



Luis Díaz González Viana

CONSELL SUPERIOR D'INVESTIGACIONS CIENTÍFIQUES (CSIC)

Professor d'investigació del CSIC i investigador de l'Institut d'Estudis Europeus de la Universitat de Valladolid, a més d'haver estat investigador associat de la Universitat de Berkeley i professor titular a la de Salamanca. Les seves línies d'investigació i docència es focalitzen en l'oralitat, la cultura popular i el patrimoni cultural immaterial d'Espanya i Europa.

Les noves formes de folklore i els avatars del folklorisme: entre visibilitat i invisibilitat

També en aquesta esfera (del folklore) cal distingir diversos estrats: els fossilitzats, que reflecteixen condicions de vida passada i, per tant, són—sovint—conservadors i reaccionaris, i un altre grup corresponent a una sèrie d'innovacions, creadores i progressives, determinades espontàniament per formes i condicions de vida en procés de desenvolupament, i que es troben en contradicció o simplement en discrepància amb la moral dels estrats dirigits.

Antonio Gramsci (1998 [1974]: 490)

Folklore i cultura popular en el present

L'aparició del folklore, tant pel que fa a la recent encunyació del terme al segle XIX com a l'enfocament amb què llavors comença a ser practicat, respon a unes circumstàncies molt concretes: el moment històric en què es produeix per part d'algunes elits europees el «descobrimet del poble» (Burke, 1981: 4-22). Constitueix, doncs, una manera històricament documentable de començar a percebre la cultura popular, però també la plasmació d'una nova sensibilitat —gairebé un «gir estètic»— amb què aproximar-se a ella. Perquè, més que d'un «descobrimet del poble», es va tractar d'un «redescobrimet» del folklore, d'una posició benèvola i fins i tot ide-

alista des d'on contemplar el folklore. D'altra banda, la cultura popular ja estava present. I segueix estant-ho. Amb aquesta denominació de «cultura popular», posterior i més inclusiva i integradora que la de «folklore», els qui la utilitzem hem volgut fer referència—generalment—a tot allò que quedava fora de la cultura «dominant» o «hegemònica», és a dir, de la cultura en el seu sentit més «oficial»: això però no significa que —com també va assenyalar Burke—les elits no la coneguessin o empresin. Finalment, parlar de cultura popular és parlar —i ocupar-se—de com funciona la cultura en si, ja que en el laboratori de tot el que és popular es relacionen i s'influencien la «cultura dels cultes», la cultura considerada «tradicional» i l'anomenada *cultura de masses*.

Però en aquell primer context de descobrimet i «posada en valor» de tot allò que és popular, l'oralitat solia anar lligada al folklore i fins i tot s'hi identifica, i avui això

En aquest article, la nostra aproximació al folklore resulta molt propera a les definicions que l'han presentat en el seu sentit més genuí, sense les «marques» o característiques amb les quals se l'han adornat en el passat. Així doncs, actualment es pot dir que, per a la seva gestació, allò que és rural i urbà, el que és antic i modern, l'oralitat i l'escriptura s'apropen i s'allunyen gairebé de forma contínua en els nous espais de la globalització. I, gairebé sense que es noti, el folklore s'escampa per les autopistes de la informació, cavalca en silenci per invisibles xarxes, s'aixopluga de la tempesta del «llogaret fantasma» que la globalitat ha construït.

Our approach to folklore here lies in the line of straightforward definitions, lacking the «marks» or characteristics with which it was adorned in the past. We can thus say that today orality and writing, the rural and the urban, the ancient and the modern, go through almost continual encounters and missed encounters within the new spaces of globalization. Nowadays, folklore propagates itself, almost unnoticed, throughout the information superhighway, silently galloping over invisible networks, taking cover under the shelter of the «phantom-villages» that globalization itself has built.

