries<sup>9</sup>. Curiosament tals acusacions d’aculturació sintonitzen amb el terme *apayados*, que d’altres gitanos fan servir per referir-s’hi despectivament<sup>10</sup>.

Descarts com aquest permeten mantenir intactes les assumpcions que sostenen tot un camp d’estudis i un paradigma d’acció política. I és que els gitanos catalans amb qui m’he topat, en moltes de les seves situacions quotidianes, no només rebutjaven qualsevol associació amb aquests retrats prototípics, sinó que es concebien i modelaven en termes totalment oposats. No es tractava d’un mer discurs, sinó del desplegament quotidià d’un seguit de pràctiques incorporades (*embodied*), on també es comprenien les narratives verbals. Els meus interlocutors recurrentment expressaven i escenificaven la seva preferència per aquelles formes de comportament associades a: la higiene, l’elegància, les bones maneres, i l’estil; la prosperitat material i el consum ostentós; l’emprenedoria i la independència econòmica; l’allunyament del conflicte i la violència; el coneixement i/o ús del català com a llengua materna; i les relacions cordials i fructíferes amb no gitanos (preferiblement de segments socials distingits, famosos, elits...). Totes aquestes pràctiques, a més, es reivindicaven com a immemorials:

“... mentre els altres anaven en carro, el meu avi ja anava en cotxe; mentre a la resta d’Espanya vestien parracs aquí ja duïen *traje* i corbata; quan la majoria vivien en barraques, aquí ja vivíem pisos; la meva àvia cuinava en una cuina i no feien un foc a terra, cosa per la qual caldria remuntar-nos molt de temps enrere”

I aquesta immemorialitat també s’aplicava a un seguit de condicions que els meus informants reclamaven i procuraven escenificar: la pertinència i arrelament al lloc; la condició urbana i sedentària; les nocions de modernitat, “civilització” i integració; i la catalanitat –en el sentit de “condició de catalans”–, tant en termes de vinculació al territori com de manera de ser (“el caràcter català”) i de pràctiques culturalment significatives.

El concepte de *modernitat* és central en l’aproximació de Lagunas (2005:31-85) als gitanos catalans de Mataró, que als anys 80 i 90 s’autodefinien com a “gitanos moderns”. Des d’una perspectiva emic, aquesta “modernitat” condensava i s’encarnava en moltes de les pràctiques aquí només esbossades, i en d’altres que l’autor detalla. El mecanisme que retrata no consisteix en una mera adhesió a una suposada noció hegemònica de la modernitat, sinó en la significació d’aquesta en termes propis:

“(…) los Calós participarían de manera diferencial –según sus códigos culturales- en la recepción y re-significación de los productos / mensajes materiales y simbólicos de la modernidad (modernización) y, simultáneamente, reteniendo aspectos importantes de su cultura como es su singularidad moral (o deberíamos decir su superioridad moral, tal como ellos la representan) y su cohesión social” (ibíd.:39)

La meua anàlisi no bascula entorn al concepte *modernitat*, ja que tot i ser present no era tan central en les representacions que els meus informants desplegaven d’ells mateixos. Alhora em sembla insuficient per sintetitzar la complexitat de la noció de

<sup>9</sup> Val a dir que algunes d’aquestes representacions també invoquen projeccions aparentment positivadores però igualment romàntiques i estereotípiques dels gitanos, atribuint-los habilitats connaturals per la música, el ball i l’endevinació; la proximitat amb la naturalesa i la puresa pre-industrial; la llibertat de moviments i la vida alliberada dels constrenyiments moderns... (cf. Clébert, 1985). En aquest article no entraré en aquesta qüestió, però el paper d’aquests tòpics suposadament positius és força important en les estratègies d’allunyament de les representacions negatives, tant entre els gitanos catalans de Barcelona com en d’altres grups.

<sup>10</sup> San Román (1998:115) assenyala que molts gitanos titllen negativament d’*apayados* a d’altres gitanos amb estatus socioeconòmic superior al propi, igual com *pelúos* –en català “peluts- s’usa en la direcció oposada, també per part dels gitanos catalans.

*gitanos catalans*. D'altra banda, crec que no es tracta tant de la recepció o apropiació creativa d'una modernitat o d'altres hegemònies inicialment alienes als gitanos catalans, i respecte a les quals aquests negocien una suposada cultura pròpia anterior a aquelles, com sembla apuntar la cita. Al meu entendre, els gitanos catalans poden ser millor concebuts com a coproductors de configuracions socials compartides (i per tant d'hegemònies), en el marc de les quals articulen especificitats que els permeten definir-se (i per tant existir) situacionalment com a gitanos catalans. En d'altres paraules, el seu paper com a actors en camps socials més amplis és actiu i contribueixen a la configuració d'aquests, malgrat que evidentment el seu grau d'influència i maniobra depengui d'un posicionament derivat de la distribució i el valor relatiu de les diferents espècies de capital en cada camp concret.

Tanmateix, no tots els homes que podrien identificar-se com a gitanos catalans estaven en condicions o tenien la voluntat d'encarnar el retrat desplegat més amunt, inevitablement simplista. N'hi havia que tenien el castellà com a llengua materna, d'altres eren poc exigents amb la higiene o la manera de vestir, alguns arribaven dificultosament a final de mes, d'altres es declaraven fervents nacionalistes espanyols, alguns s'enrolaven sovint en baralles... Tanmateix, aquells capaços d'escenificar de forma reeixida les formes de comportament preferencial esmentades semblaven ostentar un posicionament més central en les jerarquies internes dels gitanos catalans. I, a la inversa, apareixien com a actors millor posicionats per determinar els comportaments apropiats i desitjables (presentant els seus com a model) o, seguint la metàfora Bourdieu i Wacquant (2005:151-153), per modelar les regles del joc i el valor de les cartes (referint-se a les diferents espècies de capital, la seva distribució i valor relatiu en un camp determinat).

