

Consultes en indeterminació

JOAN ROY

EL PUNT, 10/03/10

Després de l'èxit del 13 de setembre a Arenys de Munt i de la rèplica del 13 de desembre a 167 municipis, la consulta sobre la independència arribà diumenge 28 de febrer a 80 poblacions més. Aquest cop, hi ha hagut menys atenció política i mediàtica, perquè no era novetat i perquè l'agenda catalana penja de les properes eleccions. També per causes internes, ja que a les últimes consultes es generà una imatge de confrontació que fa que molta gent rebutgi de participar en referèndums que puguin ser utilitzats per partits i plataformes o per uns contra els altres.

En tot cas, els resultats denoten que l'ambient s'ha refredat. A Arenys, la consulta va finalitzar amb una victòria del 96,3% dels vots i una participació del 41,01%; una xifra superior a l'assolida a les eleccions europees (35,14%) i al referèndum de la Constitució europea (40,43%), i propera al plebiscit de l'Estatut (48,85%). Al 13D, Osona va registrar una participació del 41,7%, notablement superior al 27,4% del conjunt del país, en un context de clara victòria del sí. El 28 de febrer, el sí també s'ha imposat per més d'un 90%, però la participació ha estat d'un 21,55% (del 9,09% del Vendrell al 44% de la Vall d'en Bas), implicant 60.000 dels 300.000 catalans convocats, incloent-hi joves d'entre 16 i 17 anys i immigrants. Tot i que els organitzadors han aclarit que la participació hauria estat del 22,8% (del 30% el 13-D) si s'hagués emprat el cens oficial (sense immigrants ni menors de 18 anys), no es pot amagar la davallada participativa que representa i el mal presagi amb

vista a les consultes de l'abril i el juny a grans ciutats com Girona o Barcelona.

Amb tot, les consultes han complert el seu paper de revulsiu i han plantejat el dèficit democràtic que una comunitat nacional no pugui pronunciar-se legalment sobre la seva sobirania. Però per fer-ho cal molt més que voluntat. Calen criteris legals i polítics. Per això, en l'autodeterminació que es vindica, s'albira indeterminació. No és casual. El màrqueting fa anys que distingeix entre modes i tendències. Les primeres són conductes de foguerada i artificiosos auspici. Les segones són alternatives certes de mercat. Ara com ara, a Catalunya, la independència, tal i com esta plantejada, és foguerada i no tendència, perquè no relaciona convenientment l'abans i el després, justament el punt on incideixen a vessar tots els partidaris i practicants de les més inconfessables dependències.