Paraules clau: folklore, oralitat, antropologia, cultura popular

Keywords: Folklore, Orality, Anthropology, Popular Culture

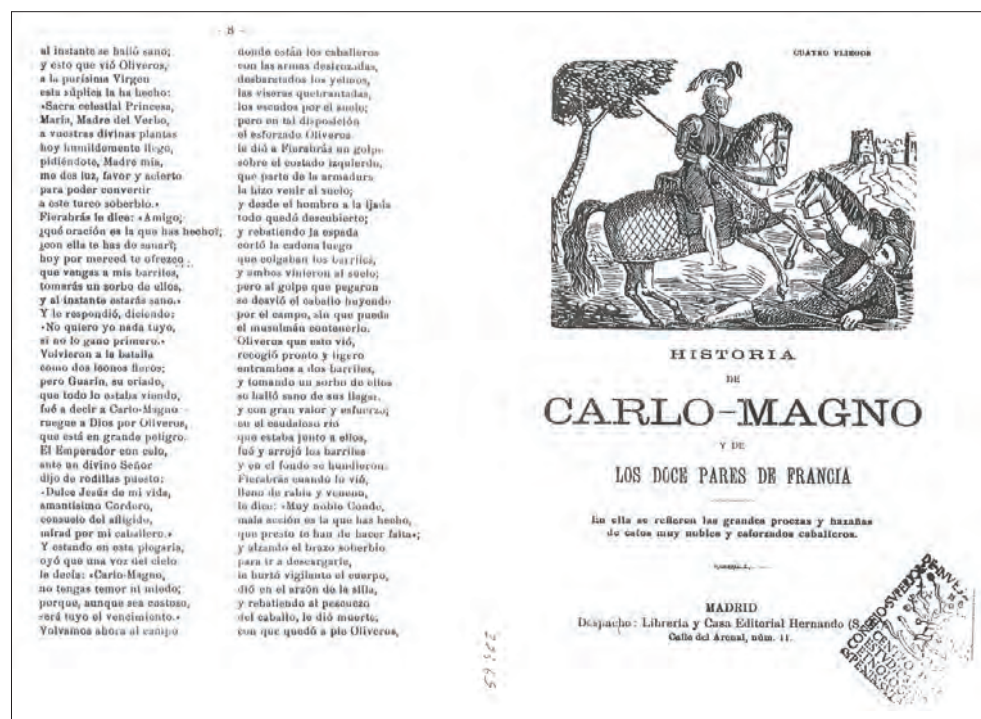
segueix passant. Potser perquè el folklore, en la seva interpretació més tradicional i «tradicionalista», segueix estant caracteritzat, per molts dels seus conreadors a Europa –i més en concret a Espanya–, per trets o «marques» que provenen del seu origen romàntic, com el fet que es tracti d'una matèria *oral, rural i antiga*. No obstant això, no tota oralitat (com, per exemple, la del teatre, les classes, les conferències acadèmiques o les lectures públiques d'una obra culta) és necessàriament folklore ni aquest és sempre oral. De fet, molt sovint el folklore s'ha transmès tant oralment com en forma manuscrita o impresa. Aquest va ser el cas amb gran part de la literatura popular; també amb l'anomenada *literatura de cordell*, difosa i conservada –sovint– de forma oral, però també (i sobretot) a través de plecets impresos i còpies manuscrites. Tot això trenca molts tòpics sobre com és –o hauria de ser– aquesta «literatura del poble» i ajuda a entendre, d'altra banda, com s'ha creat i difós durant segles, entre pressions conservadores i subversives, la cultura europea (Díaz, 2000: 14-38).

Antonio Gramsci ja va assenyalar que hi havia dues formes principals de folklore: aquell que es nodreix dels sabers del passat



L'anomenada *literatura de cordill* va tenir una gran difusió en el seu vessant de romanç de cec, que s'ocupava dels crims més horribles; pot considerar-se com un gènere proper al que es coneixerà com a «cultura de masses».

i que pot resultar conservador o fins i tot reaccionari i un altre que proposa respostes a situacions actuals amb un caràcter innovador i sovint subversiu respecte a les directrius de les elits (Gramsci, 1998: 490). Tot i així, convé assenyalar que tots dos tipus de folklore sovint coincideixen i s'influencien mútuament: el primer ofereix continguts i fórmules de l'ahir en un context històric que ja no és el que era quan va aparèixer aquest folklore; aquest tipus de folklore s'identifica molt sovint amb la «cultura tradicional rural» i, per abreujar, l'anomenarem *folklore-substrat*; el segon aprofita fórmules heretades del passat per innovar i incidir



Una gran part de la configuració del que es considera «cultura popular» a Europa va ser influenciada per la circulació de plecets impresos que més tard es difonien oralment; també s'inspiraven dels antics cicles orals com el carolingi.

en l'imaginari contemporani: aquest folklore s'identifica amb la «cultura popular» en general i en direm —seguint a Gramsci— *folklore-innovació*. Encara que s'actualitzi, el primer tipus de folklore ens parla d'un temps passat i —sovint— de personatges i usos remots; l'altre tipus ens parla més aviat del que està succeint actualment. D'altra banda, s'ha de destacar l'existència en el panorama actual d'un tercer tipus de folklore: el *folklore-imitació* o imitació del primer tipus de folklore, que sovint es confon amb el segon tipus, aquell corresponent al folklore que s'està fent en el present. No només no es té constància d'aquest darrer grup, sinó que en molts casos passa desapercebut. En el cas de les recopilacions folklòriques espanyoles, no sembla existir —per exemple— folklore infantil o juvenil actual i, efectivament, aquest tipus de col·leccions solen recopilar només versions de cançons que ja apareixien en els cançoners d'aquesta mateixa classe fa més d'un segle. Revisant les escarides dades sobre els informants que s'han conservat als cançoners, es pot descobrir que l'edat d'aquests oscil·la —freqüentment— entre els 70 i els 90 anys. Resulta, doncs, obvi que es tracta de cançons infantils recordades per persones que van ser nens moltes dècades enrere.