### ***L'alteritat encarnada***

Aquests gitanos catalans de Barcelona, en fer dels llocs comuns sobre els gitanos la seva pròpia alteritat, no qüestionaven tals representacions sinó que les transferien a d'altres. Així contribuïen a reproduir-les i reforçar-ne el caràcter estigmatitzador (Marfà, 2008a). Donaven a entendre que tals gitanos existien, però que ells no hi tenien res a veure, la qual cosa els permetia representar-se a sí mateixos en termes oposats i positius, en un procés de desestigmatització carismàtica (Warren, 1980).

Des de la seva perspectiva, i depenent del context, aquesta alteritat l'encarnaven els gitanos marginalitzats i amb menys recursos, però també de forma genèrica el conjunt de gitanos no catalans; i de forma més propera i concreta, els gitanos de suburbis metropolitans com La Mina (Sant Adrià del Besòs), Ciutat Meridiana (Barcelona), Sant Roc (Badalona) o Sant Cosme (El Prat de Llobregat); o també algunes famílies gitanes del seu propi barri, acusades d'enrolar-se en tràfic de drogues, possessió d'armes, violència i altres pràctiques mal considerades. Aquests “altres” gitanos eren referits despectivament com a “castellans”, “peluts”<sup>11</sup>, “gitanos negres”, “indis de la reserva”, entre d'altres expressions.

Entre els diferents nuclis gitanos no catalans, també s'establien diferenciacions d'estatus, en part coproduïdes per d'altres gitanos de l'àrea metropolitana de Barcelona, en una mena de geografia jeràrquica dels diferents nuclis de població gitana. Igualment, les expressions despectives llistades no eren exactament intercanviables sinó que conformaven una gradació de negativitat i desconsideració. La seva aplicació a casos concrets responia a consideracions d'estatus, i a la naturalesa de les interaccions reals amb les persones tipificades.

---

<sup>11</sup> Vegeu la nota 11.

Encara hi havia categories d'estatus menor, destinades sobretot a persones vingudes de l'est d'Europa, que treballaven a l'espai urbà com a drapaires o captaires. Aquests sovint no mereixien ni la categoria de gitanos i eren anomenats "roms" pels gitanos catalans, que en gestionaven la presència (re)produint els discursos populistes contra "els immigrants".

En d'altres nuclis de població gitana de Barcelona, i fins i tot en els "barris de (gitanos) catalans", hi havia famílies amb un poder adquisitiu notable i relacions amb sectors socials privilegiats, que s'erigien com a elits dins els seus enclavaments, o que en alguns casos vivien allunyats dels nuclis gitanos. Tanmateix, l'estatus econòmic i el capital social per si sols no semblava garantir l'adscripció a la categoria de *gitanos catalans*.

Alhora, persones reconegudes com a gitanos catalans vivien en condicions de subsistència força precàries. En aquests casos, prenen rellevància factors de diferenciació i singularització d'individus i famílies com: l'adscripció territorial històrica (a un "barri de (gitanos) catalans"); l'ús i/o coneixement del català com a llengua materna, preferentment en les variants gitanocatalanes; l'adscripció a una xarxa o línia de parentiu reconeguda com a gitanocatalana. Amb excepcions, aquests elements em semblaven força imprescindibles en l'autoidentificació i el reconeixement com a gitanos catalans. D'altres també operaven, però no sempre ni tan imperativament: les relacions cordials i la bona convivència amb els veïns no gitanos; l'evitació del conflicte violent; el coneixement i suposada observació de les "costums catalanes" (menjar escudella, celebrar Sant Joan, gaudir amb les sardanes...); la cordialitat general i les "bones maneres". Aquests darrers aspectes, de tipus més actitudinal, eren invocats com a propis del "caràcter català", és a dir associats a certa noció, efectivament estereotípica, de la catalanitat –la condició de català, el "ser català".

Segons Àlvarez et al. (1995:51-72), la singularitat gitanocatalana s'edificaria sobre una doble alteritat: la que representarien els gitanos no catalans o "peluts"; i la que representarien els no gitanos o "paios". Aquí s'hi encapsulen dues operacions d'alterització, si bé en aquest article em centro sobretot en una d'elles: la que perfilava els gitanos catalans mitjançant el distanciament amb els gitanos no catalans i l'apropament als catalans no gitanos. Així es bastia un posicionament de reconeixement i participació socials en el sí de la societat catalana (o en la representació d'aquesta), articulat en termes "d'integració", de "convivència" i de pertinença, que permetia alhora articular una posició d'exclusivitat i classe dels gitanos catalans entre els gitanos de l'estat espanyol. L'altra operació, que també era rellevant en molts contextos, consistia en la diferenciació respecte als paios i la identificació com a gitanos. Combinada amb l'anterior, fonamentava el posicionament de singularitat carismàtica i excepcionalitat dels gitanos catalans en el sí de la societat catalana, no només davant d'institucions polítiques i mitjans de comunicació, sinó també en interaccions quotidianes amb no gitanos.<sup>12</sup>

### **"Ser un marquès"**

El cas gitanocatalà no és únic. Moltes persones i col·lectius han de lidiar amb categories estigmatitzadores, i intenten invertir o atenuar la càrrega negativa de les

<sup>12</sup> Tot i que en són centrals, l'especificitat gitanocatalana no es reduïa només a aquestes dues operacions. Per exemple, a principis del segle XXI, semblava cada cop més rellevant l'afinitat situacional escenificada amb determinades persones d'origen llatinoamericà (especialment cubans, veneçolans, i colombians), amb qui alguns gitanos catalans joves o de mitjana edat hi compartien gustos i projectes musicals, afinitats religioses, preferències i models estètics, i fins i tot aliances matrimonials.



representacions dominants i la posició social que ocupen (Day et al., 1999)<sup>13</sup>. Gay y Blasco (1999) explica que els gitanos d'un suburbi madrileny concebien la seva moralitat i conducta com a superior a la dels *payos*, que era retratada de forma estereotípica i modelada com a alteritat del comportament desitjable. Els rom hongaresos (Stewart, 1997) també s'ubicaven al centre del seu univers moral, i resignificaven les seves condicions de dependència i marginalitat com a experiències d'autonomia i fins i tot de domini, almenys en determinats àmbits de la seva vida col·lectiva.