Invisibilitat del folklore i visibilitat del folklorisme

En canvi, la imitació del folklore o *folklore-imitació* aconsegueix una gran visibilitat, fins al punt que els altres tipus queden —gairebé sempre— eclipsats per aquest folklore en l'actualitat. És una representació del folklore que —encara que reivindica i es limita a les marques abans esmentades d'*oralitat*, *ruralisme* i *antiguitat*— adquireix avui en dia un format de mercaderia i un valor com a objecte de consum; tanmateix, neix d'una demanda comercial i s'hi adapta. Des del discurs del folklorisme que el posa en escena o en circulació dins del mercat mundial, s'acostuma a presentar una sèrie d'arguments força contradictoris per a la seva suposada defensa: un d'aquests és —precisament— que el folklore necessita ser «rescatat i defensat» de la pressió dels mitjans de comunicació i de les innovacions tecnològiques; no obstant això, les associacions, grups i centres obs-

tinats en aquesta «lluita» sovint contacten aquells mateixos mitjans de comunicació i nous canals de transmissió d'informació per difondre publicitat o trobar fons per a les seves activitats de mediació i propaganda a favor del folklore; així doncs, aquests centres utilitzen pàgines web i mitjans que solen injuriar constantment.

Un altre argument contradictori que sovint s'utilitza correspon al suposat caràcter local i d'identitat que s'intenta atorgar al folklore imitat, quan —en realitat— se'l descontextualitza i fa entrar en competició amb altres productes semblants al mercat mundial; finalment, també sembla paradoxal que els defensors d'aquest folklore reinventat, als quals hem denominat en alguna ocasió «els guardians de la tradició» (Díaz, 1999: 79-80), mostrin un interès gairebé religiós per aquest darrer, amb el qual es combrega i en què es creu cegament, i, d'altra banda, busquin —d'una manera una mica obsessiva— que els seus treballs de recopilació i divulgació tinguin reconeixement i una aparença científica.

Ens ocuparem aquí del folklore en un sentit renovat, un folklore més proper al segon tipus del que parlava Gramsci que al primer indicat per el mateix autor, però intentant —en realitat— incorporar i prendre en consideració les tres classes de folklore esmentades prèviament: el folklore com a *substrat*, com a *innovació* i com a *imitació*. També hem de precisar que l'ús del terme *imitació* no s'ha d'entendre de forma necessàriament pejorativa, sinó més aviat amb l'accepció que ens revela la seva etimologia (*reimitare*): «tornar a imitar» o «refer».

En el fons, els tipus de folklore que Gramsci distingia responen també a les diferents visions que es tenen del concepte de folklore. D'aquestes maneres o visions d'entendre el folklore —a més del desgast i fins i tot del descrèdit sofert pel terme des de la seva reinvençió— han derivat altres classificacions i taxonomies temptatives que van determinar la seva identificació amb «cultura tradicional» i, més endavant, amb «patrimoni etnogràfic», però no tant —encara que també— amb «cultura popular» (Prat, 1999). En tot

cas, sembla que si s'entén el folklore com un producte—cosa que sol passar amb els compiladors de tot allò que és tradicional, entre d'altres mediadors—, estarà inevitablement lligat al passat; si l'entendem com la capacitat de comunicació artística del «poble», és a dir, de tothom, s'estarà inscrivint en el moment present—i fins i tot en qualsevol moment—, i podrà ser oral i rural, o no.

La nostra aproximació al folklore resulta, per tant, molt propera a les definicions que l'han presentat de forma molt senzilla (sense les «marques» o trets característics amb què se'l va engalanar en el passat) com «la comunicació artística a l'interior de petits grups» (Ben-Amos, 2000: 50). Tanmateix, seguint una línia de pensament semblant, podríem definir el folklore com el «codi creatiu» que permet que existeixi la cultura popular (Díaz, 1982: 147-55); en resum, el folklore és la capacitat de crear i transmetre aspectes artístics de la cultura pròpia a la gent o—si es prefereix— «al poble». Un poble que, com va escriure Alan Dundes per respondre a la pregunta «*Who are the folk?*», «també som nosaltres» i no només els vells pagesos (Dundes, 1977).

Els qui venen la imitació del folklore actuen, d'alguna manera, com a mediadors entre dos mons (el rural i l'urbà), i per vendre adequadament certs productes avui en dia convé que semblin singulars, fins i tot més del que—en realitat—són. Aquestes marques del «vell folklore» serveixen precisament, en l'actualitat, per donar un punt exòtic a tot allò que és propi; aquest fet no deixa de ser una altra de les grans paradoxes del folklorisme que ja hem comentat amb anterioritat (Díaz, 1985). Tampoc ens ha d'estranyar doncs que el folklorisme no es limiti a un interès ingenu pel folklore, sinó que també és una reconstrucció de la identitat i una manipulació de la tradició (Díaz, 1989: 82-98); o—com han assenyalat altres autors— una «vivència d'una vivència» que es reproduïx en un context espacio-temporal diferent del seu d'origen (Martí, 2004: 1-38).