Però l'etnocentrisme moral o l'habilitació d'espais socials de control propi, així com l'habitual circulació de representacions estereotípiques en una i altra direcció, no milloren per si sols el posicionament social dels implicats. Cal que d'altres actors socials comparteixin en alguna mesura la contestació proposada. En el cas dels gitanos catalans, com ja apuntaven Àlvarez et al. (1995:65-66) i Lagunas (2005:31-85), això es pot entendre posant de relleu la lògica de classe social, immanent a moltes de les estratègies associades a la noció de *gitanos catalans*. De fet, l'esmentat distanciament respecte a determinades representacions de la gitanitat –i els seus suposats representants–, es pot llegir en termes de classisme o elitisme (cf. San Román, 1998:115). Però no es tracta d'un mer desplegament narratiu o simbòlic, sinó que el mecanisme està incrustat (*embedded*) en la quotidianitat pràctica, en les disposicions de i per a l'acció que conformen *l'habitus* (Bourdieu, 1993:91-111). Són estratègies constitutives del procés que Brubaker i Cooper (2000:17-19) designen com a auto-concepció (*self-understanding*) i ubicació social (*social location*), però que com veurem impliquen un reeixit mecanisme de posicionament social efectiu, atès que no es limiten a l'àmbit de l'autopercepció subjectiva sinó que adquireixen reconeixement i legitimitat en cercles socials més amplis.

Per il·lustrar això presentaré un conjunt de disposicions pràctiques que molts gitanos catalans de Barcelona associaven a i premiaven amb l'expressió “ser un marquès”. Literalment referida a un títol nobiliari que cap dels meus informants ostentava, la locució és un exemple destacat de l'ús recurrent que aquests feien de les metàfores (“ser un marquès”) allà on d'altres emprarien comparacions (“ser com un marquès”)<sup>14</sup>.

“Ser un marquès” s'utilitzava habitualment per referir-se a un individu (“sóc un marquès”, “ets un marquès”, “és un marquès”), i era una expressió que valorava una acció concreta. No era una categoria establerta que designava un estatus formal, sinó una valoració formulada com a assignació metafòrica d'estatus. Es podria fàcilment equiparar a “tenir classe”, connotant alhora “tenir estil” i “ser digne d'estatus” o, en d'altres paraules, “tenir un estil digne d'estatus”. Condensava les nocions de classe o distinció, en el sentit d'estatus o posició social, i també d'estil o elegància, implicant així consonància amb les pràctiques de les elits socials amb qui hom vol identificar-se, o entre qui hom vol concebre's (*self-understanding*) o ubicar-se (*social location*). “Ser un marquès” era una expressió polisèmica, que vaig veure aparèixer en situacions diverses però relacionables entre elles, habitualment de la boca d'homes joves –des de casadors (“fadrins”) fins a adults casats de mitjana edat–, i rarament per part d'homes més grans. Es tracta doncs d'un concepte que encapsula certa noció de masculinitat: “ser un marquès” apareixeria en certa manera com una forma desitjada de ser home, com una forma segurament més completa de ser home. Invoco aquesta expressió per una voluntat

<sup>13</sup> Vegeu la nota 10, sobre el paper de les representacions estereotípiques positives sobre el gitanos, i el seu paper en les estratègies d'allunyament o inversió dels tòpics negatius.

<sup>14</sup> D'altres exemples són “ser una canal” (ser maldestre o poc hàbil, especialment en la pràctica musical), “ser mel” (dit d'un aliment molt bo, ben cuinat, gustós) o “ser lo més gran del món” (dit d'una activitat altament plaent, generosa o superlativa).

d'aproximació fenomenològica a la qüestió, però també com a recurs literari. Em permet fonamentar etnogràficament i concretar el meu argument, alhora que el dota d'una vestidura narrativa amb més ganxo que l'anàlisi abstracta. En cap cas voldria que fos llegit des d'una òptica purament semiòtica.

### ***La vestimenta***

Un ús habitual de l'expressió “ser un marquès” feia referència a la manera de vestir, i s'emprava sobretot en ocasions extraordinàries en què l'escenificació estètica era important, com els casaments i altres festes, o el culte dominical i altres cerimònies de l'església evangèlica. Quan algú hi apareixia singularment ben vestit, se'n parlava dient “és/ets un marquès”. L'elegància en la vestimenta era motiu recurrent de conversa entre joves i adults, i semblava un factor important en l'escenificació i assignació d'estatus individual i familiar. Els homes lloaven els vestits masculins (*trajes*) de tall italià, preferentment de marques prestigioses, que eren majoritaris en els casaments, però també hi havia qui els utilitzava en ocasions més quotidianes com el culte evangèlic diari o la venda porta a porta. En els esdeveniments especials i sobretot entre els més joves, també s'apreciaven els vestits més atrevits, les teles amb reflexos, els detalls ornamentals vistosos, i els colors que sortien del cànon de negres/grisos/blaus. En aquest camp, operava la tensió entre, d'una banda, el valor i l'exigència de singularitat i originalitat personals; i de l'altra el coneixement i correspondència dels cànons estètics en voga segons la situació, el grup d'edat, les modes o tendències estètiques del moment o d'altres condicionants socials (el compromís amb els preceptes evangèlics de contenció i rectitud; l'observança d'un dol per part d'algú present; un divorci recent; la condició de promès...). La plasticitat dels cànons i els seus límits depenien de la posició social de l'individu en qüestió i la seva família, clau en l'apreciació d'una transgressió com a excentricitat ridícula o com a avantguardisme digne del qualificatiu de “marquès”. Com apunten Bourdieu i Wacquant (2005:155-156), no tothom jugava amb les mateixes cartes ni estava en la posició de partida; i fins i tot per als més ben posicionats la frontera entre ridícul i originalitat era fina, i requeria un afinat càlcul de possibilitats i riscos. Heus aquí dos exemples d'això.