Es podria afegir que el folklorisme constitueix—a més— la versió exòtica d'una identitat

que es vol recuperar, la qual cosa sovint condueix a excessos d'invenció i falsificacions evidents; per aquest motiu, Dorson el va denominar *fakelore* o «fals folklore» (Dorson, 1969), però el folklorisme no es pot limitar només a això. Si analitzem detingudament les marques que el folklorisme assumeix d'aquell folklore que pretén imitar i millorar, comprovarem que aquestes marques serveixen—també— per caracteritzar una alteritat: l'*alteritat d'espai*—ja que el folklore reconegut com a tal seria rural, mentre que l'interès que suscita i els seus consumidors potencials es troben generalment no en el món rural sinó a les ciutats—; l'*alteritat temporal*, perquè se suposa que prové d'un altre temps—l'*antiguitat* és un requisit indispensable per suscitar l'interès del públic— o d'un temps fora del nostre temps, o almenys del temps en què l'acte folkloric es realitza, i finalment, l'*alteritat del mitjà de transmissió*, que vindria propiciada per la seva persistència en l'oralitat o—millor dit— en la tradició oral aliena al nostre món, el món urbà, tecnificat i postmodern en què vivim.

El folklorisme plasmat a través del *folklore-imitació* serveix per posar en escena una «representació» del poble; es converteix, així doncs, en una bona estratègia per controlar, potser no directament aquest poble, però si més no a difondre una idea encara romàntica i reaccionària del folklore: la del «fantotxe espectacular de tot allò que és popular». I perquè això funcioni, el poble ha d'estar lluny, ha d'existir la màxima distància possible entre ell i nosaltres. Per aquest motiu el *folklore-imitació* reconstrueix minuciosament totes les alteritats abans enumerades. No obstant això, res és en elles el que sembla.

La veritable vitalitat del folklore: llegendes, dedicatòries i poesia-fantasma dels joves contemporanis

Com ja hem assenyalat, moltes vegades el folklore que s'està creant en l'actualitat passa desapercebut. El folklore infantil i juvenil actual n'és un bon exemple. Els folkloristes segueixen recollint cançons infantils de nens que avui tenen 80 anys, mentre—a més— es diu i escriu que els nens i joves d'ara ni canten ni inventen res que es pugui assemblar-se al

folklore. Això és totalment fals; de fet, vaig presentar en alguns dels meus treballs de fa uns anys les cançons dels nens d'avui en dia. Les generacions espanyoles de les últimes dècades s'inspiren de tot allò que és folklòric: han creat i transmès un folklore constituït principalment de paròdies de cançons conegudes en què no pot faltar la paròdia de l'himne nacional que fa referència al ja desaparegut dictador Franco (Díaz, 1997b: 40). Les enquestes realitzades posteriorment a Catalunya —entre nois de 15 a 17 anys— per Pujol i els seus col·laboradors (Pujol, 2002: 65) sobre llegendes urbanes posen de manifest la inexactitud de la creença que el folklore hauria estat eliminat dels gustos del jovent actual. El problema no eren, doncs, els nens i els joves, el problema es trobava en els folkloristes: no reconeixien en les noves tendències el «vell folklore tradicional». De fet, si assegurar que les llegendes contemporànies constitueixen el gènere folklòric preferent de finals del segle xx pot resultar exagerat fins i tot per als que així ho reclamen (Fine, 1992: 1), no ho és tant reconèixer que sí que es tracta d'un gènere especialment popular entre els adolescents.

Llavors no havíem descobert encara un folklore del qual se sap poc o res —com tampoc ho fan els professors dels joves, malgrat tenir-lo al davant—, ja que una bona part de l'actual «lírca juvenil» es transmet a Espanya de forma manuscrita, més que oral, mitjançant les dedicatòries que els estudiants escriuen als seus companys a les seves carpetes (i últimament també per Internet). La continuïtat d'aquest corrent de tradició posa de relleu que la difusió popular no és només «horitzontal», entre companys de la mateixa edat, sinó també entre grups d'edats mixtos, és a dir, «vertical» o —si es vol— transgeneracional (Gómez Cabia i Heredero Salinero, 2001: 29-31). El més sorprenent i fins i tot miraculós és que molts d'aquests exemples semblen inspirar-se en una tradició molt més antiga i, de fet, recorden sospitosament el que es recull en nombrosos cançoners populars des d'èpoques força antigues. Això tampoc ens hauria d'estranyar tant, ja que la continuïtat —al llarg del segle— d'un saber

que ve des de lluny és el que caracteritzaria precisament tot allò que és folklòric. Però sí que sorprèn el caràcter discret i gairebé clandestí de la transmissió d'aquest patrimoni, així com que les seves darreres formes de difusió siguin més freqüentment escrites —o manuscrites— que orals, malgrat la seva clara procedència oral. I és encara més significatiu que els *informants* dels escassos professionals que recopilen aquest material declarin haver-les conegut a tot arreu o gràcies a diversos mitjans:

D'altra banda, aquesta neoralitat a la qual ens referíem ens deixa un altre senyal interessant relacionat amb la transmissió de la lírica adolescent. En l'enquesta a la qual fem contínuament referència, els nostres *informants* diuen que van descobrir les dedicatòries a través de diversos mitjans. Alguns varen descobrir les *dedicatòries* pels seus germans grans; d'altres confessen haver-les llegit a les portes i parets dels lavabos. Altres joves recorden haver-les descobert quan estiuejaven al poble: uns amics i adolescents més grans que *les llegien als més petits*. Pràcticament tots estan d'acord que es llegien en grup, públicament, a l'escola o al carrer, en qualsevol lloc i a totes les hores. (Gómez Cabia i Heredero Salinero, 2001: 29)

Efectivament, les *dedicatòries* es troben a tot arreu i existeixen en moltes variants. Com les llegendes que corren per Internet aquestes creacions són folklore: el folklore que molts folkloristes no veuen o prefereixen no veure. En aquests darrers anys, aquestes dedicatòries escrites pels estudiants a un company/a a la carpeta, amb la corresponent signatura, semblen ser una pràctica més habitual entre noies que entre nois, i si aquests també hi participen gairebé sempre ho fan en un to jocós i fins i tot burlesc. A partir de 2003 i gràcies a una adolescent del meu entorn (S. L.) de 14 anys en el moment de la meua modesta «recopilació» sobre aquest tema, vaig poder recollir un bon nombre de dedicatòries de nois i noies. Especialment pel que fa el tema amorós, un dels més tractats en les dedicatòries, trobem fàcilment connexions amb la lírica popular més antiga o, almenys, dita «tradicional»:

Vaig gravar a l'arbre ton nom,
sense voler, et vaig estimar,
vaig clavar els ulls al cel blau
i pensant en tu, vaig plorar.

Altres exemples de la mateixa temàtica i aparentment «tradicionals» però amb un toc d'humor:

Quan vaig passar per casa teva,
em vas llençar un munt de flors
però la propera vegada
que sigui sense test i plors.

Certes *dedicatòries* relativitzen força el desengany amorós:

Per un noi no ploris,
per un noi no matis
perquè aquest any
surten gairebé gratis.

En moltes *dedicatòries* es fa referència al context dels estudiants, al món del col·legi i del professorat; moltes d'altres són paròdies d'assignatures estudiades a l'escola, ja sigui física, matemàtiques o literatura.

Si els porcs volessin,
la sala de professors seria un aeroport.

TEOREMA DE TALES:
Prohibit fotre als portals.

TEOREMA DE CUPIDO:
Tot cos submergit en l'amor
experimenta un atordiment
directament proporcional
a l'amor que se sent
pel noi que s'estima.

Ja ho va dir Cervantes:
Avui es carda més que abans.

Els nous vehicles de transmissió del folklore: resistència popular en temps de globalització

Les expressions populars que fins fa poc estaven ocultes destaquen que els suposats recopiladors del folklore infantil sovint no saben o no l'encerten a l'hora de determinar les creacions folklòriques que tenen davant seu, però també cal reconèixer que aquest darrer sol ser força discret, es torna invisible, ubic – a més de ser anònim, multiplica la seva aparició a l'espai i el temps–, vol passar

desapercebut i no li agraden les etiquetes. En vistes de la translocalització de la informació i els sabers, s'han configurat nous *folks* que van més enllà de l'espai regional i es transmeten en l'espai virtual. Aquests *folks* lluiten per sobreviure a la globalització amb les seves pròpies armes (Díaz, 2003b: 129-133).

Actualment, tant el folklore com el folklorisme utilitzen les noves tecnologies, però no pas per demanar subvencions o existir a la xarxa presentant als mitjans els seus èxits, sinó per fer perdurar el folklore. Així doncs, els productes folklòrics que abans es difonien oralment s'escampen avui en dia molt ràpidament a Internet. El mateix succeeix amb les llegendes urbanes: algunes de les recopilacions que es van fent a Espanya sobre el tema posen en relleu les fons dubtoses d'aquestes llegendes (Ortí i Sempere, 2000), però en general, moltes altres obres d'aquest tipus obvien aquest fet. Amb freqüència es tracta de respostes a fets o personatges d'esdeveniments actuals tristes, com per exemple notícies sobre Bin Laden, el cèlebre *chapapote* del Prestige o la guerra de l'Iraq. En aquest emergent *netlore* apareix tota una col·lecció dels diversos folklores als quals hem fet referència al principi. Davant d'aquesta indústria «d'autodiferenciació local» (Beck, 1998: 87), el folklore actual, que no tracta de representar ni plagiar l'antic folklore, es presenta com un folklore globalitzat. Però no només perquè en mitjans tan tradicionals com els plecs – encara vigents en alguns llocs de Brasil – es reflecteixi l'actualitat més inquietant, com ara la guerra d'Iraq i les duríssimes crítiques en contra de Bush (com a l'opuscle publicat en el Salvador de Bahia, el 2003, amb el títol “G.W. Bush, o anjo do mal”), sinó també perquè, en moltes ocasions, la pròpia globalització i els seus “productes derivats” són el principal objecte de paròdia i de reflexió; i no només la globalització com procés sinó les causes que han fet del canvi globalitzador – diguem-ne “globalisme” o “neocapitalisme” – el que per molts està sent una nova forma d'oprimir sense cap mirament als més febles.