A la Plaça Espanya, hi havia un adult casat, aparentment tímid però xerraire, i dedicat sense massa sort a la venda porta a porta i altres ocupacions poc rendibles. Era baixet, prim i amb la pell castigada per les afeccions cutànies. Acudia ocasionalment al culte evangèlic però es declarava escèptic i poc fervorós. Semblava ocupar una posició marginal en el sí del nucli. Sobretot quan anava o venia de vendre, vestia amb traje, nets i planxats, com molts predicadors evangèlics. Tanmateix, el seu aspecte era sovint motiu de mofa. La seva aparença no semblava reeixir com a elegant, i els altres assenyalaven alguns detalls “delators”: el vestit no era de marca, li anava gran...

Jo protagonitzo un exemple de desconeixement de les regles del joc i els protocols estètics. En un casament vaig abillar-me amb vestit negre, i una camisa de color a sota. La meua lògica, basada en la participació en bodes anteriors, era anar arreglat seguint el cànon mitjà, sense destacar excessivament, com farien els joves fadrins, que en els casaments desplegaven estratègies d'aparellament. Tanmateix, la festa era a ple estiu i en tals ocasions, d'acord amb la moda hegemònica, els meus informants optaven per vestits fins de colors clars, de manera que la meua deliberada escenificació destacà per inapropiada.

En situacions com aquestes dues l'expressió “ets un marquès” s'utilitzava en sentit irònic, posant de relleu que la persona en qüestió s'havia mudat d'una manera que no corresponia a la situació, sovint per excés. Aquest to ridiculitzador també s'emprava per “delatar” algú que sense èxit intentava assimilar-se estèticament a una posició social

que no li corresponia, com en el primer cas; o per assenyalar l’atreuiment d’algú que no gaudia d’un posicionament social prou central com per a que la seva transgressió dels codis estètics situacionals fos lloada<sup>15</sup>. Uns codis que, a més, eren altament canviants ja que les modes, per definició, se succeeixen amb un dinamisme trepidant. La noció de *modernitat* entre els gitanos catalans de Barcelona també implicava estar al dia de les darreres tendències estètiques i de consum (cf. Lagunas, 2005:36-42), i no tothom disposava del coneixement actualitzat d’aquestes, de prou poder adquisitiu per a tal nivell de consum, o del reconeixement social per crear tendència.

### **La higiene**

A més del vestir, l’aparença estètica s’articulava en d’altres elements, i la noció d’higiene semblava rellevant. Per als homes gitanocatalans amb qui vaig interaccionar, una aparença personal neta tenia a veure, entre d’altres, amb: dur la roba neta, planxada i com més nova millor; dutxar-se sovint (un o dos cops al dia); rentar-se les mans abans i després de menjar o d’anar al lavabo; dur els cabells i la barba degudament tallats, arreglats o pentinats; i fer olor de perfum, desodorant o sabó d’home. Però la netedat personal masculina semblava transcendir el cos i encarnar-se també en la casa; la muller, de qui es lloava tant la higiene personal com la cura de la netedat i endreça domèstiques; els fills; i el cotxe, que molts duïen a rentar recurrentment. A la pràctica, eren pocs (o cap) els homes que observaven un ideal tan exigent, i sovint semblaven prioritzar-ne els aspectes més visibles o afinar la pròpia exigència en les ocasions més públiques, precisament on podien rebre la lloança “ets un marquès”.

Alhora els hàbits d’higiene apareixien com a intermediaris en les interaccions amb determinats objectes o llocs considerats bruts i/o font de malalties. Era el cas dels establiments de restauració (bars i restaurants). Els meus informants, quan podien, optaven per aquells on local i mobiliari lluien de nets, i on el personal tenia aspecte i maneres polides. Abans de consumir-hi, alguns revisaven got i coberts, que eren reemplaçats en cas que de detectar-hi senyals de brutícia o degradació. Molts procuraven evitar tovalloles i tovallons d’establiments públics, arguint fàstic per haver estat usats per altra gent.

Un mecanisme similar es reproduïa sovint en les interaccions amb gitanos “peluts” i d’altres persones considerades en una posició social inferior, que tenien lloc en trobades evangèliques, concerts, bodes i altres ocasions. Molts dels meus informants, davant meu o d’altres gitanos catalans, explicitaven la seva incomoditat amb aquestes interaccions, i in situ procuraven desplegar un seguit de mesures per protegir-se d’un contacte que concebien com a embrutidor: rentar-se les mans després de les encaixades, rebutjar les invitacions a menjar en cases d’altri... (cf. Okely, 1983:77-104; Gay y Blasco, 1999).

### **El carisma i les (bones) maneres**

“Ser un marquès” també lloava determinades disposicions associades a la gesticulació, la posició i els moviments corporals, i l’expressió verbal. Aquesta vessant de *l’habitus* costa de descriure però els meus informants premiaven aquelles disposicions que denotaven: convicció i seguretat en un mateix i les pròpies maneres; habilitat per suscitar simpatia, respecte i admiració en els altres; mesura, capteniment i capacitat d’adequació a cada situació; demostració d’amabilitat i cortesia; i d’altres aspectes actitudinals com la puntualitat, la paraula (“tenir paraula”), el compromís... Tot

---

<sup>15</sup> L’expressió “ser un marquès” no tenia un correlatiu negatiu, de manera que la seva negació s’expressava per omissió o en aquest ús irònic i ridiculitzador.

plegat contribuïa al bastiment del carisma, forma privilegiada de reconeixement social i fins i tot d'autoritat, clau en les formes de relació de molts homes gitanocatalans entre ells i amb persones no gitanes, i estratègica en el seu posicionament social. Les tres darreres qüestions de l'enumeració inicial tenen a veure amb allò que en diríem ser educat o tenir bones maneres. Per destacar això en algú, molts gitanos catalans empraven l'expressió “ser (una persona / un gitano) formal”. Quan aquestes maneres eren, a més, aparents i elegants, podien motivar la tipificació de “marquès”. “Ser un marquès” doncs requeriria “ser un gitano formal”.