La irritació col·lectiva que generen aquests fets de l'actualitat és el que molt sovint acaba



La literatura popular difosa a través de «papers» o «fullets» que es reciten i canten també oralment ha arribat a perdurar en el temps amb certa força en zones com el nord-est de Brasil, on conviu amb Internet.

funcionant com una espurna que torna a fer circular els vells relats, històries i acudits. En el cas de l'acudit escrit, s'ha establert que «molt sovint es reproduïx oralment sense cap pretensió estilística» (Vigara, 1994: 41) i molts dels milers que corren per Internet tenen habitualment aquesta procedència; així doncs, podem dir que el folklore a la xarxa pertany a totes les categories d'oralitat literària que Zumthor –per diferenciar-les de la primària o pura– va denominar *oralitat mixta* i *oralitat mediatitzada* o, si es prefereix, *tecnificada* (Zumthor, 1983, 36-37). Cap d'aquestes però, en el cas del folklore que es transmet per Internet, deixa completament de banda la característica interactiva que Zumthor concedeix a l'oralitat en si: «És l'oïdor-autor tan autor com l'executant. D'aquí prové l'especificitat del fenomen de la recepció a la poesia oral» (Zumthor, 1983: 234).

Aquesta oralitat, que es difon electrònicament a través d'Internet però també pels missatges del mòbil, va tenir una gran importància després de la catàstrofe de l'11-M pel que fa l'organització de la mobilització popular del dia del 13 de març. El lema de «les vostres guerres, els nostres morts» ja havia estat adoptat per la ciutadania el dia anterior, i el rumor segons el qual el govern buscava retardar les eleccions i aconseguir

dur a terme «un autocop d'Estat» va acabar de disparar totes les suspicàcies. Regnava un clima de desconfiança: políticament, econòmicament i mediàticament. El poble era –o semblava ser– «ignorant». I el poble, o –més ben dit– una forma «popular» d'articular accions concretes, va aparèixer en escena. Els qui ja han analitzat el tema des del punt de vista de la comunicació parlen de nuclis d'activistes que van promoure la protesta «només van haver de disfressar-se de vigília democràtica com en un enterrament tradicional: el dol es confon amb el banquet i la festa» (Jerez Novara i López Martín, 2005: 107). És una bona manera de descriure tot allò que es denomina «popular». En aquest sentit, també descriu com va funcionar el moviment: «primer es va crear un cercle militant i després es va desbordar» (Jerez Novara i López Martín, 2005: 107). Més que una reacció de masses, que per si mateixes no serien capaces d'organitzar les accions «des d'avall», es va tractar d'una mobilització animada per una complexa xarxa de petits grups, per una constel·lació de «xarxes de confiança» consolidades prèviament pel descontentament causat per l'esdeveniment del *chapapote*, pel Prestige o la participació activa del govern en els preparatius de la guerra de l'Iraq. Aquest ressorgiment de tot allò que és popular va trobar la manera idònia de difondre's amb una inopinada rapidesa en

«l'oralitat tecnificada»; aquest fet es va nodrir «per la falta del canals de representació i debat democràtics» (Sampedro, 2005: 301).

En conclusió: por del passat i del futur en els relats populars actuals

En un treball anterior, vaig indicar com una mateixa narració pot funcionar en un doble sentit, gràcies a la variant introduïda en un dels tipus de les seves versions (Díaz, 2003b: 168-169). I aquest sembla ser el cas de dues modalitats de versió d'una mateixa llegenda urbana que ha estat denominada per alguns dels seus recopiladors en espanyol com «El gos del Ganges», nom que es va emprar en el primer recull publicat a Espanya precisament per mi (Díaz, 1997a: 153); «El gos estranger» (Ortí i Sampere, 2000: 285-286); «La rata assassina» (Halperin, 2000: 17-32), o amb el nom més general de «Mascotes exòtiques» (Pedrosa, 2004: 199-201). Es tracta de la història ben coneguda en l'àmbit anglosaxó del folklore des que Brunvand la va publicar (Brunvand, 1986: 21-23) del gos Chihuahua o *The Mexican Pet*: en aquest relat, uns turistes s'emporten un animal d'un país exòtic creient que és un gosset quan en realitat és una rata.