La *formalitat* en aquest cas volia dir “saber estar”, és a dir disposar del capital cultural per participar reeixidament en situacions diverses, no només entre gitanos catalans sinó també entre paios (no gitanos) amb cert estatus social. Per exemple, s'esperava dels líders de les associacions gitanes que fossin persones “formals”, per actuar amb desimboltura en les reunions amb representants institucionals. Els músics “formals” eren aquells que complien amb requeriments de la indústria musical convencional com: la puntualitat, el compliment d'horaris, el compliment de compromisos contractuals... Es podria dir que “ser formal” suposava disposar d'un coneixement pràctic o *know-how* (capital cultural) per afrontar determinades situacions, segons les regles del joc que els regulaven (codis de comunicació, disposicions corporals, protocols de cortesia...).

Més enllà d'aquesta *formalitat*, també es lloava la capacitat de treure profit d'aquestes situacions, ja fos a nivell de capital econòmic (en forma de contractacions, compres, encàrrecs...) o simbòlic (prestigi, reconeixement). Per a això calia tenir habilitats negociadores, comercials i oratòries; però també carisma, ser capaç de caure en gràcia, ja que a més de conduir les situacions en favor propi, es tractava d'establir relacions i complicitats, de plaure els interlocutors, de quedar bé, de tenir allò que s'anomenen “habilitats socials” (*relational skills*). “Marquès” era considerat aquell qui, en detectar i fer-se amb fonts de recursos (capital econòmic i/o simbòlic), no hi arriscava capital social ni simbòlic, és a dir no renunciava a la *formalitat*, ans al contrari. Eren recurrents els casos en què un músic venia el seu projecte o producte, però la seva “manca de formalitat” o el seu afany per esbrimar al màxim la font de recursos havia acabat costant-li les bones relacions (capital social) que li havien permès concertar el negoci i part del prestigi (capital simbòlic) de què gaudia en aquell àmbit, privant-lo de futures oportunitats.

### ***La prosperitat material i els contactes estratègics***

El conjunt de pràctiques i formes de comportament descrites requereix certa folgança econòmica, que permeti dedicar recursos (diners, treball, temps...) al seu desplegament. A més, el capital econòmic contribueix al posicionament social, i per tant a que els criteris o transgressions pròpies siguin acceptades pels altres.

L'ostentació de prosperitat material, sempre que fos amb mesura i estil, també semblava activar l'expressió “ser un marquès”. Lagunas (2005:40-42) explica com el consum ostentós (cotxes, telèfons mòbils, festes, vestits...) era per als gitanos catalans de Mataró una manera d'escenificar-se com a tals (i com a gitanos moderns) de cara enfora, alhora que de posicionar-se en les jerarquies socials pròpies. Entre els meus informants, el concepte de “marquès” implicava un consum ostentós i alhora redistributiu, però amb certa contenció del malbaratament. Compartir la riquesa ostentosa era clau en l'articulació i reforç dels cercles socials més immediats. Segons el grup d'edat, l'ocasió i el grau d'observança de la moralitat evangèlica, entre d'altres factors, aquests gestos tenien diferents rebudes. Un jove fadrí podia gastar-se el jornal convidant els seus amics de festa i guanyar-se la consideració de la colla, però

rarament li valia l’apel·latiu de “marquès”. En canvi, un casament era una pràctica socialment regulada de malbaratament on els pares dels nuvis s’hi abocaven, entre d’altres raons, per potenciar el prestigi propi, del fill o filla, i de la família. Els evangèlics més observants tendien a una major contenció de les despeses en aquesta i d’altres ocasions, ja que el malbaratament ostentós s’associava a la materialitat i l’aparença, i contrariava els preceptes divins d’austeritat i humilitat.

En qualsevol cas, “ser un marquès” no volia dir fer-se notar cridanerament, sinó escenificar estatus de forma preferiblement subtil i sòbria. El consum ostentós havia de ser amb estil i criteri. Per exemple, era digne de “marquès” adquirir un cotxe car i de marca prestigiosa; mentre que un esportiu de colors lluents i “tunejat” podia ser vist com a més propi d’un fanfarró. Aquí l’edat i fase vital eren factors clau: els homes casats tendien a la primera opció, i els fadrins a la segona. El mateix passava amb els vestits, les joies o els telèfons mòbils.

L’ostentació també s’aplicava al capital social. Era “un marquès” qui podia mobilitzar una xarxa personal de contactes estratègics i connexions socials amb sectors socials privilegiats i personatges carismàtics: artistes coneguts, esportistes d’elit, empresaris i emprenedors exitosos, polítics i càrrecs institucionals... Aconseguir que al casament d’un fill o familiar proper hi assistís un futbolista del Barça o un cantant famós era una font de prestigi.

### ***L’evitació del conflicte***

Finalment, “ser un marquès” també apareixia vinculat a l’evitació del conflicte. Això implicava tenir capacitats conciliadores, prevenir les disputes i evitar involucrar-s’hi, especialment si presentaven derivacions violentes; i també tenir habilitats per resoldre o canalitzar conflictes oberts. Això és el mateix que s’esperava dels “onclos” o “homes de respecte”, els homes d’edat avançada amb autoritat moral, que eren consultats o cridats a intervenir en situacions de conflicte (cf. Lagunas, 2005:178-182; San Román, 1998:66-70). Aquest estatus s’atribuïa a homes amb una trajectòria vital considerada exemplar. Així, podria ser que el qualificatiu de “marquès” apuntés implícitament que, persistint en l’actitud lloada, es podria arribar a assolir l’estatus “d’onclo”. Això explicaria en part perquè els homes d’edat avançada no utilitzaven tal expressió.

Evitar el conflicte també implicava no recrear-se en tals successos, és a dir no parlar-ne més del compte o menystenir-ne la importància, especialment amb persones sense cap implicació. A Hostafrancs, les meves preguntes sobre episodis de conflicte que havia presenciats o m’havien arribat topaven sovint amb evasives<sup>16</sup>.

### ***Més enllà del marquesat***

Segurament cap dels meus informants usava l’expressió “ser un marquès” en totes les accepcions i ocasions descrites. Però aquí es tractava d’exposar la polisèmia de la locució, relacionant els diferents significats particulars recollits sobre el terreny, en un retrat panoràmic. Igualment, amb la noció de *gitanos catalans* s’ha perfilat un tipus ideal, fruit de l’abstracció i la síntesi analítiques. No existeix, en el sentit de què cap dels meus informants la formulava exactament i completament així. Més aviat era un concepte flotant que es (re)produïa en diferents situacions, incloses (però no només) les

---

<sup>16</sup> Jo exercia un rol de representador, és a dir de mediador a través del qual els meus interlocutors es projectaven com a gitanos catalans. Potser alguns procuraven evitar o menystenir informacions suposadament pertorbadores de les representacions que volien fer d’ells mateixos.

narratives explícites sobre “el gitano català” o “els gitanos catalans”. És d’aquestes situacions pràctiques que he intentat ocupar-me.

L’expressió “ser un marquès” doncs condensa alguns dels elements constitutius de la noció de *gitanos catalans* que vaig tenir l’oportunitat de percebre; però no ho recull tot, ni és definitiva, ni indispensable. Tampoc vol assimilar-se o reemplaçar el concepte de *modernitat* i l’expressió “som gitanos moderns”, en els termes plantejats per Lagunas (2005). Tan sols és una síntesi possible d’un conjunt de pràctiques preferents entre els gitanos catalans amb qui vaig treballar, que aquests presentaven com a definitòries d’ells mateixos. Però n’hi havia moltes d’altres no associades a la locució presentada. És el cas de l’emulació creativa de pràctiques socials associades a certes elits, com el recurs a clíniques privades (Lagunas, 1999) o l’escolarització en col·legis concertats. I també les representacions de catalanitat com a vinculació històrica al lloc, de sedentarisme ancestral, o de la rumba catalana com a creació genuïna i definitòria, entre d’altres qüestions que no puc desenvolupar aquí.

### ***L’èxit de l’estratègia***

La pregunta inicial de l’article era com el bastiment de la noció de *gitanos catalans*, que implica el distanciament respecte a representacions hegemòniques estigmatitzadores, podia tenir ressò més enllà dels seus protagonistes, traduint-se efectivament en un posicionament social privilegiat. El reeiximent de l’estratègia penso que es devia com a mínim a dues claus importants i relacionades entre elles.

D’una banda, l’èxit residia en la consonància de les pràctiques presentades –i d’altres que també articulaven la noció de *gitanos catalans*– amb representacions i formes de comportament hegemòniques, és a dir aquelles que certes elits socials havien aconseguit presentar com a universalment desitjables. De fet, el lector mitjà de l’article podria fàcilment identificar com a pròpies moltes de les pràctiques i valors aquí atribuïts als gitanos catalans. Aquest és precisament el quid de la qüestió: els meus informants abraçaven i es representaven en formes de comportament associades als segments mitjans més acomodats (o benestants) d’una població general de la qual formaven part. I no ho feien com a adherents passius, sinó com a partícips creatius en la configuració d’aquestes i altres hegemònies.

En aquest sentit, no és casual que els meus informants atribuïssin a la seva condició de catalans unes formes de comportament assenyalades com a distintives d’ells mateixos, i presentades com a proves i garants del seu estatus social. En efecte, moltes de les pràctiques aquí associades a la tipificació “ser un marquès” sintonitzaven amb certes representacions dominants i estereotípiques d’un suposat ethos català: el saber estar, l’elegància, la mesura i la contenció, la capacitat de plaure a tothom, la cortesia i l’amabilitat, l’emprenedoria i l’esperit comercial, l’actitud no bel·ligerant i pactista...<sup>17</sup>. Es tracta principalment de pràctiques atribuïbles a certes elits socials, però presentades com a representatives. La seva posició social ha permès precisament que històricament hagin tingut més influència en el camp de la definició de la catalanitat, abocant-hi valors i formes de comportament pròpies de la seva classe social.

D’altra banda, i a la inversa, la noció de *gitanos catalans* es perfilava com una mena d’estereotip que es (re)produïa no només en l’acció de les persones que s’identificaven com a tals; sinó que també hi intervenien d’altres actors socials

<sup>17</sup> Entre els autors més influents en la producció, tant descriptiva com prescriptiva, de representacions col·lectives sobre la catalanitat s’hi compten noms majúsculs com Ferrater Mora (1999), Trueta (1999), Almirall (1979), Pi i Sunyer (1983), o Vicenç Vives (1962). Aquest darrer va exercir una influència directa en Jordi Pujol, ideòleg clau en la formulació moderna de les representacions sobre la catalanitat hegemònica, i cap polític visible de la “nova burgesia” catalana i catalanista que propugnava Vicenç Vives (Ruiz, 2014).

(associacions gitanes, institucions polítiques, acadèmics entre els quals m’incloc, periodistes, entre d’altres), disposats a (re)produir tal representació en aquests termes dobles: per oposició a les representacions més negatives sobre els gitanos, i per assimilació a una catalanitat hegemònica.