Més enllà de les interpretacions que s'han anat fent d'aquesta «mascota enganyosa» (Díaz, 2004: 299-308), que esdevé una metàfora del rebuig de la immigració per diversos autors com Ortí i Sampere (2000: 287) o el mateix Brunvand en una edició posterior del tema (Brunvand, 2002: 258-260), suggerim llavors que els relats sobre aquesta rata desconeguda per atàvica o de l'animal inesperadament mutant ens presentaven en realitat davant una doble por: la por del que ha passat i del que ha de passar, de la tradició i del progrés, del passat i del futur.

Més concretament, voldria explicar ara en relació amb tot el que ha estat dit prèviament que els dos tipus de versió tracten dels nostres dubtes respecte a com se'ns presenten i utilitzen aquests conceptes al món actual; o dit d'una altra manera, la mesura en què un ús pervers de la tradició i el progrés conduiria a la alteritat de –o entre– éssers humans. En aquest sentit, és significatiu que rates, gossos i

persones apareguin com a intercanviables en aquests relats. Gos i rata poden representar l'emigrant, en certs relats de forma palmària o explícita. Però, en el segon tipus de versions més difós, es tracta de la «mascota enganyosa», és a dir que quan els turistes s'enduen d'un «país desenvolupat», ja sigui Alemanya o el Japó, el «gosset» en qüestió, l'animal ja no és una rata exòtica desconeguda a Occident, sinó que és el producte d'una mutació genètica resultant d'un experiment de laboratori:

Una parella de turistes catalans van al Japó, i en un carrer de Tòquio troben un gosset petit i de pèl molt curt que els segueix contínuament i juga amb ells. Li agafen afecte, veuen que està abandonat i se l'emporten. A l'avió, aconseguen passar-lo en una bossa, sense que el gos els delati. Un cop a casa veuen que li surt bromera de la boca i decideixen portar-lo al veterinari. El veterinari observa l'animal amb sorpresa: no es tracta pas d'un gos sinó d'una espècie exòtica –i molt grossa– de rata de claveguera. (Pujol, 2002: 178)

Altres històries marginals menys conegudes com la de la russa mutant convertida en vampir urbà (Pujol, 2002: 44) aclareixen certs aspectes de la «mascota enganyosa» en la seva modalitat de «rata de laboratori». En aquesta narració, el personatge principal és víctima dels excessos tecnològics i, en concret, de l'explosió que va ocórrer a Txernòbil. Tots dos relats giren entorn a la globalització, ja que el que s'hi qüestiona és el risc relatiu a la circulació de persones i objectes d'un punta del món a l'altra. El fet que la mutant russa viatgi en un contenidor com si fos un objecte qualsevol és significatiu ja que així són transportats molts emigrants destinats a ser una mà d'obra barata als països més rics.

En aquesta narració no hi ha rates, però la dona russa viu com si en fos una, en la foscor dels embornals. La metàfora sembla, doncs, clara: la dona i la rata pertanyen al món invisible que es troba sota nostre, viuen en una realitat subterrània sobre la qual hem construït la nostra societat de benestar.

Com a conclusió, direm que avui més que mai la influència entre el món rural i el món

urbà és un fet; es tracta d'una barreja constant molt més important respecte a èpoques anteriors; l'antiguitat del folklore no va existir mai realment ja que encara que sapiguem quin és el seu origen, aquest desapareix gairebé per complet a causa de la constant actualització que experimenta el folklore per tal de perdurar; i finalment, l'oralitat, lluny d'haver desaparegut, ha adquirit noves formes d'expressió i nous canals de transmissió.

Podem dir que, com tot allò que pertany al món rural i al món urbà o el que és antic i el

que és modern, l'oralitat i l'escriptura viuen amors i desamors gairebé continus en els nous espais de la globalització. Finalment, tal com ja vaig explicar en un treball anterior (Díaz, 2003a), gairebé sense que es noti, el folklore s'escampa per les autopistes de la informació, cavalca en silenci per xarxes invisibles, s'aixopluga de la tempesta del «llogaret fantasma» que la globalitat ha construït. ■

BIBLIOGRAFIA

- Beck, U.** (1998) *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo. Respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Ben-Amos, D.** (2000) «Hacia una redefinición de Folklore en contexto». Dins **Sánchez-Carretero, C.; Noyes, D.; Díaz G. Viana, L.** (eds.) *Performance, arte verbal y comunicación. Nuevas perspectivas en los estudios de folklore y cultura popular en USA*, 35-53. Oiaztzun: Sendoa.
- Brunvand, J. H.** (1986) *The Mexican Pet: More «New» Urban Legends and Some Old Favorites*. Nova York i Londres: Norton.
- Brunvand, J. H.** (2002) *Encyclopedia of Urban Legends*. Nova York i Londres: Norton.
- Burke, P.** (1981) *Popular Culture in Early Modern Europe*. Nova York: Harper & Row.
- Díaz Viana, L.** (1982) «El folklore dentro de las disciplinas antropológicas: tradición y nuevos enfoques». Dins *Ethnica*, XX: 147-55.
- Díaz Viana, L.** (1985) «Folklorismos y folklore». En *Revista de Folklore*, ILVI: 53-55.
- Díaz Viana, L.** (1989) «La manipulación de la cultura popular en España: entre el folklorismo homogeneizador y la búsqueda de señas de identidad». Dins **Herr, R.; Polt, J.** (eds.) *Iberian Identity. Essays on the nature of Identity in Portugal and Spain*, 98-111. Berkeley: Universitat de California.
- Díaz Viana, L.** (1997a) *De lo propio extraño*. Madrid-Oiaztzun: Sendoa.
- Díaz Viana, L.** (1997b) «Sobre una didáctica de las otras culturas». Dins **Díaz Viana, L.** (ed.) *Juego de niños. Canto e imágenes en los procesos de aprendizaje cultural*, vol. I, 15-44. Oiaztzun: Sendoa.
- Díaz Viana, L.** (1999) *Los guardianes de la tradición. Ensayos sobre la «invención» de la cultura popular*. Oiaztzun: Sendoa.
- Díaz Viana, L.** (2000) «Aproximación general a la Literatura de Cordel». Dins **Díaz Viana, L.; Godino, A.** (eds.) *Palabras para el pueblo*, vol. I. Madrid: CSIC.
- Díaz Viana, L.** (2003a) «La aldea fantasma: Problemas en el estudio del folklore y la cultura popular contemporáneos». Dins *Revista de Diálectología y Tradiciones populares*, VIII (1): 29-46.
- Díaz Viana, L.** (2003b) *El regreso de los lobos. La respuesta de las culturas populares a la era de la globalización*. Madrid: CSIC.
- Díaz Viana, L.** (2004) «La mascota engañosa: miedos de ida y vuelta en la era de la globalización». Dins **Ortiz García, C.** (ed.) *La ciudad es para ti. Nuevas y viejas tradiciones en ámbitos urbanos*. Barcelona: Antròpous, 299-308.
- Dorson, R. M.** (1969) «Faklore». Dins *Zeitschrift für Volkskunde*, 65: 56-64.
- Dundes, A.** (1977) «Who Are the Folk?». Dins **Bascom, W. R.** (ed.) *Frontiers of Folklore*, 17-35. Boulder (Colorado): Westview Press.
- Fine, G. A.** (1992) *Manufacturing Tales. Sex and Money in Contemporary Legends*. Knoxville: University of Tennessee Press.
- Gómez Cabia, F.; Heredero Salinero, F.** (2001) *Antología de dedicatorias. Lírica popular actual de los adolescentes*. Santiago de Compostela: Colección Soláster.
- Gramsci, A.** (1988 [1974]) *Antología*. Ed. Manuel Sacristán. Madrid: Siglo Veintiuno Editores.
- Halperín, J.** (2000) *Mentiras verdaderas. 100 historias de lujuria, horror y sexo que alimentan las mitologías populares*. Buenos Aires: Editorial Atlántida.
- Jerez Novara, A.; López Martín, S.** (2005) «El núcleo activista: la izquierda social madrileña y la convocatoria del 13M». Dins **Sanpedro Blanco, V. F.** (ed.) *13M. Multitudes on Line*, cap. 4: 84-118. Madrid: Catarata.
- Martí i Pérez, J.** (2004) «El folklorismo: análisis de una tradición 'prêt-à-porter'». Dins *Separata del Anuario musical*, 45: 1-38.
- Ortí, A.; Sampere, J.** (2000) *Leyendas urbanas en España*. Barcelona: Martínez Roca.
- Pedrosa, J. M.** (2004) *La autoestopista fantasma y otras leyendas urbanas españolas*. Madrid: Páginas de Espuma.
- Prat, J.** (1999) «Folklore, cultura popular y patrimonio». Dins *Arxius de Sociologia*, 3: 87-109.
- Pujol, J. M.; Grup de recerca folklorica d'Osona** (2002) *Benvingut/da al club de la SIDA i altres rumors d'actualitat*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura.
- Sampedro Blanco, V.** (2005) «Multitudes Online». Dins **Sampedro Blanco, V.** (ed.) *13M. Multitudes Online*, cap. 9: 279-304. Madrid: Catarata.
- Vigara Tauste, A. M.** (1994) *El chiste y la comunicación lúdica: lenguaje y praxis*. Madrid: Ediciones Libertarias.
- Zumthor, P.** (1983) *Introduction à la Poésie Orale*. Paris: Editions du Seuil.