Així, els gitanos catalans s’incloïen en el procés de construcció de la nació catalana (*nation-building project*), sense que això impliqués necessàriament una explícita afiliació nacionalista. La seva incorporació en el cos social de la nació projectada, especialment per part de les elits polítiques dominants, permetia eixamplar-la i presentar-la com a veritablement transversal, alhora que articular unes dinàmiques d’exclusió i marginació d’aquells que no tenien a veure amb “els nostres gitanos”. La gitanitat modèlica era la pròpia (catalana), la dels gitanos catalans, exemple d’integració social i prova d’aquesta; i es confrontava amb una gitanitat aliena (no catalana), més problemàtica i responsable de la seva pròpia anomia i marginació, que requeria la intervenció assistencialista, el control i la fiscalització per part de l’administració. Això es podia llegir com una variació particular del tema de la representació orientalista d’una catalanitat “civilitzada”, “moderna” i modèlica; oposada a ethos més “barbàrics”, “endarrerits” o poc desitjables associats de forma també prototípica a l’espanyolitat, la castellanitat, l’andalusitat... (cf. Clua, 2011). Es tracta d’una dicotomia que, tant en el cas dels gitanos com de la població en general, (re)produeix desigualtats i encapsula concepcions etnicistes de la nació.

Altre cop el cas gitanocatalà no és únic. En aquest i altres contextos, hi ha gitanos –entesos aquí en termes genèrics, com a categoria equivalent a *Gypsies* o *Roma*– que no fan d’objectes o dispositaris passius de les representacions de l’altre europeu, nacional o local; sinó que són participants creatius en les dinàmiques hegemòniques d’alterització i de configuració dels “nosaltres” dominants. Sovint, com en el cas gitanocatalà, l’estratègia passa per un alineament actiu amb un “nosaltres” dominant, habitualment definit en termes nacionals; o com a mínim per trobar maneres de contrarestar, esquivar o matisar les dinàmiques d’alterització, podent transitar amb certa fluïdesa entre les categories del “nosaltres” i els “altres” (cf. Lemon, 2000; Olivera, 2012; Roman, 2012; Theodosiou, 2003, 2007).

### ***A mode conclusiu***

En el present article advoco per considerar els gitanos –i qualsevol altra població concebuda com a socialment segregada– no com un compartiment social estanc o, en el millor dels casos, receptors d’hegemonies; sinó com a membres actius de realitats socials més àmplies (camps) i per tant contribuïdors en la seva configuració. Això no treu que la seva posició en cada camp acoti la seva influència en aquest procés creatiu, en comparació a d’altres actors socials més (o menys) ben situats.

Tal enfocament ens convida a qüestionar el valor omniexplicatiu que des de les ciències socials concedim massa sovint a la categoria *etnicitat*. Aquesta, com *identitat*, és una narrativa emic, una categoria de pràctica, que s’invoca per naturalitzar (o culturalitzar) determinades relacions o processos socials, i que acabem convertint en categoria d’anàlisi (Brubaker, 2002, 2009). Si bé per a l’antropologia és clau comprendre el món des de la perspectiva dels protagonistes, això no pot enterbolir mirada analítica. En aquest sentit, el prisma de la classe social és clau per entendre una qüestió, la dels gitanos catalans, que sobre el terreny es formula sovint en termes d’*identitat* o *etnicitat*.

Tot plegat hauria de convidar-nos a repensar la distància moral i social amb què sovint mirem els gitanos. Lluny d’un grup exogen caracteritzat per unes pràctiques alienes, resulta sovint més clarificador entendre’ls a la llum de les condicions socials

que compartim, i no només aquelles que ens diferencien. Per a tal efecte, potser caldria aplicar l'*objectivació participant* de Bourdieu (2003), és a dir un examen crític de l'univers social on s'ha fet l'investigador i la seva aproximació, que sovint no és tant distant del dels seus informants.

## Bibliografia

- ALBERC, R. (dir) (1998) "Hostafrancs, aproximació a la història d'un barri / L'Hostafrancs del segle XX, lluny i a prop", a *Els barris de Barcelona*, Barcelona: Enciclopèdia Catalana, Volum II, pp. 84-93.
- ALMIRALL, V. (1979 [1886]) *Lo Catalanisme*, Barcelona: Edicions 62.
- ÀLVAREZ, A.; IGLESIAS, D.; SÁNCHEZ, J. (1995) *Sabor de rumba. Identitat social i cultural dels gitanos catalans*, Lleida: Pagès editors.
- ANTA, J. L. (1994) *Donde la pobreza es marginación: un análisis entre gitanos*, Barcelona: Humanidades.
- BOURDIEU, P. (1993 [1980]) *El sentido práctico [Le sens pratique]*, Madrid: Taurus
- (2003) "Participant Objectivation", *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 9, pp. 281-294.
- BOURDIEU, P.; WACQUANT, L. (2005 [1992]) *Una Invitación a La Sociología Reflexiva [An Invitation to Reflexive Sociology]*, Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- BRUBAKER, R. (2002) "Ethnicity without groups", *European Journal of Sociology* 43(2), pp. 163-189.
- (2009) "Ethnicity, Race and Nationalism", *Annual Review of Sociology*, 35, pp. 21-42.
- BRUBAKER, R.; COOPER, F. (2000) "Beyond 'identity'", *Theory and Society* 29, pp. 1-47.
- BRUBAKER, R.; FEISCHMIDT, M.; FOX, J.; GRANCEA, L. (2006) *Nationalist Politics and Everyday Ethnicity in a Transylvanian Town*, New Jersey: Princeton UP.
- CALVO, T. (1990) *¿España racista?: voces payas sobre los gitanos*, Barcelona: Anthropos.
- CANTÓN, M.; et alter. (2004) *Gitanos pentecostales. Una mirada a la Iglesia Filadelfia en Andalucía*, Sevilla: Signatura.
- CLÉBERT, J. P. (1985 [1965]) *Los gitanos [Les tziganes]*, Barcelona: Orbis.
- CLUA, M. (2011) "Catalanes, inmigrantes y charnegos: "raza", "cultura" y "mezcla" en el discurso nacionalista catalán", *Revista de Antropología Social*, 20, pp. 55-75.
- DAY, S.; PAPATAXIARCHIS E.; STEWART, M. (1999) "Consider the Lilies of the Field", en *Lilies of the Field. Marginal People who live for the moment*, Oxford: Westview Press, pp. 1-24.
- FABRÉ, J.; HUERTAS, J. M. (1976) "Hostafrancs: fill d'un hostel i d'una indústria", en *Tots els barris de Barcelona*, Barcelona: Edicions 62, Volum I, pp. 199-225.
- FERRATER MORA, J. (1999 [1944]) *Les formes de la vida catalana*, Barcelona: Columna / Proa.



- GARRIGA, C. (dir.) (2000) *Els gitanos de Barcelona. Una aproximació sociològica*, Barcelona: Diputació de Barcelona. Àrea de Serveis Socials.
- (1998) “Els gitanos d’Hostafrancs”, en ALBERCH, R. (dir.), *Els barris de Barcelona*, Volum II, p. 87.
- GAY Y BLASCO, P. (1999) *Gypsies in Madrid: Sex, Gender and the Performance of Identity*, Oxford: Berg.
- GOFFMAN, E. (1971 [1959]) *The Presentation of Self in Everyday Life*, London: Penguin Books.
- GÓMEZ, A. (1980) *Los gitanos de Cataluña en el siglo XVIII*, *Historia y Vida* 150, pp. 80-93.
- IVANOV, A. (2002) *Avoiding the Dependency Trap. The Roma in Central and Eastern Europe. A Regional Human Development Report*, Bratislava: UNDP.
- LAGUNAS, D. (1999) “Resolviendo la salud. Los gitanos catalanes”, *Gazeta de Antropología*, 15.
- (2005) *Los tres cromosomas: modernidad, identidad y parentesco entre los gitanos catalanes*, Granada: Comares.
- LEMON, A. (2000) *Between Two Fires. Gypsy Performance and Romani Memory from Pushkin to Postsocialism*, Durham / London: Duke UP.
- LIEGEOIS, P; GHEORGHE, N. (1995) *Roma/Gypsies. A European Minority*, Brixton: Minority Rights Groups.
- Llera, R. (2008) *Os Aleluias. Ciganos evangélicos e música*, Lisboa: Universidade de Lisboa. Instituto de Ciências Sociais. Imprensa de Ciências Sociais.
- MARFÀ, M. (2008a) “De lejos y de cerca. Diferenciaciones y negociaciones identitarias entre gitanos catalanes y romá procedentes de Rumania”, en VV.AA., *La política de lo diverso: ¿producción, reconocimiento o apropiación de lo cultural?*, Barcelona: Fundació CIDOB.
- (2008b) *Singularitat carismàtica. Religiositat pentecostal i (re)construccions identitàries en una congregació evangèlica gitanocatalana de Barcelona*. Tesina. Universitat de Barcelona.
- OKELY, J. (1983) *The Traveller-Gypsies*, Cambridge: Cambridge UP.
- PI I SUNYER, C. (1983 [1927-1929]) *L’aptitud econòmica de Catalunya*, Barcelona: La Magrana.
- RAMÍREZ-HEREDIA, J. (dir) (2010) *¿Periodistas contra el racismo? : la prensa española ante el pueblo gitano: 2008-2009*, Barcelona: Instituto Román de Servicios Sociales y Culturales.
- ROMAN, B. R. (2012) “Between Ethnic and National Solidarity: Finnish Roma Representatives on Romanian Roma Beggars, Citizenship and the Roma Nation” [unpublished]. Paper at the 2012 Assessing Accession Research Symposium, Tartu (Estonia), 14-15 June 2012.
- RUIZ, J. M. (2014) “Jordi Pujol. Una història de la Transició”, *Ara Diumenge*, núm. 26, (2 de novembre).
- SAN ROMÁN, T. (1976) *Vecinos gitanos*, Madrid: Akal.

- (1998 [1994]) *La diferencia inquietant. Velles i noves estratègies culturals dels gitanos*, Barcelona: Altafulla.
- SÁNCHEZ, M. (2005) *Estudi sobre la població gitana de Catalunya. Informe final*, Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- STEWART, M. (1997) *The time of the Gypsies*, Oxford: Westview Press.
- THEODOSIOU, A. (2003) "'Be-longing' in a 'doubly occupied place': The Parakalamos Gypsy musicians", *Romani Studies* 14, pp. 25-58.
- (2007), "Disorienting Rhythms: Gypsiness, "Authenticity" and Place on the Greek-Albanian Border", *History and Anthropology*, 18, pp. 153-175.
- THURFJELL, D.; MARSH, A. (eds.) (2013) *Romani Pentecostalism. Gypsies and Charismatic Christianity*, Frankfurt: Peter Lang.
- TRUETA, J. (1999 [1946]) *L'esperit de Catalunya*, Barcelona: Columna / Proa.
- VALLMITJANA, J. (2004 [1908/1910]) *Sota Montjuïc. Criminalitat típica local*, Barcelona: Arola / Edicions de 1984.
- VICENS VIVES, J. (1962) *Notícia de Catalunya*, Barcelona: Destino.
- WARREN, C. (1980) "Destigmatization of Identity: From Deviant to Charismatic", *Qualitative Sociology* 3(1), pp. 59-72.

© Copyright Martí Marfà Castán, 2014

© Copyright *Quaderns-e de l'ICA*, 2014

Fitxa bibliogràfica:

MARFÀ CASTÁN, Martí (2014) "Ser un marquès". Representacions i posicionament social entre gitanos catalans de Barcelona", *Quaderns-e de l'Institut Català d'Antropologia*, 19 (2), Barcelona: ICA, pp. 25-42. [ISSN 1696-8298].

